

**SMART TRADITIONAL MARKET TRADERS; PELUANG BISNIS KREATIF & INOVATIF DI ERA DIGITAL**

\*<sup>1</sup>Achmad Tarmidzi Anas, <sup>2</sup>Azis Ashari

<sup>1,2</sup>Institut Agama Islam Al-khairat Pamekasan

<sup>1</sup>[Achmadtaidzianas5@gmail.com](mailto:Achmadtaidzianas5@gmail.com)

<sup>2</sup>[azismaulana1000@gmail.com](mailto:azismaulana1000@gmail.com)

**ABSTRAK**

Tren masa milenial saat ini merupakan era di mana kegiatan antarnegara kini seakan tidak memiliki batas karena semua manusia terintegrasi. Apalagi setelah bangkitnya era digital, semua orang bisa dengan mudah melakukan apa saja dengan ponselnya, termasuk memfasilitasi jual beli. Pasar tradisional menyimpan peluang besar untuk mempercepat transaksi digital. Tulisan ini merupakan hasil penelitian survei yang mana responden yakni pedagang di pasar tradisional mengaku meskipun menyadari peluang besar transaksi digital, mereka masih belum bisa memanfaatkannya dengan maksimal dengan sejumlah keterbatasan. Era digital membuka pintu perdagangan antarnegara, antarwilayah yang selama ini belum terkoneksi dengan optimal. Selain itu juga dimasa pandemi banyak kesulitan didalam pemasaran produk tersebut. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa transaksi digital mulai dikenalkan pada pedagang pasar tradisional meskipun dampaknya masih belum terukur secara kuantitatif.

**Kata kunci:** *Smart, Traditional Market Traders, Era Digital*

**ABSTRACT**

The current millennial trend is an era where activities between countries now seem to have no boundaries because all humans are integrated. Especially after the rise of the digital era, everyone can easily do anything with their cellphone, including facilitating buying and selling. Traditional markets hold great opportunities to accelerate digital transactions. This paper is the result of a survey research in which respondents, namely traders in traditional markets, admit that although they are aware of the great opportunities for digital transactions, they are still unable to take full advantage of them with a number of limitations. The digital era opens the door for trade between countries, between regions that have not been connected optimally. In addition, during the pandemic, there are many difficulties in marketing these products. This research concludes that digital transactions have begun to be introduced to traditional market traders although their impact has not been measured quantitatively.

**Keywords:** *Smart, Traditional Market Traders, Digital Era*

**PENDAHULUAN**

Indonesia adalah salah satu Negara dengan jumlah sektor UMKM yang besar, terhitung jumlah pelaku UMKM yang tercatat dalam data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah sebanyak 59,69 juta, UMKM juga merupakan salah satu penopang ekonomi Indonesia dimana sector tersebut memiliki kontribusi sebesar 62.57% terhadap PDB pada tahun 2016. Selain itu, berdasarkan studi yang dilakukan oleh Davis, Hills, dan LaForge (1985)

menyebutkan bahwa sektor UMKM memiliki tiga peran yang signifikan dalam kontribusi terhadap Pendapatan Nasional Bruto (PNB), penyerapan tenaga kerja, dan inovasi.<sup>1</sup>

Dimaklumi bahwa di era globalisasi ini, persaingan dalam memperoleh pekerjaan dan dalam mengembangkan usaha makin ketat. Hanya orang yang memiliki semangat tinggi dan keterampilan yang memadai yang mampu bersaing dan mengembangkan potensi dirinya.

Namun tidak dipungkiri memang ada beberapa kendala yang dihadapi khususnya dibidang SDM yang memang sangat terbatas sehingga jika dilihat dari segi keprofesionalannya masih kurang. Maka solusi untuk meminimalisir problem atau kendala tersebut yaitu dengan memberikan arahan/bimbingan kerja kepada para pedagang pasar tradisional dalam memasarkan produknya. Selain itu juga dilakukan pendelegasian pelaku usaha dipasar untuk mengikuti pelatihan ataupun seminar kewirausahaan.<sup>4</sup>

Era digital telah terbuka, artinya pintu perdagangan antar negara di dunia sudah tidak terbatas. Terkait hal tersebut, sebagai wirausahawan, Anda memiliki banyak peluang untuk mengembangkan bisnis sendiri. Sekali lagi, ini berarti pesaing Anda atau jumlah pesaing Anda juga akan meningkat. Oleh karena itu, strategi bisnis merupakan konten penting yang harus Anda rumuskan dalam menghadapi persaingan bisnis.

Hal menariknya, kita melihat merek dan simbol tidak lagi efektif mempengaruhi persepsi nilai para konsumen. Di era digital, mereka benar-benar melihat kesesuaian kualitas dan manfaat dengan karakteristik pasar, sebut saja mobil asal Eropa dan Amerika tidak dapat bersaing di wilayah Asia, atau *smartphone* Apple tidak mampu menyaingi penjualan Samsung, dan sebagainya. Kondisi ini terasa dalam sektor retail dalam negeri Indonesia. Sebut saja 7 Eleven, Ramayana, Matahari, Sogo, Superindo, dan beberapa perusahaan retail lain yang banyak menutup gerainya di tanah air, lantaran dinamika digital.<sup>2</sup>

Hasil riset mengemukakan bahwa pola pikir berdagang saat ini adalah digital, maka seluruh konsep konvensional harus secara perlahan dirubah kepada konsep kekinian. Tidak peduli sulit, melelahkan, dan menghabiskan anggaran, semua pelaku usaha harus membiasakan diri membuka bisnis digital. Sebetulnya ini hanya cara baru yang lebih efisien dan menguntungkan dikemudian hari, namun karena ini adalah permulaannya, maka semua orang berada pada tahap mempelajarinya dan membangunnya.

Namun satu hal yang pokok, perubahan konsep pemasaran digital bukan berarti hanya merubah fisik atau memindahkan toko konvensional ke digital. Para pelaku usaha harus menyadari, konsep pemasaran digital bagi konsumen adalah kemudahan, kualitas produk, harga kompetitif, pelayanan yang ramah, dan sebagainya. Kata kuncinya adalah menghadirkan nilai lebih baik dari cara-cara konvensional. Maka jika pelaku usaha berpikir bahwa pemasaran digital hanya persoalan jualan *Online*, tanpa memperbaiki nilai-nilai digital, maka ia akan tetap ditinggalkan oleh konsumen.

<sup>1</sup> Iston Dwija Utama, Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital Di Kota Bandung. *Equilibrium*, volume 7, nomor 1, januari 2019.h. 2

<sup>2</sup> Santy Permata Sari, Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital, *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: p-ISSN 2615-3009 Economic, Accounting, Management and Business e-ISSN 2621-3389 Vol. 3, No. 3, July 2020. 293*  
ISSN: 2686-5637 // e-ISSN: 2807-9051

Selain itu, perhatikan aspek efisiensi. Mulailah belajar bagaimana menekan anggaran baik bagi perusahaan maupun konsumen, mulai menghadirkan investasi fasilitas jangka panjang yang mampu menekan biaya-biaya operasional, dan pastikan berjalan sebagaimana fungsinya. Dalam kajian ilmiah dikemukakan, bahwa efisiensi menjadi pertimbangan dalam bisnis digital, perusahaan harus bisa mengendalikan waktu dan biaya, keduanya adalah sasaran utama dalam efisiensi. Kedua hal tersebut menjadi perhatian penting bagi konsumen masa. Mereka memandang, hal baik dari sistem digital adalah akses yang cepat dan hemat. Maka jika perusahaan mampu menghadirkan kedua kebaikan hal tersebut akan memberikan keuntungan yang besar di masa mendatang.

Faktor lain yang perlu menjadi pertimbangan adalah menghadirkan nilai yang kompetitif. Kita belajar dari banyak kejadian, bahwa harga menjadi perhatian utama setelah produk. Ini artinya, harga masuk pada pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Jika perusahaan mampu menekan berbagai biaya dan mengalihkannya pada harga produk, tentu akan menjadi keuntungan tersendiri. Konsumen akan melihat perusahaan sebagai salah satu daftar pilihan dalam keputusan pembelian.

Kewirausahaan merupakan suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan jiwa, semangat kreativitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan bidang wirausaha sehingga menghasilkan Wirausahawan yang handal, kreatif, inovatif dan produktif dalam menciptakan bisnis baru pada era Digital.

Smart: entrepreneurship: Peluang Bisnis Kreatif & Inovatif di Era Digital ini menguraikan konsep kewirausahaan, membangun jiwa dan motivasi, rasa percaya diri, wirausaha, strategi memilih dan membangun Usaha, analisis kelayakan dan risiko usaha, peluang dan tantangan, etika kewirausahaan, jiwa kreatif dan inovatif dan invasi bisnis di era digital sehingga isi buku ini sangat berguna bagi pelaku wirausaha, bagi pemula yang akan berwirausaha, dan bagi mahasiswa sebagai referensi dalam perkuliahan dalam menambah wawasan untuk dapat kelak membuka usaha bisnis atau berwirausaha. Dalam buku ini diungkapkan proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan dan mencari peluang dari masalah yang dihadapi dalam berwirausaha pada era Digital.

## **METODE PENELITIAN**

Diperlukan sebuah metode dalam mewujudkan riset ini, dan penulis memilih kualitatif. Secara rinci kualitatif memberikan ruang kepada peneliti untuk mengeksplorasi secara deskriptif tentang fenomena yang diteliti, sehingga diperoleh sebuah kebijakan untuk melakukan tindakan atau sikap. Tentu dalam kajian Smart Traditional Market Traders di era digital ini adalah langkah sederhana yang sangat berguna.

Ruang lingkup kajian riset ini adalah tentang pembelian retail secara *online*, dimana unit analisisnya adalah konsumen berjenis kelamin wanita yang dalam setiap bulannya rutin melakukan pembelian produk-produk retail secara *Online*. Adapun jumlah sampel yang ditetapkan adalah 100 orang dan dilakukan secara acak. Untuk menguji Smart Traditional Market Traders dalam meningkatkan penjualan digunakan 5 indikator, di antaranya Kemudahan, Efisiensi, Harga, Fleksibilitas metode pembayaran, dan Pelayanan yang baik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi adalah cara untuk memobilisasi tenaga, dana, sumber daya dan peralatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi pemberdayaan masyarakat memiliki beberapa tahapan agar kegiatan tersebut dapat dilaksanakan dengan benar.

Era digital telah terbuka, artinya pintu perdagangan antar negara di dunia sudah tidak terbatas. Terkait hal tersebut, sebagai wirausahawan, Anda memiliki banyak peluang untuk mengembangkan bisnis sendiri. Sekali lagi, ini berarti pesaing Anda atau jumlah pesaing Anda juga akan meningkat. Oleh karena itu, strategi bisnis merupakan konten penting yang harus Anda rumuskan dalam menghadapi persaingan bisnis.

Sayangnya, tidak semua pelaku bisnis tidak menyadari perubahan tersebut, terutama bagi pelaku bisnis tradisional. Banyak dari mereka yang belum melakukan perubahan, namun omzetnya menurun. Era digital harus menjadi peluang dan ancaman bagi mereka. Untuk itu, perlu dilakukan langkah-langkah perubahan, salah satunya melalui strategi bisnis sebagai berikut;

1. Memanfaatkan teknologi. Seperti namanya, ini mewakili "era digital", sehingga teknologi harus dimanfaatkan secara maksimal dalam strategi bisnis. Seperti kita ketahui bersama, dunia digital dan teknologi tidak bisa dipisahkan. Apalagi di zaman modern seperti sekarang ini, suka atau tidak suka, pasti menggunakan teknologi. Ini terutama benar jika pesaing Anda sudah menggunakan teknologi. Oleh karena itu, Anda harus segera mengikutinya. Padahal, teknologi bukanlah sesuatu yang membingungkan manusia, tetapi membantu dan mempromosikan karya manusia melalui teknologi. Karena itu, mulailah menggunakan teknologi dalam bekerja. Misalnya, Anda dapat menggunakan internet untuk kegiatan pemasaran, dan Anda juga dapat menggunakan komputer untuk pembukuan.
2. Gunakan sosial media. Indonesia memiliki banyak pengguna media sosial, seperti Twitter, Instagram, Facebook, BBM, Line, dll. Oleh karena itu, media sosial dapat digunakan sebagai alat bantu dalam strategi bisnis. Anda bisa langsung mengaplikasikan sosial media perumahan, tapi juga untuk toko prefabrikasi, bisa juga masuk ke pasar Dringu. Taufik menjelaskan, dampak positif dari terobosan Mak Blonjo ini adalah pembeli melalui strategi pemasaran bisnis Anda. Selain murah, penggunaannya juga mudah. Anda tidak perlu memiliki keahlian khusus untuk menggunakan media sosial, Anda hanya perlu memasarkan produk atau layanan Anda. Anda juga bisa memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan untuk membuat konten yang menarik.
3. Menggunakan digital marketing. Selain media sosial, Anda juga bisa menerapkan digital marketing. Pemasaran digital adalah promosi merek atau produk / jasa dengan menggunakan media elektronik atau digital. Jika Anda tidak dapat menggunakan pemasaran digital, Anda juga dapat menggunakan layanan perusahaan *e-commerce* yang menjual layanan agensi digital yang dapat membantu Anda mengembangkan bisnis. Dengan cara ini, Anda tidak perlu bingung tentang aktivitas pemasaran. Teknik pemasaran yang digunakan untuk pemasaran digital, seperti mesin *Search Engine*

- Optimization* (SEO), papan reklame elektronik, iklan televisi dan radio, pemasaran email, dll.
4. Mobile Friendly. Anda juga perlu memperhatikan banyaknya pengguna smartphone dan produk gadget lainnya. Anda perlu menyesuaikan strategi pemasaran agar sesuai dengan tampilan perangkat seluler Anda. Dengan cara ini, lebih banyak orang akan melihat toko online Anda. Agar bisa menarik banyak pengunjung yang menggunakan smartphone, website Anda juga harus didesain berbasis smartphone milik banyak orang. Triknya tentu saja membuat situs web Anda ramah seluler. Kemudian, aturlah informasi di website Anda agar selalu up to date, menarik dan segar tampilannya.
  5. Menggunakan aplikasi. Selain aplikasi media sosial, kini terdapat banyak aplikasi yang bisa digunakan untuk membantu pekerjaan. Misalnya aplikasi akuntansi, aplikasi pembukuan, aplikasi *ecommerce*, aplikasi manajemen, dll. Anda juga perlu memanfaatkan aplikasi yang ada untuk mengelola bisnis. Dengan menggunakan aplikasi ini, Anda dapat menghemat biaya, waktu dan tenaga. Selain itu, aplikasi tersebut juga memberikan kemudahan dalam penggunaan. Misalnya, aplikasi *e-commerce* yang dapat membantu Anda menjual produk dengan mudah dari perangkat seluler Anda atau aplikasi atau software akuntansi, sehingga memudahkan Anda dalam mengelola keuangan bisnis, dan memudahkan Anda dalam membuat pembukuan akun bisnis. Nggak perlu ribet kan? Selain itu, Anda juga akan terlihat lebih baik dari pesaing yang tidak menggunakan aplikasi tersebut. Karena kecepatan dan manfaat lain dari aplikasi bisnis atau keuangan membuat bisnis Anda efektif dan efisien. Namun, karena banyaknya aplikasi manajemen bisnis, Anda juga harus memilih aplikasi terbaik untuk bisnis Anda.
  6. Inovasi. Inovasi juga merupakan bagian penting dari strategi bisnis masa depan Anda. Seperti kita ketahui bersama, dunia bisnis berubah dengan cepat, dengan trend baru hampir setiap hari. Oleh karena itu, diperlukan inovasi agar dapat bersaing dengan kompetitor. Jadikan produk atau layanan Anda unik. Sangat sulit untuk berinovasi, karena terkadang perubahan yang sudah Anda siapkan dan prediksi akan membuatnya berhasil, namun nyatanya tidak akan memberikan efek yang terlihat. Namun, melalui proses yang benar, Anda pasti bisa menciptakan inovasi.
  7. Memberikan pelayanan terbaik. Dalam dunia bisnis, tidak ada yang lebih berharga daripada memenuhi kebutuhan konsumen. Padahal, di dunia digital, Anda juga harus memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan Anda. Jika Anda bisa memanfaatkan peluang ini, maka Anda sebenarnya bisa menggunakan media digital untuk memberikan layanan pelanggan yang lebih baik dengan biaya yang terjangkau. Misalnya, perusahaan pengiriman parcel atau ekspedisi. mereka memberikan informasi terkini tentang paket yang telah dikirim konsumen dan perkiraan tiba. Dengan cara ini, konsumen dapat memantau kemasan dan mengetahui keberadaan kemasan yang aman, serta merasa nyaman. Strategi bisnis dalam memberikan layanan terbaik mungkin terlihat sepele, namun dampaknya sangat besar.

### **Persoalan Inovasi Transaksi Berbasis Digital di Pasar Tradisional**

Pasar merupakan tempat yang dapat ditemukan di berbagai daerah khususnya di Indonesia. Karena di situlah banyak barang dan jasa dipertukarkan terjadi. Dalam penelitian sosiologis, pasar dibedakan menjadi tempat pasar (*market place*) dan pasar (*market*). Pasar sebagai pasar bentuk sebenarnya dari barang dan jasa yang dijual dan dimana pembeli bersedia membeli barang dan jasa tersebut. Meskipun pasar mengacu pada sistem sosial, yaitu struktur sosial. Menyediakan pesanan siap pakai untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia, terutama kebutuhan ekonomi dasar dalam pendistribusian barang dan jasa. Menurut klasifikasinya, pasar dibagi menjadi pasar tradisional dan pasar modern.<sup>3</sup>

Globalisasi merupakan era di mana kegiatan antarnegara kini seakan tidak memiliki batas karena semua manusia terintegrasi. Apalagi setelah bangkitnya era digital, semua orang bisa dengan mudah melakukan apa saja dengan ponselnya, termasuk memfasilitasi jual beli. Pasar tradisional menyimpan peluang besar untuk mempercepat transaksi digital. Tulisan ini merupakan hasil penelitian survei yang mana responden yakni pedagang di pasar tradisional mengaku meskipun menyadari peluang besar transaksi digital, mereka masih belum bisa memanfaatkannya dengan maksimal dengan sejumlah keterbatasan. Era digital membuka pintu perdagangan antarnegara, antarwilayah yang selama ini belum terkoneksi dengan optimal. misalnya Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur menyimpan peluang kemajuan di era digital.

Pasar tradisional adalah tempatnya berurusan dengan penjual dan pembeli untuk berjaga-jaga organisasi pasar yang ada masih sangat sederhana dan tingkat efisiensinya tingkat spesialisasi yang rendah, lingkungan dan pola fisik yang kotor bangunan sempit. Revolusi social mengenai pasar, itu wajar dengan berjalannya waktu. Mendirikan dan mengelola pasar tradisional oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Kepemilikan tunggal regional. Kekuatan pasar tradisional dapat dilihat dari beberapa hal. Aspek-aspek tersebut termasuk harga yang murah dan dapat dinegosiasikan, kedekatan dengan pemukiman dan banyak pilihan produk segar. kelemahan terbesar pasar tradisional menghadapi persaingan dengan pasar modern.

### **Hal Penting Yang Harus Di Perhatikan Dalam Strategi Bisnis**

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang, hal ini dapat ditunjukkan oleh adanya perbedaan konsep mengenai strategi selama 30 tahun terakhir.<sup>4</sup> Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler (1962:13) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep tersebut adalah;

1. *Distinctive competence*

Tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya, dengan meliputi berbagai aspek diantaranya, Keahlian tenaga kerja, Kemampuan sumber daya.

<sup>3</sup> Tri Abdiansyah Perwiranegara, Inovasi Transaksi Ekonomi Berbasis Digital Di Pasar Tradisional Probolinggo, *SOSPOLI*, 1 (3) (2021):2

<sup>4</sup> Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung : Refika Aditama, 2014). 4-5

## 2. *Competitive advantage*

keunggulan bersaing disebabkan pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar. Jika perusahaan ingin meningkatkan usahanya dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus memilih prinsip berbisnis, yaitu produk dengan harga tinggi atau produk dengan biaya rendah, bukan kedua-duanya. Berdasarkan prinsip ini porter menyatakan terdapat tiga strategi generik, yaitu: strategi diferensiasi, strategi keunggulan biaya rendah, strategi *focus*.

Jadi, Strategi bisnis adalah sebuah dokumen yang jelas mengartikulasikan arah bisnis akan mengejar dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuannya.<sup>5</sup>strategi bisnis itu adalah dalam satu kata, keunggulan bersaing. Satu-satunya maksud perencanaan strategi adalah untuk memungkinkan suatu perusahaan memperoleh, seefisien mungkin, kedudukan paling akhir yang dapat dipertahankan dalam menghadapi pesaing-pesaingnya.<sup>12</sup>Strategi bisnis, disebut juga strategi bersaing, biasanya dikembangkan pada level divisi, dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang/ jasa perusahaan dalam industri khusus/ segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut. Strategi bisnis divisi mungkin menekankan pada peningkatan laba dalam produksi dan penjualan produk dan jasa yang dihasilkan.Strategi bisnis sebaiknya juga mengintegrasikan berbagai aktifitas fungsional untuk mencapai tujuan divisi.<sup>6</sup>

### **Konsep Yang Diusung Smart Traditional Market Traders Dapat Dimulai Dari Beberapa Langkah**

Pelaku ekonomi kreatif dalam menggerakkan ekonomi melalui cara yang cerdas, inovatif, dan desain kreatif secara dramatis mempengaruhi kesejahteraan masyarakat khususnya mikro, usaha kecil Menengah. Kreatif peluang ekonomi memaksimalkan potensi dan peluang pertumbuhan ekonomi dan pengembangan; sesuai dengan pendapatnya Purnomo dalam bukunya Ekonomi Kreatif karya Anggri Puspita Sari dkk, mengatakan bahwa kreatif ekonomi adalah penggunaan kreativitas penciptaan inovasi melalui pengembangan teknologi.<sup>7</sup>

Arif Yahya pertama kali menawarkan konsep digital; dia mengatakan bahwa tujuan digital adalah promosi media.<sup>8</sup> Dimana dalam pengelolaan pasar kreatif, ada gangguan dengan konsep digital sebagai media untuk berpromosi pasar kreatif. Sejalan dengan Sunanik pendapat yang dikutip Ikhwanus Sofa, sang kreatif ekonomi diyakini dapat menjawab tantangan masalah jangka pendek dan menengah.<sup>9</sup>

Langkah selanjutnya yang dapat dilakukan adalah dengan memperkuat daya serang pemasaran, yakni berupa penetapan harga yang kompetitif, metode pembayaran yang fleksibel dan pelayanan yang ramah. Artinya, selain prinsip dasar bisnis yang diperkuat sebagai benteng pertahanan penjualan Online, perusahaan atau pelaku usaha wajib memiliki daya serang tajam,

<sup>5</sup> Pengertian Definisi Strategi Bisnis <http://prajuritbatin.blogspot.co.id/2013/10/>. html di akses pada 22 januari 2022

<sup>6</sup> Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, op-cit, h. 43

<sup>7</sup> Anggri Puspita Sari et al., *Ekonomi Kreatif* (Yayasan Kita Menulis, 2020), h. 4

<sup>8</sup> Slamet Mulyana, Meria Octavianti, and Nadila Zahara Faradysa, "*Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pasar Digital Cikundul Sukabumi*," No. 1 (2019), p. 50.

<sup>9</sup> Ikhwanus Shofa, "Pertumbuhan Dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang," *Jurnal Pangrita 1*, No. 1 (2018), h. 76.

dalam hal ini adalah harga. Dalam banyak riset dikemukakan, 80% lebih konsumen menjadikan harga sebagai bahan pertimbangan utama dalam keputusan pembelian (Ristania & Justianto, 2013). Terlebih dalam pasar digital, persaingan harga adalah hal mendasar yang dilakukan oleh para pelaku usaha, pasalnya persaingan sudah melibatkan jutaan penjual dari berbagai penjuru dunia.

Hilangnya batas-batas wilayah dalam pasar digital memaksa para pelaku usaha untuk dapat menghadirkan pelayanan terbaik. Mereka harus berkompetisi untuk menunjukkan siapa yang layak untuk dipilih oleh konsumen, dan yang paling dinamislah yang mendapatkan tempat di hati konsumen. Janah & Wahyuni (2017) menjelaskan, perusahaan atau pedagang yang memberikan banyak pilihan dalam hal pembayaran menunjukkan kuatnya jaringan untuk membangun kepercayaan.

### **Konsep Membangun Jiwa dan Motivasi Berwirausaha**

Para pengusaha, maka beban pemerintah menjadi berkurang. Pasalnya pemerintah tidak harus mengeluarkan biaya operasional gaji pegawai. Berbeda dengan banyak pengusaha atau masyarakat yang melakukan wiraswasta, secara tidak langsung pemerintah dibantu pendapatannya oleh para pengusaha, terlebih pengusaha itu melakukan interaksi jual belinya dengan pihak luar negeri. Jadi menambah devisa negara. Ini pula yang menjadi faktor pendukung kemajuan di negara-negara eropa dan barat dengan jumlah pedagang atau pengusaha lebih besar dibanding pekerja pemerintah (PNS).<sup>10</sup>

Oleh karenanya, harus benar-benar dirumuskan bagaimana cara agar seseorang dengan kesadaran, keberanian, dan keyakinan bahwa memutuskan untuk menjadi seorang pengusaha untuk berwirausaha atau berwiraswasta itu tepat. Jangan sampai membuat keputusan yang 'latah', yaitu ketika orang lain sedang gandrung dan tren didunia wiraswasta atau wirausaha, lantas langsung terjun bebas ke dunia entrepreneur.

### **Memahami Pentingnya Jiwa Kreatif dan Inovatif**

Kata wirausaha berkaitan dengan kegiatan usaha atau kegiatan bisnis pada umumnya. Wirausahawan adalah seseorang yang memiliki kemampuan menilai peluang-peluang usaha (bisnis) dan mengkombinasikan berbagai macam sumber daya (*resources*) yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat untuk meraih keuntungan di masa depan. Wirausaha pada hakekatnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemampuan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif.<sup>11</sup>

Terdapat ciri umum yang selalu ada dalam diri wirausahawan, yaitu kemampuan mengubah sesuatu menjadi lebih baik atau menciptakan sesuatu yang benar-benar baru, atau berjiwa kreatif dan inovatif. Ciri kreatif dan inovatif ini sebagai sifat yang terdapat pada diri wirausahawan.<sup>12</sup>

Seorang wirausahawan tidak hanya dapat berencana, berkata-kata tetapi juga berbuat, merealisasikan rencanarencana dalam pikirannya ke dalam suatu tindakan yang berorientasi pada kesuksesan. Maka dibutuhkan kreativitas, yaitu pola pikir tentang sesuatu yang baru, serta inovasi yaitu tindakan dalam melakukan sesuatu yang baru.

### **Inovasi Bisnis Di Era Digitalisasi**

<sup>10</sup> Erick Muhammad Henrizal, *Membangun Jiwa Entrepreneur*, (Bandung: La Good's Publishing, 2014), h. 2

<sup>11</sup> Muh Yunus, *Islam dan Kewirausahaan Inovatif*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), h. 29

<sup>12</sup> Suharyadi, dkk, *Kewirausahaan, Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 7

Kemajuan era digital ini membuat beberapa orang untuk membangun ruang digital sebagai peluang orang kreatif untuk berkarya serta mendapatkan income dimasa yang akan datang. Dijaman sekarang, dimana jaman yang serba digital serta kemajuan industri kreatif banyak memberikan keuntungan dan peluang bagi para perkerja kreatif. Kesadaran generasi milenial akan pentingnya ekonomi kreatif bagi kemajuan jaman dan era digital terutama di Bali membuat milenial tertarik untuk mengembangkan kesenian dan terjun ke dunia industry kreatif.<sup>13</sup>

Penurunan wisatawan manca negara menjadi penyebab banyak *artshop* tutup, dikarenakan seniman yang berjualan sepi turis potensial selama berbulan bulan di tahun 2021. Mereka tidak memiliki akses marketplace yang aman untuk seniman yang mampu melindungi mereka dari pencurian karya atau mendapat keuntungan dari penjualan ulang karya. Tetapi, kemajuan era digital ini membuat beberapa orang untuk membangun ruang digital sebagai peluang orang kreatif untuk berkarya serta mendapatkan income dimasa pandemi

## **KESIMPULAN**

Pasar tradisional menyimpan peluang besar untuk mempercepat transaksi digital. Kemajuan era digital ini membuat beberapa orang untuk membangun ruang digital sebagai peluang orang kreatif untuk berkarya serta mendapatkan income dimasa yang akan datang. Dijaman sekarang, dimana jaman yang serba digital serta kemajuan industri kreatif banyak memberikan keuntungan dan peluang bagi para perkerja kreatif. Kesadaran generasi milenial akan pentingnya ekonomi kreatif bagi kemajuan jaman dan era digital terutama di Bali membuat milenial tertarik untuk mengembangkan kesenian dan terjun ke dunia industry kreatif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggri Puspita Sari et al., *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Erick Muhammad Henrizal, *Membangun Jiwa Entrepreneur*. Bandung: La Good's Publishing, 2014.
- Ikhwanus Shofa, "Pertumbuhan Dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang," *Jurnal Pangrita 1*, No. 1 (2018).
- Iston Dwija Utama, Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital Di Kota Bandung. *Equilibrium, volume 7, nomor 1, januari 2019. H. 2*
- Muh Yunus, *Islam dan Kewirausahaan Inovatif*, (Malang: UIN Malang Press, 2008).
- Pengertian Definisi Strategi Bisnis <http://prajuritbatin.blogspot.co.id/2013/10/>. html di akses pada 22 januari 2022
- Santy Permata Sari, Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital, *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: p-ISSN 2615-3009 Economic, Accounting, Management and Business e-ISSN 2621-3389 Vol. 3, No. 3, July 2020. 293*
- Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung : Refika Aditama, 2014), hlm.4-5
- Slamet Mulyana, Meria Octavianti, and Nadila Zahara Faradysa, "Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pasar Digital Cikundul Sukabumi," No. 1 (2019).

<sup>13</sup> William Torbeni, Mengenal Nft Arts Sebagai Peluang Ekonomi Kreatif Di Era Digital, *SENADA*, Vol.5, Maret 2022, h. 343

- Suharyadi, dkk, *Kewirausahaan, Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Tri Abdiansyah Perwiranegara, Inovasi Transaksi Ekonomi Berbasis Digital Di Pasar Tradisional Probolinggo, *SOSPOLI*, 1 (3) (2021):2
- William Torbeni, Mengenal Nft Arts Sebagai Peluang Ekonomi Kreatif Di Era Digital, *SENADA*, Vol.5, Maret 2022, h. 343