

Available online at: prosiding.relawanjurnal.id/index.php/comdev
Proceeding of Community Development
Volume 2 (2018): 831-837; DOI: https://doi.org/10.30874/comdev.2018.240
"Memperkuat Produktivitas untuk Ketahanan Ekonomi Nasional"

TIPE ARTIKEL: TRAINING MATERIALS

Panduan Membangun Usaha Rintisan [Guide to Building a Startup Business]

Muhammad Zakky Azhari
Tanri Abeng University, Jakarta, Indonesia
E-mail: muhammad.zakky@tau.ac.id

Abstract

Over the last few years, the startup has become a buzzword in Indonesian entrepreneurial scene. Many young generations are interested and have tried to build startups. They wanted to follow suit the success story of startups turning into large scale businesses, which could be found in Indonesia or abroad. This paper aims to lay out guidelines for anyone who has interests, plans or is in the process of building a startup. Basically, this paper consists of all necessary checklists for building a startup. The list is provided sequentially from the beginning until the end of the stages of building a startup. After reading this paper, readers are expected to have a better understanding of how to build a startup with the right principles.

Keywords: Startup; Entrepreneurship; business.

Abstrak

Dalam beberapa tahun terakhir, istilah startup (usaha rintisan) menjadi sangat populer di dunia kewirausahaan Indonesia. Banyak generasi muda yang tertarik dan berusaha untuk membangun usaha rintisan. Mereka berusaha mengikuti kesuksesan usaha rintisan yang telah berhasil menjadi bisnis dengan skala besar, baik yang di dalam negeri maupun luar negeri. Tulisan ini berusaha untuk memberikan panduan kepada siapapun yang berminat, berencana atau sedang membangun usaha rintisan. Pada dasarnya tulisan ini berisikan daftar hal-hal yang dibutuhkan untuk membangun usaha rintisan. Daftar tersebut disusun secara berkelanjutan atau langkah demi langkah dari awal hingga akhir tahap pembangunan usaha rintisan. Setelah membaca tulisan ini, pembaca diharapkan akan lebih memahami cara-cara untuk membangun usaha rintisan dengan dasar-dasar yang benar.

Kata kunci: Usaha Rintisan; Startup; Kewirausahaan, bisnis

PENDAHULUAN

Pada dasarnya konsep kewirausahaan (Schumpeter, 1912; Knight, 1921; Kirzner, 1973) dekat dengan usaha rintisan. Usaha rintisan (startup) adalah jenis usaha di dalam fase pengembangan dan penelitian pasar (Calopa et al, 2014). Mereka biasanya memiliki proyek usaha yang sangat terkait dengan teknologi dan memiliki potensi pertumbuhan yang sangat besar (Selladurai, 2016). Usaha rintisan (startup) sering disalahartikan sama dengan usaha kecil. Padahal keduanya memiliki perbedaan yang cukup mendasar. Seseorang yang membuka usaha sebuah kafe dan fokus pada keberlangsungan operasional jangka panjang sebuah kafe tersebut dapat dikategorikan sebagai usaha kecil dan bukan usaha rintisan. Di sisi lain, sebuah usaha aplikasi untuk smartphone yang berfungsi menjadi platform untuk pencarian dan pemesanan bagi pelanggan dari seluruh kafe dan restoran di kota-kota besar di

Copyright © 2018, Muhammad Zakky Azhari
ISSN 2615-2924 (online)

Indonesia dan terus berekspansi di lebih banyak kota maupun negara dapat dimasukkan ke dalam kategori usaha rintisan.

Pengembangan Ide Bisnis dengan Skalabilitas

Untuk mencapai ide bisnis dengan potensi pertumbuhan besar dan cepat itu, salah satu kunci utamanya adalah bantuan teknologi atau lebih spesifik lagi teknologi internet dan juga *mobile internet* (*smartphone*). Populasi penduduk Indonesia yang memiliki *smartphone* telah mencapai lebih dari 100 juta (McKinsey, 2018) sehingga menjadi potensi pasar yang luar biasa besar bagi berkembangnya usaha rintisan.

Sebagai bahan referensi untuk membuat ide usaha rintisan, berikut ini adalah beberapa karakteristik usaha rintisan yang ada di Indonesia.

1. *Problem Solving*

Contoh untuk usaha rintisan dengan karakteristik utama problem solving adalah Gojek. Usaha rintisan ini memiliki ide dasar sebagai solusi kemacetan di kota-kota besar di Indonesia atau lebih spesifiknya Jakarta. Selain itu Gojek membantu mempertemukan tukang ojek dengan calon penumpang melalui aplikasi smartphone.

2. Platform

Kebanyakan usaha rintisan customer to customer (C2C) ecommerce di Indonesia memiliki konsep dasar sebagai platform yang mempertemukan penjual dan calon pembeli. Tokopedia dan Bukalapak pada intinya hanya menyediakan platform untuk toko online dan tidak menjual produk mereka sendiri.

3. Financial Technology (Fintech)

Masih rendahnya pengguna layanan bank konvensional di Indonesia menjadi peluang besar bagi usaha rintisan berbasis fintech yang meliputi lending, digital banking dan e wallet. Di antara berbagai jenis fintech itu, e wallet menjadi primadona akhir-akhir ini. Layanan seperti Go Pay dan OVO menjadi alat pembayaran yang bisa digunakan di banyak transaksi.

Prasyarat utama ide usaha rintisan adalah potensi pertumbuhan yang besar (skalabilitas). Untuk mencapai hal itu, konsep *total addressable/available market* (TAM) menjadi penting. Yang dimaksud dengan TAM adalah keseluruhan potensi pasar (*market size*) yang memungkinkan untuk dilayani oleh suatu produk (Corporate Finance Institute, 2018). TAM sangat berguna untuk menunjukkan seberapa besar potensi pertumbuhan dari sebuah usaha rintisan. Jika TAM nya tidak begitu besar, maka kecil kemungkinan bagi usaha rintisan untuk menjadi perusahaan dengan skala besar. Setalah mendapatkan angkat pasti TAM tersebut, usaha rintisan dapat menargetkan berapa *market share* mereka dari segmen yang mereka bisa layani (*serviceable addressable/available market*). Penentuan TAM bisa dilakukan dengan dua cara: *top down* atau *bottom up*. Yang dimaksud dengan *top down* adalah dari data makro berapa besar pasar sedangkan *bottom up* adalah dari ekstrapolasi data mikro yang pernah didapatkan misalnya data dari satu kota diekstrapolasikan ke 500 kota.

Minimum Viable Product

Dalam dunia usaha rintisan, konsep *Lean Startup* (Ries, 2011) sering menjadi panduan dalam mengkonversi ide atau gagasan menjadi suatu produk. Konsep *Lean Startup* pada dasarnya terdiri dari tiga aspek utama yang menjadi sebuah siklus, yaitu membangun (*build*), mengukur (*measure*) dan mempelajari (*learn*).

Copyright © 2018, Muhammad Zakky Azhari
ISSN 2615-2924 (online)

Konsep *Lean Startup* diawali dengan membangun suatu produk yang disebut dengan *minimum viable product* (*MVP*). Yang dimaksud dengan *MVP* adalah versi produk baru untuk sedikit pengguna awal yang memungkinan adanya pembelajaran maksimum yang tervalidasi oleh pengguna sehingga meminimalisir biaya pembelajaran. Dengan kata lain, *MVP* merupakan produk sementara (*beta version*) yang dimaksudkan sekaligus sebagai bahan penelitian kepada pengguna awal agar segera didapatkan *feedback* dari pengguna awal itu untuk dijadikan sebagai bahan perbaikan untuk dijadikan produk yang lebih baik. Jadi *MVP* bukanlah produk final yang sudah jadi bahkan di banyak kasus *MVP* merupakan produk versi awal yang masih sangat sederhana. Dengan adanya *MVP* proses pengukuran *feedback* dari pengguna awal bisa dilakukan dengan cepat sehingga dari data *feedback* tersebut dijadikan pembelajaran untuk perbaikan produk.

Validasi Potensi Pasar (*Market Validation*)

Yang dimaksud dengan validasi potensi pasar (*market validation*) adalah melakukan pengecekan apakah ide produk suatu usaha rintisan dapat diterima oleh sebagian orang yang menjadi pengguna awal (Miles et al, 2014). Istilah lainnya adalah *product market fit* (*PMF*). Ide produk ini bisa sudah berupa *MVP* maupun sebatas ide yang ditanyakan dalam diskusi informal atau melalui bentuk yang lebih formal, yakni *focus group discussion*.

Validasi potensi pasar pada dasarnya mirip dengan konsep riset pemasaran atau survei yang sudah biasa dilakukan oleh perusahaan besar yang sudah mapan. Oleh karena *market validation* dilakukan oleh usaha rintisan yang skalanya belum besar, sudah pasti bentuk pelaksanaannya tidak sebesar riset pemasaran. Akan tetapi jika ada anggaran, sebenarnya bisa saja usaha rintisan melakukan riset pemasaran yang mendalam seperti yang dilakukan perusahaan besar yang sudah mapan.

Salah satu manfaat utama dilakukannya market validation adalah untuk mendapatkan *use case* (kasus penggunaan) dari suatu ide usaha rintisan. Untuk mendapatkan *use case* ini bisa melalui proses riset pemasaran seperti survei atau bisa juga dengan melihat yang sudah dilakukan oleh usaha rintisan lain di negara lainnya. Pada kasus Gojek yang terinspirasi oleh Uber, *use case* yang mereka gunakan salah satunya adalah suksesnya Uber di negara lain.

Inovasi Model Bisnis

Model bisnis merupakan salah satu area utama inovasi yang dilakukan oleh usaha rintisan. Di antara berbagai aspek model bisnis yang biasa dipelajari di sekolah bisnis seperti yang terangkum dalam *business model canvas*, aspek *value proposition, revenue stream* dan *cost structure* menjadi perhatian utama untuk berinovasi bagi usaha rintisan (Sonninen, 2016).

Aspek pertama yang menjadi poin penting dalam inovasi model bisnis usaha rintisan adalah *value proposition*. Kenapa ini menjadi penting lagi dalam pembahasan inovasi model bisnis adalah karena usaha rintisan seringkali melakukan penambahan-penambahan layanan atau fitur untuk memaksimalkan monetisasi (penerimaan) dari setiap pengguna. Misalnya Gojek pada awalnya hanya memiliki layanan ojek *online* kemudian menambahkan layanan Gocar, Gofood, Gopay, Goshop, Golife dan sebagainya.

Poin penting untuk inovasi model bisnis berikutnya adalah *revenue stream*. Di dunia usaha rintisan, banyak sekali contoh bentuk monetisasi yang kreatif dan tidak seperti bisnis pada umumnya. Salah satu contohnya adalah model *freemium*. Yang dimaksud dengan *freemium* adalah pemberian layanan secara gratis untuk fitur yang dasar dan adanya biaya bagi pengguna untuk fitur yang premium. Misalnya usaha

Copyright © 2018, Muhammad Zakky Azhari

ISSN 2615-2924 (online)

rintisan layanan cloud Dropbox untuk penyimpanan sampai 2 GB masih gratis tetapi untuk penyimpanan di atas itu pengguna harus membayar sesuai dengan paket kapasitas yang dipilih.

Poin penting terakhir untuk inovasi model bisnis ialah *cost structure*. Di banyak kasus usaha rintisan, biaya yang cukup besar biasanya digunakan untuk akuisisi pengguna atau mempertahankan pengguna dengan cara memberikan subsidi atau potongan harga agar banyak pengguna baru yang menggunakan layanan usaha rintisan tersebut atau mempertahankan pengguna agar tetap menggunakan layanannya. Misalnya usaha rintisan seperti Gojek dan Grab seringkali memberikan harga promo atau potongan harga dengan tujuan membuat pengguna tetap menggunakan layanan mereka

Go to Market Strategy

Yang dimaksud dengan *go to market strategy* bagi usaha rintisan pada dasarnya mirip dengan strategi pemasaran yang meliputi seluruh elemen marketing mix (*product, price, place, promotion*). Hanya saja yang menjadi titik penting bagi usaha rintisan terletak pada strategi harga dan promosi. Istilah yang lebih umum digunakan dalam dunia usaha rintisan adalah strategi akuisisi pengguna (*user acquisition strategy*) dan strategi retensi pengguna (*user retention strategy*). Di dalam kedua strategi tersebut mengandung elemen strategi harga dan promosi.

Strategi akusisi pengguna mencakup bagaimana suatu layanan yang ditawarkan usaha rintisan mampu secepat mungkin memiliki basis pengguna yang besar. Untuk mencapai kondisi yang diharapkan tersebut, strategi kreatif dan inovatif sangat diperlukan oleh usaha rintisan. Contoh bagaimana di tahap awal Tokopedia mempercepat kenaikan jumlah toko *online* yang ada di platformnya adalah salah satu contoh kasus menarik. Tim Tokopedia menjadikan hampir seluruh penjual ITC Roxy dan Ambasador yang kebanyakan merupakan penjual barang elektronik untuk membuka toko *online* di Tokopedia.

Berikutnya strategi retensi pengguna banyak dilakukan oleh usaha rintisan untuk selain mempertahankan juga untuk meningkatkan transaksi setiap pengguna. Adanya sistem poin untuk setiap transaksi menjadi salah satu contoh dari strategi retensi pelanggan. Poin tersebut dapat ditukarkan menjadi potongan harga untuk transaksi menggunakan layanan usaha rintisan tersebut.

Proyeksi Keuangan

Bagi mahasiswa sekolah bisnis atau lebih khusus lagi yang memilih konsentrasi keuangan, proyeksi keuangan (*financial model*) tentu bukan sesuatu yang asing. Proyeksi keuangan untuk usaha rintisan pada prinsipnya sama dengan proyeksi keuangan pada umumnya.

Seperti proyeksi keuangan pada umumnya elemen yang harus ada adalah asumsi yang digunakan, proyeksi laba rugi, proyeksi neraca dan proyeksi arus kas. Yang menjadi poin penting dan menjadi perhatian utama bagi usaha rintisan yang pertama adalah asumsi jumlah pengguna dan asumsi penerimaan (omset). Dan seperti banyak dijelaskan sebelumnya bahwa ekspektasi tinggi terhadap usaha rintisan untuk dapat mengalami pertumbuhan besar yang cepat (*astronomical growth*) akan mudah terdeteksi pada asumsi proyeksi jumlah pengguna dan asumsi penerimaannya. Asumsi yang dibuat harus berdasarkan TAM (*total addressable market*) dan SAM (*serviceable addressable market*) yang ada serta proyeksi *share* yang didapatkan oleh suatu usaha rintisan.

Poin penting yang kedua adalah proyeksi arus kas. Ini menjadi sangat penting karena setiap pemberian dana yang dilakukan oleh *venture capital* pasti akan ada proyeksi jangka waktu berapa lama akan habis (*runway*). Misalnya dana seri A sebesar 2 miliar rupiah akan habis dalam waktu 1 tahun, kemudian dana seri B 10 miliar akan habis dalam kurun waktu 2 tahun, dan seterusnya.

Copyright © 2018, Muhammad Zakky Azhari
ISSN 2615-2924 (online)

Kemudian poin penting selanjutnya dari proyeksi keuangan adalah valuasi perusahaan dengan menggunakan metode *discounted cashflow* (*DCF*). Ini merupakan salah satu cara valuasi perusahaan usaha rintisan di samping metode lainnya seperti *market-based valuation* dan lain-lain. Tujuan dibuatnya valuasi metode *DCF* ini sebagai persiapan untuk perhitungan seandainya dibutuhkan dalam tahap penggalangan dana.

Pitch Deck

Pada dasarnya *pitch deck* atau *investor deck* merupakan sebuah materi presentasi yang ditujukan untuk calon investor (*angel investor atau venture capital*) dari suatu usaha rintisan. Jangan tertukar antara *pitch deck* dengan *business plan*. *Pitch deck* merupakan sekitar 10-12 halaman presentasi sedangkan *business plan* adalah sekitar 50-100 halaman dokumen. Dalam dunia usaha rintisan *pitch deck* lebih digunakan daripada *business plan* karena dengan *pitch deck* suatu usaha rintisan memiliki kesempatan untuk mempresentasikan usaha rintisannya dengan bantuan visual yang menarik dan bisa jadi akan mampu memukau calon investor. Ada beberapa elemen materi yang harus ada di dalam *pitch deck* ini. Berikut ini adalah *checklist* yang harus ada di dalam sebuah *pitch deck*.

Tabel Daftar *Checklist* untuk *Pitchdeck*

No	Item
1	*Value Proposition*
2	*Market Validation*
3	*Market Size (TAM)*
4	*Market Landscape (competitive set)*
5	*Go to Market Strategy*
6	*User Growth Projection*
7	*Financial Projection*
8	*Funding Requirement & Allocation Plan*
9	*The Team*

Penggalangan Dana (*Fundraising*)

Setelah *pitch deck* selesai disiapkan, tahap selanjutnya adalah menggunakan *pitch deck* itu untuk melakukan penggalangan dana. Dalam dunia usaha rintisan, penggalangan dananya biasa dikenal dengan istilah *funding rounds* (tahapan pendanaan) yang terdiri dari *seed funding, series A, series B*, dan series C.

Tahapan pendanaan pertama usaha rintisan adalah *bootstrapping* atau pendanaan sendiri yang bisa berasal dari dana pendiri, keluarganya atau teman-temannya. Pendanaan *bootstrapping* biasanya tidak besar dan hanya cukup untuk tahap sangat awal dari usaha rintisan yang digunakan untuk melakukan penelitian konsep ide usaha rintisan dan melakukan perencanaan usaha. Tidak semua usaha rintisan melalui tahap *bootstrapping* ini dan bisa saja langsung loncat ke tahapan *seed funding*.

Tahapan kedua disebut dengan *seed funding*. Dana *seed funding* didapatkan dari investor yang dinamakan *angel investor* yang biasanya merupakan individu dengan aset melimpah dan berkomitmen untuk berinvestasi dengan ekuitas yang kecil di suatu usaha rintisan. *Seed funding* ini secara jumlah lebih banyak dari dana *bootstrapping* tetapi hanya cukup untuk digunakan dalam pengembangan *MVP* (*minimum viable product*) hingga peluncuran untuk pengguna awal. Masih terdapat perbaikan di banyak hal di tahapan *seed funding* ini sebelum melangkah ke tahapan yang sudah *fully commercial*.

Copyright © 2018, Muhammad Zakky Azhari

ISSN 2615-2924 (online)

Tahapan ketiga dan selanjutnya disebut dengan *series A, B* dan *C* yang jumlahnya relatif besar dan berasal dari *venture capital*. Hasil pendanaan di tahap ini dipergunakan untuk ekspansi usaha rintisan hingga mencapai skala yang masif. Setelah tahapan *series funding* ini, usaha rintisan melakukan pendanaan seperti perusahaan besar misalnya *mezzanine financing* atau *IPO*.

Manajemen Tim

Untuk membentuk tim ideal di usaha rintisan, dibutuhkan tiga jenis sumber daya manusia yang disebut dengan *hacker, hipster* dan *hustler* (Ellwood, 2012). Ketiga jenis sumber daya manusia ini diperlukan untuk membentuk tim usaha rintisan yang bisa bekerja maksimal.

Yang dimaksud dengan *hacker* adalah tim *IT/developer* yang handal yang memiliki peran menciptakan *website* dan aplikasi. Mereka pada umumnya adalah para teknisi computer yang ahli dalam pengembangan *website* dan aplikasi. Dalam jurusan perkuliahan, mereka pada umumnya berasal dari jurusan komputer.

Jenis sumber daya manusia berikutnya disebut dengan *hipster* yang maksudnya adalah tim desainer yang ahli dalam menciptakan desain *website* dan aplikasi sehingga memiliki *user experience* (*UX*) yang baik yang mampu menarik minat pengguna. Mereka rata-rata memiliki kepekaan artistik yang tinggi dan mampu menciptakan desain yang memiliki nilai keindahan tinggi.

Jenis sumber daya manusia yang ketiga adalah *hustler*. Mereka berperan besar sebagai otak bisnis dari usaha rintisan dan mampu membangun jaringan dengan *venture capitalist*. Mereka juga biasa disebut sebagai "*growth hacker*" yang mampu memasarkan produk usaha startup sehingga digunakan oleh banyak pengguna dan atau membesarkan skala usaha rintisan menjadi besar.

SIMPULAN

Usaha rintisan memiliki ciri-ciri tertentu yang membedakannya dengan jenis usaha yang lainnya. Faktor pertumbuhan pesat dan skalabilitas menjadi faktor yang sangat penting dalam pembangunan usaha rintisan. Di samping itu, *minimum viable product* dan *market validation* menjadi tahapan selanjutnya yang juga penting. Dalam pembangunan usaha rintisan, inovasi model bisnis dengan cara yang kreatif dan inovatif sangat dibutuhkan untuk mencapai model bisnis yang disruptif. Setelah itu, *go to market strategy* dan proyeksi keuangan menjadi vital untuk dapat disusun menjadi suatu *pitch deck* untuk penggalangan dana. Dan terakhir manajemen sumber daya manusia dengan komponen utama yang dibutuhkan usaha rintisan menjadi catatan penting dalam pembangunan usaha rintisan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada segenap civitas akademika Tanri Abeng University yang telah membantu dan memotivasi agar tuliasan ini dapat terselesaikan.

REFERENSI

Calopa, M. Klacmer, Horvart J, Lalic M, (2014) Analysis of Financing Sources for Startup Companies, *Management* Vol 19

Corporate Finance Institute (2018) Total Addressable Market retrieved from www.corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/total-addressable-market-tam/

Copyright © 2018, Muhammad Zakky Azhari
ISSN 2615-2924 (online)

Elwood, Andy (2012) The Dream Team: Hipster, Hacker, and Hustler retrieved from www.forbes.com/sites/andyellwood/2012/08/22/the-dream-team-hipster-hacker-and-hustler/

Knight, Frank H. Risk (1921), Uncertainty, and Profit, Boston: Houghton Mifflin

Kirzner, Israel (1973) *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press

McKinsey (2018) The Digital Archipelago: How Online Commerce Is Driving Indonesia's Economic Development

Miles, Morgan P., Little, Victoria, Brookes, Richard, Morris, SC, (2014), Market Validation in the Context of New High Tech Ventures, Research Gate

Selladurai, M. (2016) Conceptual Framework on Technopreneurship, SELP Journal of Social Science vol VII, issue 27, January-March 2016

Ries, Eric (2011) The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. New York: Currency

Schumpeter, J.A. (1912) *The Theory of Economic Development, tenth printing 2004*, Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey.

Sonninen, Anna (2016) *Strategic Management: Business Model Canvas for Startup Company Haaga Helia*.

Copyright © 2018, Muhammad Zakky Azhari

ISSN 2615-2924 (online)