

2014, Digitalpreneur kian Optimistis

Memasuki 2014, uang berputar kian kencang di dunia daring, begitu pula transfer pengetahuan dan teknologi. Indipreneur menjadi salah satu mesinnya.

Bisnis Berbasis Internet dari Kemantren

Iis ZATNIKA

KERIUHAN itu berlangsung di toko-toko maya, penyedia aneka produk dan jasa, dan dikendalikan melalui laptop atau telepon pintar. Kini, pebisnis daring bisa tanpac gas kian dalam dengan Program Indipreneur dari PT Telkom. Target yang disasar ialah meraup untung dari potensi besar keramaian transaksi daring sekaligus berkontribusi buat para pengusaha mikro, menengah, juga para *startup*, usaha belia yang baru dirintis itu.

Salah satu jagoan program itu ialah *smartbisnis.co.id*. Di portal, para wirausaha memamerkan produk sekaligus menyerap aneka kiat bisnis. Tersedia pula fasilitas pembuatan situs gratis serta aneka aplikasi.

Beberapa pengusaha telah mendapat manfaat dari program yang dinaungi proyek Indonesia Digital Network (IDN). Mereka terdiri dari pengusaha berbasis *dropship* yang nyaris tak mengeluarkan modal, wirausaha yang menjalankan perniagaan, hingga mereka yang berkreasi membuat produk-produk berbasis teknologi informasi.

NUR Awaluddin, 38, dan istrinya, Nuril Herawati, 35, sempat mengundang perhatian para tetangga dan kerabatnya di Desa Kemantren, Kecamatan Gedeg, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Mereka bertanya-tanya tentang pekerjaan Nur yang sehari-hari selalu ada di rumah, tapi terlihat punya pendapatan memadai. Mereka bahkan berseloroh keduanya mempraktikkan babi *ngepet*, memperkaya diri dengan menggantungkan rezeki pada makhluk halus.

Keduanya tak terlihat melakukan aktivitas perniagaan, pun tak menjadi pegawai. “Heran mereka kepada kami *hahahaha*. Bukan cuma tetangga, saudara juga,” kata Nur yang perusahaannya masuk kategori teknologi informasi di direktori *smartbisnis.co.id*.

Di portal itu, Nur memuat dua bisnisnya sekaligus. Bisnis pertama, pembuatan situs web, serta membuat *plugin* atau fasilitas tambahan situs. Bisnis kedua, yang dikelola sang istri, ialah distribusi hidrogel, media yang memu-



Nur Awaluddin dan Nuril Herawati, berbisnis hidrogel dan desain *website*.

lihat kondisi kawasan tandus. Sejak setahun lalu, Nur dan Nuril sepakat menjadi wirausaha sepenuhnya setelah merintis bisnis sambil menjadi pegawai. Usaha berbasis daring dipilih setelah lima tahun sebelumnya sempat merintis usaha pendidikan yang sarat modal untuk sewa bangunan dan menggaji pegawai. Kini, dengan mengandalkan akses

Speedy seharga Rp200 ribu serta ongkos membeli domain Rp500 ribu, kedua bisnis itu menjadi tumpuan keluarganya. Sebanyak 10 situs seharga Rp1,5 juta hingga Rp4 juta dihasilkan dalam setahun. Ada pula layanan pengembangan situs seharga Rp500 ribu hingga Rp1 juta yang dalam sebulan bisa mencapai empat buah, ditambah penjualan hidrogel hingga 3 kuintal.

“Tahun depan, bisnis berbasis *online* makin cerah. Tantangannya, belajar serta menjaga kepercayaan. Dengan banyaknya identitas kita di berbagai platform, termasuk *smartbisnis*, orang makin percaya. Di masa depan, semoga sistem pembayaran kian beragam dan infrastruktur semakin baik sehingga orang di desa seperti kami, tanpa perlu modal banyak, bisa bekerja membuat *website* bagi orang dari belahan dunia mana pun,” kata Nur yang baru saja menuntaskan *lofmart.com*, situs toko hasil pertanian yang melengkapi portofolionya.



Adang Nur, merintis bisnis dengan *dropship*.

Modal Nyaris Nol

KETIKA ditemui pada petang hari, sesuai bekerja sebagai spesialis media sosial di sebuah agensi digital di kawasan Jakarta Barat, Adang Nur, 25 mengaku tak membawa serta produk sandal lucu yang kini jadi dagangan utamanya. Padahal, penjualan yang ia bukukan dari hasil produksi mitranya di Sidoarjo, Jawa Timur, terbilang lumayan, mencapai Rp1 juta hingga Rp5 juta per bulan.

Namun, karena memilih bisnis *dropship*, ia nyaris tak pernah bersentuhan langsung dengan produk yang setiap hari dipromosikannya melalui *senjakota.smartbisnis.net* serta berbagai platform lainnya.

“Memang sih, harusnya minimal pernah beli satu kali dan memilikinya. Jadi,

kita bisa melayani juga meraih kepercayaan konsumen. Ini pas tidak dibawa. Bisnis *dropship* itu legal, lazim, dan tak melanggar etika. Kita membantu promosi dan produsen mengirim barang atas nama kita ke konsumen,” kata Adang yang mengaku membukukan margin hingga 20%, dari bisnis *dropship* yang digelutinya sejak 1,5 tahun lalu.

Saat ditemui pertengahan pekan ini, selepas menunaikan tugasnya sebagai staf media sosial, Adang mengaku membuka *senjakota.smartbisnis.net* sejak Agustus 2013 lalu.

“Di Indipreneur ini tersedia juga domain dan aplikasi gratis yang mudah digunakan. Kita juga bisa mengeksplorasi *skill-skill* di dalamnya. Itu yang membuat saya tertarik setelah melihat

informasinya di *Facebook*,” kata Adang yang mengaku nyaris nihil mengeluarkan modal kecuali buat akses internet yang nilainya berkisar pada angka Rp100 ribu per bulan, selain tentunya laptop dan gadget buat melayani pembeli mengobrol di aneka aplikasi.

Adang yang punya target menjadi pebisnis penuh waktu dan menyangkal label *digitalpreneur* itu kini tengah melengkapi usahanya dengan membuka toko sungguhan di kampung halamannya, Kuningan, Jawa Barat, dan menghimpun lima *reseller*.

“Jika mau berkesinambungan, bisnis *online* ini menjadi infrastruktur. Namun, harus ada bisnis di dunia nyata. Nah, buat menambah modal, transaksi *online* saya juga harus kencang. Maka-

nya saya berharap *traffic* di *smartbisnis.co.id* makin bagus, dipromosikan, sehingga peluang makin besar,” kata pria yang mengaku menyempatkan minimal sejam dalam sehari buat memelihara toko daringnya itu.

Kini, pembelinya, sebagian telah jadi pelanggan, yang tersebar di Pulau Jawa, Kalimantan, Bali, Sumatra, hingga Papua, membuatnya kian yakin dengan masa depan bisnis digital. Apalagi, jajaran produk yang pernah dijajaknya buat dijual, mulai kopi, bantal selimut, hingga alat jahit instan, nyaris semuanya sukses diserap pasar.

Namun, kini ia memutuskan fokus di sandal lucu, alas kaki bergambar karakter kartun, karena order yang senantiasa bagus.

Konsisten pada Keripik



Imelda Kusuma, pemilik distribusi aneka keripik berbasis daring.

DI halaman utama *smartbisnis.co.id*, *banner* bergambar keripik kentang bermerek Ceu Tety dengan ilustrasi wajah perempuan langsung menyita perhatian.

Pemilik usaha itu, Imelda Kusuma, langsung mengiakn ketika diminta bertemu pada Hari Natal. Ya, karena tanggal merah dan jam pulang kantor merupakan waktu pengembangan bisnis buat konsultan teknologi informasi di perusahaan peranti lunak itu.

Iklan itu, kata Imelda, ialah salah satu limpahan fasilitas gratisan dari portal bisnis sekaligus mal daring itu. Anggota *smartbisnis* bertambah ratusan setiap harinya dan pada pertengahan pekan ini mencapai 49.102. “Dari berbagai platform yang aku gunakan untuk berjualan, sebagian pembeli tahu produk keripik aku dari situs ini. Sementara aku masih daftar yang gratis, tapi jika hasilnya bagus, tak menutup kemungkinan aku bersedia membayar untuk mendapat fasilitas yang lebih bagus,” kata perempuan yang mengaku serius menjalani bisnis distribusi keripik setelah sempat menjual pakaian hingga cendera mata ketika memulai bisnis dua tahun lalu itu.

Kini, selain Ceu Tety, Imelda juga menjadi distributor buat Mr Monkey keripik pisang aneka rasa, keripik jagung Mang Toso, serta

keripik singkong Karuhun. Menjadi distributor membuatnya mesti mengeluarkan modal buat stok hingga Rp7 juta.

Namun dahsyatnya, minat belanja daring membuat stok 3.000 bungkus keripik seharga Rp15 ribu per buah itu ludes kurang dari sebulan. “Aku memang mendapat diskon dan perlakuan istimewa sebagai distributor. Beberapa produsen akan membatasi distributor di wilayah tertentu. Selain buat stok, ongkos yang dibutuhkan hanya untuk akses internet sekitar Rp100 ribu per bulan dan infrastruktur. Itu pun jika harus membeli, sekitar Rp200 ribu per tahun,” kata perempuan yang ketika ditemui di kawasan Kebon Jeruk, Jakarta Barat, membawa serta produk-produknya yang ia klaim bebas pengawet, minim penyedap, disertai label halal dan izin Badan Pengawas Obat dan Makanan.

Kunci kesuksesan bisnis daring perempuan yang bertekad menjadi wirausaha penuh waktu itu, menentukan produk yang pas buat dilempar ke khalayak internet. Ia memilih keripik karena produk

yang 70% pelanggannya perempuan dari berbagai kalangan, mulai mahasiswa, pekerja, hingga ibu rumah tangga itu bisa dipasarkan kepada beragam audiens.

Selain punya prosedur meninjau dan berkomunikasi langsung dengan produsen buat memastikan kualitas produk, Imelda juga telaten memastikan pengemasannya terjaga baik agar keripiknya tak hancur.

Kiat yang tak kalah penting yakni menjalin komunikasi dengan pelanggannya yang tersebar di Jakarta, Makassar, hingga Aceh. Buahnya, sebagian konsumen bisa mengulang ordernya sebulan sekali.

“Di masa depan, *online* tetap aku garap, tapi *offline*-nya juga, kira-kira porsinya 30%. Itu sudah dimulai dengan bekerja sama dengan sebuah butik, tapi basisnya tetap *online*. *Offline* diperlukan agar konsumen juga produsen juga lebih percaya,” kata perempuan yang membangun situsnya menggunakan laptop dan berkomunikasi dengan pelanggannya lewat telepon pintar itu. Kriuk keripiknya, sedap bisnisnya! (M-6)

Dahsyatnya, minat belanja daring membuat stok 3.000 bungkus keripik seharga Rp15 ribu per buah itu ludes kurang dari sebulan.

Jaringan Maya, Untung Nyata

MELALUI internet, para wirausaha belajar, mencari peluang, dan terus mengembangkan diri, baik penguasaan teknis maupun jaringan. Muhammad Awaluddin, Enterprise and Wholesale Director of Telkom, seperti ditulis dalam *Smartbisnis.co.id*, menargetkan 100.000 pengusaha mikro, kecil, dan menengah terjaring dalam program Indipreneur. Payung besarnya, proyek *Indonesia Digital Network* (IDN) yang menargetkan 5 juta pelanggan *broadband*

dan 1 juta *wi-fi* pada 2013.

Salah satu amunisi buat mewujudkan IDN ialah ID *Convergence* yang berbasis *next generation network* (NGN). ID *Convergence* menyasar korporasi pada program *Indonesia Digital Ecosystem* (Indico), sedangkan *Indonesia Digital Society* (Indiso) menargetkan komunitas, termasuk para pengusaha mikro dan menengah. Indipreneur ialah salah satu wujud Indiso.

“Sekitar 56,5% total *gross domestic*

product (GDP) Indonesia dihasilkan pengusaha mikro dan menengah, yang melibatkan 59 juta orang. Kami melihat mereka sebagai potensi, sekaligus sasaran kontribusi kami,” kata Awaluddin.

Jika program-program itu terealisasi dengan baik, pebisnis-pebisnis tangguh seperti Nur Awaluddin, Nuril Herawati, Imelda Kusuma, dan Adang Nur akan terus berbiak dan membawa kabar gembira buat negeri ini. (Zat/M-6)

Aneka Infrastruktur dan Aplikasi agar Bisnis kian Moncer

Indipreneur, kependekan dari Indonesia Digital Entrepreneur, memberikan aneka fasilitas buat pebisnis pemula, mikro, juga medium, di antaranya:

Portal *smartbisnis.co.id*, berisi fitur:

- Direktori UKM
- Katalog produk, fitur, dan fasilitas untuk *sharing* dan promosi
- *Sitebuilder* atau
- pembuatan situs UKM
- *Marketplace*, mempertemukan konsumen dan pemilik bisnis

Mobilekiosk, yang dirancang untuk mendatangkan para pengusaha ke lokasi serta memberikan sosialisasi dan edukasi aplikasi teknologi informasi. Ditargetkan beroperasi di 110 kota.

Situs bostoko.com, yang memuat fasilitas Dokuku berisi aneka aplikasi bisnis yang dirancang sederhana, mudah, dan murah karena harganya mulai Rp100 per transaksi. Aplikasi itu di antaranya:

- modul penjualan
- pembayaran
- pembelian
- utang piutang
- stok
- pelaporan Jamsostek



Sumber: Indipreneur