Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan
e-ISSN: 2986-7266
Vol. 01 No. 01, Maret 2023

Bisnis *Online*: *Saving The Future*

Mohamad Saiful Muarifin[1*], Riris Dwi Anjani[2], Adhik Ryan Niko Putratama[3], Masduki Asbari[4]

[1,4]Universitas Insan Pembangunan Indonesia, Indonesia
[2]Unirvesitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia
[3]Universitas Merdeka Madiun, Indonesia

*Corresponding author: mohamadssaiful18@gmail.com

Abstrak – Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perspektif Jeff Budiman dari chanel youtube TEDxTalks yang berjudul " Saving The Future ". Pada studi ini peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melakukan metode simak catat karena sumber data yang diperoleh dengan menyimak narasi lisan. Hasil studi ini menjelaskan tentang meyelamatkan masa depan atau disebut juga dengan Saving The Future. Studi ini juga menyebutkan bahwa menyelamatkan masa depan dengan cara mendirikan bisnis dengan cara memasarkan bahan produk melalui media sosial, karena itu agar semua tahu kemungkinan indonesia pada vektor usia produktif yang lebih banyak maka indonesia akan di prediksi mempunyai golden next generation pada tahun 2045, dikarenakan banyak negara juga mengaku bahwa kita akan menjadi stopwatch, dan akan di akui dunia.

Kata Kuci – Pemasaran Bisnis Melalui Aplikasi E-Comerse dan Pemanfaatan Media Sosial

Abstract – *The purpose of this research is to find out Jeff Budiman's perspective from the TEDxTalks youtube channel entitled "Saving The Future". In this study, the researcher used a descriptive method by observing the notes method because the source of the data was obtained by listening to oral narratives. The results of this study explain saving the future or also called Saving The Future. This study also states that saving the future by setting up a business by marketing product materials through social media, therefore so that everyone knows the possibility of Indonesia at a more productive age, Indonesia will be predicted to have the golden next generation in 2045, because many countries also confess that we will be a stopwatch, and will be recognized by the world.*

Keywords *– Business Marketing Through E-Commerce Applications, Utilization of Social Media*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang yang dikenal dengan perkembangan tekonologi di yang semakin maju dan berkembang pesat saat ini. Sebagaimana tekonologi komunikasi lainnya. Tekonologi internet berkembang dan menyatu dalam sebuah dunia atau tempat dimana

orang dapat berkomunikasi bertemu dan melakukan aktivitas ekonomi atau bisnis. Ekonomi digital adalah suatu fenomena yang baru muncul terkait dengan aspek ekonomi makro. Di era seperti ini internet memegang peran sangat penting dalam kehidupan masyarakat di indoesia. Internet mejadi media yang digunakan oleh kalangan dari anak kecil sampai dengan orangtua. Hal ini dikarenakan pada kehidupan yang maju membutuhkan internet untuk menemukan informasi dengan cepat dan bisa diguakan untuk bisnis seperti bisnis online.

Banyak isu yang menyebutkan bahwa pergaulan remaja saat ini sangat bebas, maka dari itu manfaat dari internet saat ini selain hanya untuk berkomunikasi, bermain game bisa juga di gunakan untuk melakukan bisnis online karena dengan cara membuka bisnis online setidaknya mampu menyelematkan masa depan para remaja saat ini. Bisnis online melalai internet saat ini pada dasarkan adalah bisnis yang menjanjikan karena perlu diingat bahwa pasarnya dalah pengguna internet di seluruh dunia.

Faktor kunci dalam setiap penjualan online yaitu kepercayaan. Dengan adanya kepercayaan maka pihak konsumen akan melakukan pembelian pada produk yang kita jual secara online. Dalam pembelian online konsumen tidak perlu menyentuh bahan dan hanya bisa melihat melalui gambar yang tersedia di toko online yang kita jual. Kepercayan dapat diartikan pondasi yang kuat dalam menentukan sukses atau tidaknya e-commerce kedepannya. Untuk menarik minat konsumen untuk berkunjung melalui situsnya, oleh karena itu para pendiri e-commerce harus membangun kepercayaan yang tinggi bagi calom konsumen.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang peneliti gunakan dalam penelitian adalah pendekatan kualitatif deskriptif. menjelaskan bahwa penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yakni ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk mendalami tentang suatu gejala, fakta dan realita, masalah serta peristiwa yang dapat dipahami oleh peneliti secara mendalam. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mengetahui seberapa penting peran media sosial untuk pemasaran bisnis online secara praktis hasil penelitian dari artikel ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan pengetahuan lebih luas serta masukan bagi pengguna sosial media dalam melajukan pemasaran bisnis online menggunakan media internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Generasi muda juga sebagai tulang punggung masa depan karena kalangan remaja dipandang perlu untuk membekali diri dengan semangat dan jiwa berwiusaha. Generasi muda ditantang untuk menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dengan cara menciptkan ide yang inovatif. Pembekalan jiwa berwirasaha perlu disiapkan sejak sekarang, karena untuk perkebangan bangsa. Jiwa kewiusahaan yang dibangun sekarang nantinya bisa dirasakan manfaatnya pada masa depan. Dengan semangatnya generasi muda dengan menjalankan bisnis online diharapkan dapat menciptkan lapangan pekerjaan sendiri dan mampu membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat atau orang lain.

Bisnis online merujuk pada semua jenis kegiatan online yang menggunakan internet. Bisnis online menawarkan fleksibilitas yang tinggi, dapat dijalankan dari mana saja dengan koneksi internet, dan memberikan potensi pasar yang lebih luas daripada bisnis fisik. Namun, seperti halnya bisnis lainnya, bisnis online juga memerlukan perencanaan, strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan dedikasi yang serius untuk berhasil. Penjualan secara online memiliki banyak kelebihan daripada penjualan secara offline, karena pada masa pandemic Covid-19 hampir seluruh kegiatan tidak boleh dilakukan diluar rumah. Semua kegiatan

dilakukan serta diupayakan dilakukan secara virtual. Pada saat masa pandemic, menjalankankan bisnis online sangat tepat, selain keterbatasa kontak fisik secara langusng, bisnis online akan memudahkan pemasaran produk dan tranksaksi tetap berjalanan tanpa adanya pertemuan langsung antara pembeli dengan penjuan. (Rakib,2020). Beberapa aktivitas bisnis yang dapat dilakukan dengan melalui bisnis online antara lain seperti kegiatan pemasaran, promosi, transaksi, pembayaran, maupun kegiatan lainnya yang memerlukan inovasi dan pengembangan mengandalkan jaringan internet. Semakin majunya bisnis online di Indonesia juga dipengaruhi oleh beberapak faktor yaitu perkembangan hp yang semakin pesat karena pada era sekarang Sebagian besar masyarakat memiliki hp, daya minat masyrakat membeli seusatu secara online dari tahun ke tahun, dan yang terakhir masyarat yang semakin pintar teknologi sehingga memudahkan meyesuaikan diri dengan tekonologi baru. Tujuan adanya bisnis online dapat memiliki pengetahuan dalam menanfaatkan social media dalam mejalanankan bisnis. fleksibilitas waktu dan tempat yang lebih besar, dan banyak lagi. Selain tujuan, Adapun manfaat dari bisnis online mampu merancang bisnis online dalam social media seperti WhatApp, Instagram, Facebook dan Instagram serta aplikasi lainnya yang tersedia dalam mempromosikan produk sehingga mampu memberikan keuntungan bagi usaha yang dijalankan dan juga bisa membuka lapangan pekerjaan sendiri.

Bisnis online memiliki banyak manfaat yang dapat mempengaruhi kesuksesan dan keuntungan perusahaan. Berikut ini adalah beberapa manfaat utama bisnis online:

1. Akses Pasar Yang Luas
   Dengan bisnis online, produsen dapat menjangkau pelanggan potensial di seluruh dunia. Dan tidak terbatas pada wilayah geografis tertentu, sehingga dapat meningkatkan potensi penjualan dan pertumbuhan bisnis.
2. Biaya Operasional Yang Lebih Rendah
   Bisnis online memiliki biaya operasional yang lebih rendah dibandingkan dengan bisnis fisik. Pelaku produsen tidak perlu membayar sewa atau biaya overhead untuk toko fisik, staf yang besar, atau inventaris besar.
3. Fleksibilitas Waktu Dan Tempat
   Bisnis online memungkinkan produsen untuk bekerja dari mana saja dan kapan saja, selama memiliki koneksi internet. Dan tidak terikat oleh jadwal kerja yang kaku dan dapat mengatur waktu sendiri. Ini memberikan fleksibilitas yang besar, terutama bagi mereka yang ingin menjalankan bisnis sampingan atau memiliki tanggung jawab lain.
4. Interaksi Yang Lebih Mudah Dengan Pelanggan
   Melalui platform online, produsen dapat berinteraksi dengan pelanggan secara langsung. Ini dapat dilakukan melalui obrolan langsung, email, atau media sosial. Menggunakan teknik ini dapat membantu memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan.
5. Pembayaran Dan Transaksi Yang Mudah
   Dengan bisnis online, pelaku produsen dapat menawarkan berbagai metode pembayaran kepada pelanggan, termasuk kartu kredit, transfer bank, dan pembayaran digital. Ini membuat proses pembelian dan transaksi menjadi lebih mudah bagi pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan tingkat konversi dan kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Dengan semangatnya generasi muda dengan menjalankan bisnis online diharapkan dapat menciptkan lapangan pekerjaan sendiri dan mampu membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat atau orang lain. Bisnis online merujuk pada semua jenis kegiatan online yang menggunakan internet. Namun, seperti halnya bisnis lainnya, bisnis online juga memerlukan perencanaan, strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan dedikasi yang serius untuk

berhasil. Beberapa aktivitas bisnis yang dapat dilakukan dengan melalui bisnis online antara lain seperti kegiatan pemasaran, promosi, transaksi, pembayaran, maupun kegiatan lainnya yang memerlukan inovasi dan pengembangan mengandalkan jaringan internet.

DAFTAR PUSTAKA

Aryanto, Vincent Didiek Wiet. *Marketing Digital: Solusi Bisnis Masa Kini dan Masa Depan*. PT Kanisius, 2020.

Arifin, Zainul. *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Pada KonsumenToko Online JD, ID)*. Diss. STIE Malangkucecwara, 2021.

Ayu, Sandra, and Ahmad Lahmi. "Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19." *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* 9.2 (2020): 114-123.

Azhari, D. W., & Putri, W. F. (2023). Urgensi Moralitas Generasi Bangsa: Sebuah Esai. Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan, 1(02), 7–11.

Farell, Geovanne, Thamrin Thamrin, and Igor Novid. "Pelatihan pemanfaatan digital marketing dalam pengembangan pemasaran dan kewirausahaan UKM pada Kota Sawahlunto." *Suluah Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat* 19.1 (2019): 42-47.

Febriani, R., Asbari, M., & Yani, A. (2023). Resensi Buku: Berani Berubah untuk Hidup Lebih Baik. Jurnal Manajemen Pendidikan, 1(01), 1–6.

Karima, R., Octavia, L. G. V., & Fahmi, K. (2023). Lunturnya Moralitas Pelajar Indonesia? Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan, 1(02), 17–20.

Kurniawan, A., Daeli, S. I., Asbari, M., & Santoso, G. (2023). Krisis Moral Remaja di Era Digital. Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan, 01(02), 21–25. https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/9/11

Putri, F. E., Melani, J. A., Asbari, M., & Novitasari, D. (2023). Pendidikan Karakter Membentuk Moralitas Anak Bangsa: Sebuah Esai. Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan, 01(01), 20–24. https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/5/4

Maulana, Arman, et al. "Peran E-Commerce di Tengah Pandemi terhadap Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Masa Kini." *Journal of Education and Technology* 1.1 (2021): 55-61.

Ramadhan, G. F., & Asbari, M. (2023). Pribadimu adalah Profesimu: Temukan Karier Impian Berdasarkan Kepribadian. Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan, 01(01), 25–29. https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/2/2

Rosita, Rahmawati, W., Asbari, M., & Cahyono, Y. (2023). Nilai Moral dan Etika: Perspektif Emile Durkheim. Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan, 01(02), 13–16. https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/10/9

Putri, F. E., Melani, J. A., Asbari, M., & Novitasari, D. (2023). Pendidikan Karakter Membentuk Moralitas Anak Bangsa: Sebuah Esai. Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan, 01(01), 20–24. https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/5/4

Ramadhan, G. F., & Asbari, M. (2023). Pribadimu adalah Profesimu: Temukan Karier Impian Berdasarkan Kepribadian. Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan, 01(01), 25–29. https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/2/2

Rosita, Rahmawati, W., Asbari, M., & Cahyono, Y. (2023). Nilai Moral dan Etika: Perspektif Emile Durkheim. Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan, 01(02), 13–16. https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/10/9

Situmorang, James Rianto. "Pemanfaatan internet sebagai new media dalam bidang politik, bisnis, pendidikan dan sosial budaya." *Jurnal Administrasi Bisnis* 8.1 (2012).

Susila, Linda Nur, Setyani Sri Haryanti, and Endang Saryanti. "Pelatihan Bisnis Online Guna Membangun Jiwa Wirausaha Generasi Muda." *WASANA NYATA* 4.1 (2020): 29-32.

Setiawati, Ira, and Agus Alwi Mashuri. "Peran media sosial sebagai upaya pemasaran bisnis online (studi deskriptif kualitatif)." *HIMSYATECH* 10.2 (2014).

Tsoraya, N. D., Khasanah, I. A., Asbari, M., & Purwanto, A. (2023). Pentingnya Pendidikan Karakter Terhadap Moralitas Pelajar di Lingkungan Masyarakat Era Digital. Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan, 1(01), 7–12.

Zeva, S., Rizqiana, I., Novitasari, D., & Radita, F. R. (2023). Moralitas Generasi Z di Media Sosial: Sebuah Esai. Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan, 1(02), 1–6.