

MUHAMMAD MAULANA SIREGAR

Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam

Univetsitas Islam Negeri Sumatera Utara

Mhd.maulana2000@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana merancang usaha kecil yang sesuai dengan peluang dengan memanfaatkan teknologi pada generasi Z. Saat ini perkembangan teknologi sudah mengalami kemajuan sangat pesat. Perkembangan teknologi pada dunia bisnis sangat membantu dalam berbagai hal untuk kemudahan yang didapat. Generasi Z dituntut oleh zaman untuk dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam memulai usaha kecil. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif, dimana teknik pengumpulan data di dapat dari observasi dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan ada berbagai peluang bagi generasi Z untuk merancang usaha melalui E-Commerce dengan melihat peluang pasar dan mengupgrade skill di bidang digitalisasi guna mendukung persaingan dengan para competitor yang ahli dibidangnya.

ABSTRAC

The reason for this review is to discover how to plan an independent company that fits the chances by using innovation in Age Z. Presently, innovative improvements have advanced quickly. The development of technology in the business world is very helpful in various ways for the convenience that is obtained. Age Z is needed by the occasions to have the option to exploit mechanical refinement in beginning private companies. This review utilizes a subjective strategy approach, where information assortment methods can be acquired from perceptions and writing studies. The consequences of this review demonstrate that there are different freedoms for Age Z to plan organizations through Internet business by checking out market openings and redesigning abilities in the field of digitization to help rivalry with contenders who are specialists in their fields.

PENDAHULUAN

Keunikan yang terjadi saat ini adalah persaingan yang tak terhindarkan dalam dunia bisnis, khususnya UKM dalam mendapatkan pelanggan. Perbaikan di bidang inovasi data saat ini sudah maju pesat, hal ini tidak lepas dari kehadiran web. Web bermanfaat untuk latihan kehidupan, salah satunya dalam dunia bisnis. Pusat e-komersial adalah antara kerangka data hierarkis di mana pembeli dan vendor di pasar menyampaikan data tentang biaya, item, dan dapat menyelesaikan pertukaran melalui saluran korespondensi elektronik. Melalui web, lebih mudah bagi vendor untuk memajukan dan memasarkan barang-barang mereka di wilayah yang lebih luas. Usia yang menjadi pusat utama perhatian adalah usia yang muncul pada usia akhir, pada dasarnya hingga periode tahun 2019, khususnya Usia Gen Z, yang sering disebut sebagai *igeneration* atau era web. Era web berkembang dan berkreasi bersama digitalisasi dalam perspektif yang berbeda. Mereka adalah spesialis dalam mengerjakan berbagai media inovasi (penduduk lokal yang mahir) dan memiliki karakter melakukan banyak tugas yang menarik yang mengenali mereka dari masa lalu.

Digitalisasi dan kebangkitan era web menghadirkan kesulitan di berbagai bidang. Organisasi komunikasi yang luas, misalnya, mencoba melakukan pembauran media dan mengembangkan diri mereka sendiri dengan tahap-tahap terkomputerisasi agar dapat menyesuaikan diri dengan kemajuan web dan usia Z sebagai salah satu pelanggannya. Kemudian, pada saat itu, daerah yang lebih luas juga mengubah contoh media dari membaca koran menjadi membaca entri berita online melalui gadget mereka sendiri. Kini telah diyakini bahwa usia Gen Z menjadi salah satu penyebab berlalunya media cetak (Zuhra, 2017). Selain komunikasi yang luas, bisnis yang berbeda juga telah mengubah prosedur pemasaran mereka untuk menarik perhatian yang sah terhadap Age Z. Desain korespondensi biasa umumnya tidak digunakan dan metode baru diterapkan yang sesuai dengan gaya korespondensi Age Z (Ramadhan dan Simanjuntak, 2018: 243).

Melalui peningkatan era digitalisasi, pembahasan kali ini akan membahas sesuai judul *Little and Medium Business Plan Through E-Commercial center di Age Z*, dimana usia Z berperan penting dalam menambah perencanaan perusahaan mandiri untuk kemajuan di sekitarnya. ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan objek-objek wisata di dalamderajatnya. Para ahli mencoba untuk masuk ke alam semesta teoritis dari subjek yang diteliti untuk mendapatkan apa dan bagaimana suatu pengaturan dibuat oleh analis di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari. Para ilmuwan menggunakan eksplorasi semacam ini karena para analis perlu mencoba untuk melihat dan kemudian menggambarkan gaya korespondensi Usia Z di Kabupaten Labuhanbatu.

Pengumpulan informasi atau dilakukan untuk mengumpulkan informasi, data, kerangka kerja prasyarat, dan menemukan bantuan untuk perencanaan kerangka dengan mengkaji kepustakaan dan eksplorasi diidentifikasi dengan UKM yang bersangkutan. Riset dilakukan dengan mengunjungi beberapa UMKM yang dijadikan flow model dan ragam informasi barang yang disampaikan UMKM untuk dijadikan bahan pengujian. Pada tahap ini juga dilakukan test sorting sehingga pada saat pemeriksaan dilakukan terdapat titik titik yang digunakan sebagai bahan eksplorasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Usaha Kecil Dan Menengah

Ditinjau berdasar UU No. 20 Tahun 2008 (Sunariani, dkk. 2017), usaha kecil ialah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dengan berciri memiliki asset bersih Rp 50 juta sampai dengan Rp 500 juta. Sementara usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dengan karakterisitik usaha menengah mempunyai asset lebih dari Rp 500 juta hingga dengan Rp 10 miliar.

Pengembangan Usaha Kecil Menengah

Berdasar Peraturan Pemerintah RI Nomor 32 tahun 1998 Peningkatan perusahaan swasta dapat dibantu melalui: bukti potensi dan masalah yang dapat dikenali, peningkatan kapasitas karyawan, perluasan kemampuan perencanaan dan perancangan, pemberian akomodasi untuk pengadaan kebutuhan kantor dan kerangka kerja, komponen mentah, bahan pembantu dan bundling, pengembangan lebih lanjut untuk kapasitas administrasi, memberikan dukungan waktu terbatas pada kantor, menciptakan organisasi periklanan dan memasarkan barang-barang ventura independen.

UKM adalah kependekan dari Little and Medium Endeavours yang berarti suatu pergerakan keuangan individu skala terbatas dengan bidang usaha yang sebagian besar merupakan kegiatan

usaha swasta. Bidang yang digarap Little and Medium Endeavours antara lain: supermarket, salon kecantikan, kafe, spesialisasi, dan lain-lain.

Pengertian Online Market Place

Yang dimaksud dengan Market atau pasar berbasis web adalah segala upaya yang dilakukan untuk mengiklankan suatu barang atau administrasi melalui atau memanfaatkan web atau organisasi www, sedangkan place sendiri dalam bahasa Inggris referensi berarti tempat. Di Sini Bisa Sebutan dari Pusat Niaga Online adalah tempat atau tempat untuk memajang barang atau jasa melalui atau memanfaatkan media Web.

Generasi Z

Dalam perkembangan korespondensi di mana inovasi adalah bagian yang tidak dapat dibedakan dari kehidupan dunia saat ini, kita mengenal beberapa zaman, yang dikenal dalam teori. Divisi diidentifikasi dengan anggapan tertentu dalam selisih waktu atau usia, juga diidentifikasi dengan wawasan kronik yang serupa.

Makna generasi secara teori adalah pasti diidentikkan dengan kumpulan individu yang memiliki pengalaman dan peristiwa serupa, dapat diverifikasi dalam diri individu (Kupperschmidt, dalam Putra; 2016). Oblinger (2005) mencoba untuk mengelompokkan usia menjadi 5 klasifikasi prinsip

- Matures, yaitu angkatan yang lahir dibawah tahun 1946.
- Baby Boomers, yakni angkatan yang lahir pada rentang tahun 1947-1964.
- Generation Xers atau generasi X, yaitu masa kelahiran yang lahir ditahun antara 1965-1980.
- Gen-Y atau disebut juga NetGen, adalah angkatan yang berada pada kelahiran antara tahun 1981-1995.
- Post Millenials, yakni angkatan yang memiliki tahun kelahiran pada tahun 1995 hingga kini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemampuan anak muda zaman sekarang sangat baik dalam mengolah informasi serta data yang akan dimanfaatkan pada dunia konvensional dalam membuka lahan bisnis. Langkah dasar dalam membuka peluang bisnis di mulai dari merancang hal yang patut dipertimbangkan agar manajemen usaha yang kecil tidak semakin ciut. Perancangan usaha harus melihat segala perspektif yang mendukung dan menimbang apa yang membuat usaha runtuh. analisis yang cocok dipakai dalam kombinasi digital dengan merancang usaha kecil dan menengah ialah dengan menganalisis peluang SWOT.

Pemeriksaan SWOT digunakan untuk melihat kualitas, kekurangan, celah dan bahaya yang akan dilihat oleh organisasi. Dengan melihat kualitas-kualitas dan memupuk kualitas-kualitas tersebut, maka dipastikan organisasi akan lebih berkembang dari pesaing-pesaing yang ada. Dengan cara yang sama, kekurangan yang mereka miliki harus diperbaiki agar organisasi dapat tetap eksis. Peluang-peluang yang ada saat ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh organisasi dengan tujuan agar volume bisnis dapat meningkat. Terlebih lagi bahaya yang akan dihadapi oleh organisasi harus diwaspadai dengan membina sistem promosi yang baik.

SWOT menurut Sutojo dan Kleinsteuber (2002: 8) adalah memutuskan tujuan bisnis yang masuk akal, sesuai dengan kondisi organisasi dan karenanya diharapkan dapat dicapai dengan lebih efektif. SWOT adalah kondensasi dari kata-kata Kualitas (kualitas organisasi) Kekurangan (kelemahan organisasi), Pembukaan (bukaan bisnis) dan Bahaya (hambatan untuk mencapai tujuan). Dengan asumsi prosedur pemeriksaan swot diterapkan untuk menentukan tujuan periklanan teknik papan, itu dapat diungkapkan dengan baik sebelum memutuskan tujuan promosi yang akan dicapai, organisasi harus menyelidiki: kualitas dan kekurangan, peluang pengolahan bisnis yang ada, dan berbagai macam hambatan yang akan terjadi.

Eksekusi organisasi dapat didikte oleh perpaduan elemen ke dalam dan ke luar. Kedua elemen ini harus dipertimbangkan dalam pemeriksaan analisis SWOT. Analisis SWOT mewakili iklim Kualitas dan Kekurangan Interior seperti iklim Luar Peluang dan Seni yang terdapat pada dunia bisnis. Investigasi SWOT menganalisis antara elemen luar. Bukaan dan Bahaya dan faktor ke dalam Kualitas dan Kekurangan. Untuk sementara, Kotler (2008:88) merekomendasikan bahwa pemeriksaan SWOT merupakan penilaian terhadap kualitas umum, kekurangan, bukaan dan bahaya yang disebut dengan penyelidikan SWOT.

Rancangan usaha menengah oleh generasi Z terbilang cukup banyak tantangan karena tidak hanya bersaing dengan ahli akuntan, manajemen atau anak bisnis, melainkan juga harus mampu bersaing dengan para pemegang handal dibidang IT. Rancangan usaha tidak hanya melulu soal hitung-hitungan profit, namun strategi dan identifikasi kemauan masyarakat terhadap kebutuhan pasar. Disini tentu generasi Z harus dapat memberi inovasi rancangan yang kreatif dan inovatif untuk merintis usaha dari awal. Namun, meskipun kedengaran agak sulit, banyak contoh yang sudah terealisasi pada generasi sebelumnya. Setiap zaman pasti memiliki persaingan antar individu, kelompok maupun profesi keahlian.

Penelitian yang mengambil riset observasi dari salah satu warkop usaha kecil yang dirintis sejak tahun 2019 bernama Gelas Batu merupakan usaha kecil yang awalnya sebuah café berukuran 15 m x 21 m memperkenalkan konsep warkop sederhana bagi penikmat kopi. Usaha warkop Gelas Batu dibuka pertama kali di Kota Pinang. Atas konsistensi dan kematangan rancangan membuat

usaha Warkop Gelas Batu terus mengalami eksistensi yang kini outletnya bertambah dimana-mana sehingga menjadi icon Warkop di Kabupaten Labuhanbatu Selatan dan terkhusus Labuhanbatu Induk.

Rancangan yang dimulai dengan pemilihan tempat, hiburan live music, jumlah tenaga kerja yang menyesuaikan, menu makanan, lokasi strategis, harga yang terjangkau dan nongkrong dengan konsep familyable membuat suatu usaha terlihat fleksibel dengan pilihan masyarakat mencari tempat hiburan sekaligus melepas lapar dan dahaga. Contoh rancangan usaha kecil tersebut menjadi daya motivasi bagi generasi Z memadukan rancangan via e-commerce dengan usaha kecil untuk membangkitkan semangat perekonomian daerah Kabupaten Labuhanbatu.

e-commerce dinilai lebih fleksibel dalam melakukan jual beli dan diakui jauh lebih praktis ketimbang melakukan transaksi manual. Generasi Z menumbuhkan ide dan inspirasi menyatukan kecanggihan modernisasi dengan membuat layanan jual beli dengan aplikasi WhatsApp Bisniss, Tiktok Shop, atau sekedar membagikan postingan lewat story Instagram atau Facebook. Hal ini sangat membantu Generasi Z dalam memulai rancangan usaha kecil untuk dikembangkan ketika sudah memiliki konsistensi dalam membangun usaha.

KESIMPULAN

Usaha kecil pada golongan generasi Z merupakan kesempatan yang cemerlang untuk membangun strategi dalam perancangan usaha. Rancangan yang diciptakan sedemikian rupa akan mempengaruhi output suatu usaha dalam menjalankan bisnisnya. Dari rancangan dasar penilaian usaha mengembangkan produk untuk dapat dikenal oleh masyarakat, dari itu promosi dan produksi berjalan bersamaan dengan baik pula. Generasi Z harus perlu mempersiapkan skill dalam terjun kedua digital untuk memahami sistem belanja E-Commerce, karena didalamnya pasti banyak termuat aturan main yang tentu sangat jauh berbeda dengan sekedar belanja secara langsung. Untuk itu, rancangan usaha kecil oleh Generasi Z akan membawa dampak berkelanjutan untuk dijadikan evaluasi bagi generasi Alfa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yoga Sadgotra Wisnu, Hadi Saputra Erik. *“Perancangan Online Marketplace Untuk Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kabupaten Purworejo”*. Jurnal Ilmiah DASI Vol. 14 No. 04 Desember 2013, hlm 54 – 58
- [2] hristiani Citra Lintang, Ikasar Nurul Prinisia. *“Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa”*. Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media Volume 4, Nomor 2, Oktober 2020: 84-105
- [3] hwin Muhammad, Widodo Agus. *“Perancangan Model Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas Untuk Mengembangkan Usaha Kecil Menengah”*. Fokus Ekonomi Vol. 15 No.1 Juni 2020 : 154 – 166
- [4] Prasmadewa Kresna, Tanone Radius. *“Perancangan Aplikasi UsahaKecil Mikro dan Menengah Berbasis Mobile Android (Studi Kasus : Sentra UMKM Tingkir Lor - Salatiga)”*. Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi, Volume 2 Nomor 3 Desember 2016
- [5] Angelica Tamara. *”Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis”*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 4 ,No.3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan 2016: 395-406