

B-MAGZ

BUSINESS MAGAZINE

EDISI 3.MEI 2019.MAJALAH ENAM BULANAN

START-

TO-

UP.

Asupan Gigeconomy
Untuk Millenials

Berkreasi Melalui
Creativepreneur



<https://images.app.goo.gl/qT4CpT2ydfaQHpvv7>

TIM PENYUSUN

Pelindung:

- Prof. Dr. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak.

Penanggung Jawab:

- Muhammad Hanif Ichwanudin

Pembimbing:

- Pandu Dwi Putranto

- Yustafad Yaniel Anwar

Mentor:

- Nuri Hermawan

Ketua Tim Redaksi:

- Tiara Eva Tresna

Layouter:

- Nurul Fitirani

- Ika Oktavia

Editor:

- Rhisna Arvintyani

Penulis:

- Safira Nabila

- Salsabila Rif'at Hidayat

- Khofifah N.

- Selliansyah A. D. S.

- Arka Prabaswara

- Karimah Tri Lestari

- Nova Meliana Idfriani

- Astrid Nadya

Halaman Sampul	1
Daftar Isi	2
Salam Redaksi	3
Salam Dekan	4
Fokus Utama	5
Kabar Bisnis	9
Info Lomba	11
Potret Bisnis	12
Karya Bisnis	15
Inovasi Bisnis	17
Tips Bisnis	19
Fakta Bisnis	21
Infografis	23

BUSINESS MAGAZINE
B-MAGZ

salam redaksi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Salam hangat dan selamat bersua lagi dari kami, selaku redaksi dari B-Magazine untuk para pembaca setia. Alhamdulillah atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, B-Magazine edisi keempat dapat terbit secara tepat waktu.

B-Magazine merupakan majalah bisnis enam bulanan yang diterbitkan oleh Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Pihak yang terlibat dalam pembuatan majalah adalah mahasiswa-mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, mulai dari proses kepenulisan sampai dengan layouter. Tentu saja jalan yang ditempuh untuk sampai ke edisi ini tidaklah mudah. Perjuangan kami tidak selalu mulus, bahkan terdapat banyak rintangan untuk menyusun majalah ini. Rasa lelah dan kerja keras yang kami rasakan dalam menyusun B-Magazine akhirnya terbayar dengan terbitnya edisi ketiga.

Dalam dunia bisnis, pasti kita sudah tidak lagi asing dengan istilah startup. Startup merupakan elemen penting yang ada di dalam dunia bisnis. Rasanya seperti ada yang kurang dalam dunia bisnis jika startup tidak ada. Maka dari itu, pada edisi kali ini B-Magazine mengangkat tema "*Start-to-up*". Arti dari "*Start-to-up*" sendiri berasal dari kalimat startup. Selain itu istilah tersebut juga berarti ketika kita sudah memutuskan untuk memulai suatu startup, kita juga bisa mendapatkan apa yang telah kita inginkan dari startup yang sudah dijalankan dan mengembangkan startup menjadi lebih baik lagi.

Dalam startup sendiri, terdapat banyak topik yang bisa diangkat. Pada edisi kali ini, terdapat dua fokus utama yang akan kita bahas. Fokus utama yang pertama adalah "*Asupan Gig Economy Untuk Millenials*" yang tentunya akan membahas tentang Gig Economy, terutama yang terjadi di Indonesia. Tentu terdapat banyak pihak yang belum mengetahui tentang apa itu Gig Economy. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini kami ingin mengulas tentang Gig Economy. Selain tentang Gig Economy, fokus utama kedua yang akan kita bahas kali ini adalah "*Berkreasi Melalui Creativepreneur*" yang tentunya juga membahas tentang Creativepreneur. Pada kesempatan kali ini, kita juga akan mengulas dan membagikan fakta tentang Creativepreneur yang sedang digandrungi oleh kaum milenial. Harapan kami bagi para pembaca setelah membaca majalah ini adalah untuk memberikan pengetahuan serta dapat memberikan gambaran lebih dalam tentang kedua fokus utama tersebut.

Akhir kata, kami ucapkan terima kasih untuk semua pihak yang terkait. Dengan adanya kekurangan dan kesalahan pada penulisan majalah ini, tentunya kami dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun agar kami mampu memperbaiki kekurangan dan kesalahan kami menjadi lebih baik lagi pada edisi B-Magz selanjutnya. Semoga informasi yang kami sajikan dapat bermanfaat bagi civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Demikian salam sapa dari kami. FEB Satu, Airlangga Jaya!

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Redaksi



salam dekan



Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya

B-MAGZ (Business Magazine) 2019 edisi ketiga dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga dapat dirilis kembali dengan baik. Hal ini adalah suatu kebanggaan dan kehormatan bagi saya untuk kembali memperkenalkan majalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Airlangga kepada para mahasiswa. Majalah ini tidak dapat terwujud tanpa ide-ide kreatif yang muncul dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.

Hal ini juga karena didukung oleh mahasiswa yang unggul, mandiri, inovatif, dan berkarya secara profesional baik dalam skala nasional maupun internasional yang berdasarkan moral agama.

Tema yang diangkat B-MAGZ (Business Magazine) dalam edisi ketiga ini adalah "Start-to-Up" yang membahas tentang bisnis startup yang saat ini sedang tren dikalangan masyarakat khususnya anak muda. Majalah ini mengulas bahwasannya bisnis startup ini berkembang pesat dan kebanyakan dilakukan dari kalangan generasi millennial. Sehingga, generasi millennial saat ini tidak hanya tahu soal menghamburkan uang saja demi memenuhi tren gaya hidup yang semakin tinggi, namun mereka juga berlomba-lomba mencapai kesuksesan dengan merintis bisnis startup.

Sebagai sebuah harapan, semoga tema yang diangkat dari majalah B-MAGZ kali ini dapat memotivasi para mahasiswa lainnya yang sedang memulai merintis bisnis maupun para mahasiswa yang sedang mengembangkan idenya, sehingga dapat memberikan orientasi ke depan agar bisnis yang dirintis atau ide tersebut dapat berjalan dan berkembang secara kontinyu.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surabaya, 20 Mei 2019
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Airlangga

Dekan,
Prof. Dr. Dian Agustia, SE., M., Si., Ak.

GIG ECO NOMY

berkah atau bencana?

Perkembangan teknologi dan informasi pada beberapa tahun ini tidak bisa dibendung lagi karena merupakan tuntutan zaman yang semakin lama semakin sulit untuk diprediksi. Perkembangan tersebut membuat generasi sekarang memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya yang lahir sebelum 1995, tidak heran jika pada generasi sekarang disebut generasi milenial yang mana dikenal akan kemahirannya dalam menggunakan teknologi dan memiliki gaya hidup yang multitasking dan efisien. Selain perubahan ditingkat sosial, perkembangan teknologi dan informasi juga membuat perubahan dalam segala jenis sektor seperti halnya pada sektor industri dan perkantoran yang dituntut untuk melibatkan teknologi dalam menjalankan operasinya yang mana sekarang biasa disebut dengan revolusi industri 4.0, dikutip dalam situs web UI, industri 4.0 merupakan nama yang diberikan untuk tren otomatisasi dan pertukaran data saat ini. Sehingga, dalam menjalankan dan menghadapi industri 4.0 memerlukan sumber daya manusia yang mahir dibidangnya.

Gig economy sendiri munculnya karena ada tuntutan perkembangan zaman tersebut yang perusahaan diharuskan membuat model bisnis baru yang efisien dan efektif melalui kehadiran teknologi baru. Seperti yang diungkapkan *Managing Director* Amar Bank-Tunaiku, Vishal Tulsian Bahwasannya *gig economy* berkaitan dengan semakin besarnya tuntutan pekerjaan yang memaksa perusahaan untuk memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) andal dan profesional sesuai bidangnya, atau yang biasa disebut sebagai *on-demand worker*. *Gig Economy* sendiri baru terbilang baru di Indonesia namun tidak menjadi hal yang baru di negara maju. Walaupun terbilang baru, *gig economy* tumbuh pesat di Indonesia terutama di Pulau Jawa dan Kota-kota besar yang memiliki infrastruktur dan konektivitas yang memadai. Hal tersebut seperti yang diungkapkan *Country Manager* JobStreet Indonesia, Faridah Lim yang mengatakan bahwa “Di daerah Jabodetabek dan Pulau Jawa mungkin perkembangannya lebih cepat dikarenakan kemajuan pendidikan, teknologi, dan infrastruktur”.

lanjut halaman 6...



<https://www.safetyandhealthmagazine.com/articles/16291-the-gig-economy-and-worker-safety>



<https://www.liputan6.com/teknologi/read/3947040/industri-40-butuh-lebih-banyak-sdm-yang-menguasai-teknologi>



Sumber: detikfinance.com

berkreasi melalui **CREATIVEPRENEUR.**

Hai sobat pemuda milenial!

Bagaimana kabarnya di tengah revolusi industri 4.0? Apakah sudah berinovasi? Mahasiswa diharapkan mampu membuka peluang bisnis salah satunya melalui jalan *creativepreneur*. Nah pasti kalian tidak asing lagi dengan istilah di dunia bisnis satu ini. *Creativepreneur* menggabungkan inovasi dan kreativitas yang menjadi bekal awal bagi para *startup* di dunia bisnis. Di tengah persaingan yang semakin ketat, *creativepreneur* ini membuka kesempatan berbisnis dengan cara dan ide baru.

Entrepreneur diartikan sebagai seseorang yang membawa perubahan berupa ide-ide baru atau inovasi sehingga menghasilkan suatu karya yang baru dan hebat. *Creativepreneur* lebih banyak ditekuni oleh generasi muda yang melakukan bisnis dengan ide-ide yang lebih kreatif. Hal ini sangat penting bagi para pemula bisnis yang memasuki industri ekonomi sebagai seorang *startup*.

Bakat kreativitas atau *creative talent* ini erat kaitannya dengan desain dan estetika yang membuat penjualan *creativepreneur* tersebut mempunyai "value" yang lebih. Mulai dari produk, logo, kemasan, sampai sosial media, semuanya direncanakan dengan baik dan sesuai estetika desain yang menjadi trend di masa ini. Putri Tanjung misalnya, mulai mendirikan *startup* di bidang event organizer sejak usia 17 tahun. Usahanya sekarang bernama Creativepreneur Event Organizer yang sering menggelar event-event bertema bisnis yang menarik minat anak muda untuk belajar bersama di wadah yang didirikannya tersebut.

Seseorang yang hendak memulai bisnis sebaiknya mencerminkan karakteristik penting dari *creativepreneur*, antara lain:

- *Bold Moves*, mereka bisa saja memulai bisnisnya hanya dengan ide dan konsep yang mereka miliki. Ada yang kemudian mencari investor untuk modal usahanya dan banyak juga yang memulai usahanya dengan modal yang kecil seperti satu juta rupiah untuk langsung memulai bisnisnya secara online.

- *Innovative*, mereka akan melihat apa yang orang inginkan. Mereka akan menciptakan produk yang orang-orang tidak sadar bahwa mereka membutuhkan atau menginginkan barang tersebut. *Creative thinking* selalu mendorong mereka memikirkan inovasi baru yang dapat diterima oleh banyak orang.

- *Hybrid Skill*, sekarang seseorang harus bisa melakukan banyak hal atau multi-talent untuk menjalankan bisnis, seperti mengerti dalam hal IT ataupun dalam hal *public relation* dan yang lainnya karena begitulah industri pada zaman sekarang. Mereka akan mempelajari bagaimana cara membuat konten, men-shoot video dan mengedit video untuk mempromosikan produknya.

lanjut halaman 8...



Sumber: merahputih.com

- *Tech-Savvy*, *creativepreneurs* menggunakan teknologi untuk memperkuat bisnis mereka. Mulai dari product showcase, marketing, communication, engaging customers, transportation & distributions, semuanya dilakukan dengan menggunakan teknologi.

- *Design-aware*, orang *creativepreneur* sadar akan design. Meskipun mereka tidak berlatar belakang sekolah desain, mereka mengerti tentang 'look' yang menarik perhatian customer, seperti apa yang akan menjadi trend, serta bagaimana pentingnya design yang pantas untuk branding produk mereka.

Selain Putri Tanjung ada pula startup di bidang digital pendidikan. Ia adalah Belva Devara, seorang CEO RuangGuru. Sekarang Ruang Guru telah berkembang dari sekadar media penghubung antara orang tua dan guru privat, menjadi sebuah situs edukasi untuk mempersiapkan materi dan soal ujian bagi pelajar serta konsultasi dengan guru-guru yang terafiliasi dengan aplikasi RuangGuru. Belva dan tim terus berkembang mendewasakan bisnis prospektif ini. Ia tak hanya berkembang untuk memajukan RuangGuru, ia juga berkembang untuk mensejahterakan guru dan layanan pendidikan Indonesia yang lebih baik. Sang CEO menggabungkan bagaimana kreativitas dalam bidang pendidikan dengan tujuan agar siswa mudah memahami materi dengan basis digital. *Creativepreneur* menjadi peluang besar bagi para generasi muda dan para startup untuk mengembangkan bisnis dengan ide, inovasi, dan kreativitas baru yang tidak hanya mendatangkan keuntungan tetapi juga menjadi pasar kerja yang lebih beragam di dunia perekonomian. Tanpa memandang batas usia, para pemilik startup bisa mencoba peruntungan dengan jalan *creativepreneur* lewat karya dan ketertarikan masing-masing dalam dunia bisnis.

(Selliansyah A. D.)





Dari Dokter jadi Pengusaha Home Spa

Khairunnisa Thifal Nabila
Manajemen 2014
FOUNDER @homespasurabaya.ayra

Orang-orang di zaman sekarang semakin banyak dihadapi dengan hal-hal yang melelahkan, sehingga relaksasi kini sudah menjadi kebutuhan. Khairunnisa Thifal Nabila yang kerap disapa “Ayra” memiliki cita-cita menjadi dokter Spesialis Kulit dan Kelamin (Sp.KK) karena cita-citanya ia sempat berkuliah satu semester di Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Namun, terjadi suatu hal sehingga jalan hidup pun berkata lain sehingga ia harus pindah untuk berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Airlangga. Ia yang bercita-cita menjadi dokter harus pupus harapan. Akan tetapi tidak berakhir disitu, karena nyaman berada di FEB Ayra semakin yakin untuk membuka bisnis yang masih satu bidang dengan cita-cita terdahulu. Spa adalah jawaban untuk bisnis yang akan dijalankan oleh Ayra. Rumitnya perizinan membuatnya beralih ke arah massage (traditional/herbal medicine) daripada ia harus membuka klinik.

Stigma negatif banyak bermunculan ketika orang menyebut spa. Misal, butuh modal yang cukup besar, maintanancenya susah, tidak akan bertahan lama, atau banyak yang mengira spa adalah layanan plus-plus. Ayra dapat membuktikan bahwa stigma yang bermunculan adalah suatu hal yang salah, karena pada prinsipnya bisnis apapun tidak ada yang salah jika kita mampu belajar mengelola dengan tepat dan ditujukan pada market atau pasar yang tepat. Dari pengalaman mendapat pelajaran bahwa ia mampu mengubah proses bisnis dari outlet ke online. Di zaman sekarang orang beralih ke semua serba instan, semua serba online, semua serba digital dan tidak pakai ribet. Hanya bermodal telefon sehuler kita mampu menikmati layanan spa yang dapat dilakukan di rumah, kos, apartemen, dll. Dari situ ia dapat mengurangi banyak biaya dan mendapatkan profit yang optimal.

lanjut halaman 10...

KABAR BISNIS



Sumber: instagram @homespasurabaya.ayra

Ayra sendiri bekerjasama dengan Go-Massage pada bagian rekrut, training, dan maintenance mitra-mitra Go-Massage dan *Latifa Training Center* membuatnya bagi siapa saja yang tertarik dengan dunia spa khususnya *mom and baby massage*. *Business Partner* mendapatkan penilaian, karena rapat atau penilaian yang didapat baik maka Ayra dapat ekspansi di kota lain. Berawal dari Surabaya Ayra mampu membuka di kota Purwakarta, Sukabumi, Gresik, Jambi, Padang, Makassar.

Bekerjasama dengan Go-Massage untuk bagian rekrut, training, dan maintenance mitra-mitra Go-Massage, "Kalau ini bahasannya teknik-teknik *massage umum*. Awalnya cuma di Surabaya aja, tapi kan tiap *Business Partner* dapet rapat penilaian gitu dan karena penilaian rapatku baik jadi akhirnya bisa ekspansi ke kota-kota lain yg dia buka, makanya aku buka di Purwakarta, Sukabumi, Gresik, Jambi, Padang, Makassar" ujarnya. Kerjasama dengan *Latifa Training Center*, ia menjadi *branch* untuk di kota Surabaya, Jambi, Padang. Pada awalnya semua harus keliling kesana kemari untuk membangun dari nol, sekarang ia mampu didelegasikan sebagai penanggung jawab di kota-kota tersebut.

Penghargaan yang sudah diraih selama menjadi *partner GO-LIFE*:

1. Pemenang Business Partner Competition GO-MASSAGE Surabaya November 2018
2. Pemenang Business Partner Competition GO-MASSAGE Surabaya Februari 2019
3. Business Partner GO-MASSAGE Padang Terbaik selama Tahun 2018
4. Business Partner GO-MASSAGE Surabaya Terbaik pada Q1 2019
5. Juara 1 Mitra Super League 2019

(Salsabila Rif'at Hidayat)

info lomba.

Tanggal Pendaftaran	Event	Info
8 Maret - 18 Agustus	Essay Competition 2019	Ig: @jecuinsa
1 April - 26 Mei	Lomba Esai Nasional 2019	Ig: @kmpuny
1 April - 5 Juni	Lomba Essay Tingkat Nasional	Ig: @immyunusanis
1 April - 25 Juni	Lomba Foto Kementerian Koperasi dan UKM RI	Ig: @kemenkopukm
23 April - 17 Juni	Lomba Karya Tulis Ilmiah UGM	Ig: @epsilondntf
29 April - 10 Juni	Lomba Karya Tulis Ilmiah Nasional IPB	Ig: @tginaction
1 Mei - 1 Juli	Diponegoro Business Case Competition	Ig: @enfotionunfip
1 Mei - 1 Juli	Diponegoro Financial National Competition	Ig: @effectecofinnc
10 Mei - 8 Juni	NERFest 2019	Ig: @nerfest_funnes
16 Mei - 31 Mei	Lomba Karya Tulis Ilmiah Nasional Unesa	Ig: @official_unesa

(Ika Oktavia)



POTRET BISNIS

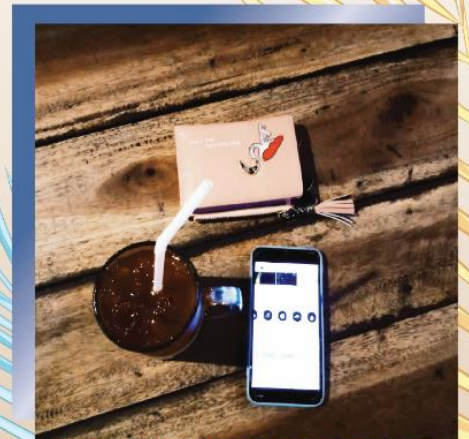
KPK COFFEE



LOEBBY



KPK Coffee Loebby merupakan bagian dari KPK (Kuliner Pinggir Kali) yang terletak di Jl. Karah No.4 Surabaya.



POTRET BISNIS

BEBYS COFFEE

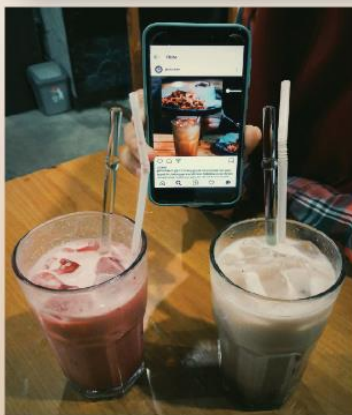


Bebys Coffee merupakan sebuah kedai coffee yang menyediakan berbagai jenis minuman kopi berkualitas. Desain kedai yang menarik merupakan daya tarik lain tempat ini. Kedai ini beralamat di Jl. Srikana Timur No. 44.

POTRET BISNIS

JB 31 JOYOBOYO

JB 31 merupakan Kedai Kopi yang cocok untuk kalian pecinta kopi. Kedai ini terletak di Jl. Joyoboyo No. 31 Surabaya



(Nurul Fitriani)

“Kerja Sebagai Karyawan atau menjadi Entrepreneur?”



Creativepreneur merupakan salah satu bidang *entrepreneur* yg tidak asing lagi di telinga kita semua. Bahkan *creativepreneur* sekarang jadi lebih mudah ditemui dibandingkan dengan bisnis lainnya. Para mahasiswa pun lebih tertarik dengan *creativepreneur* yang dianggap lebih mudah dalam memulai bisnisnya dan bisa sebagai sarana penyalur hobi, bakat, dan minat.

Seperti Kak Yasinta Suci Linggasari ini yang biasanya dipanggil Kak Yas merupakan salah satu mahasiswi Prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga angkatan 2015 yang telah memulai bisnisnya sejak SMA hingga saat ini. Bisnis yang dijalani Kak Yas sebenarnya banyak dan beraneka ragam mulai dari kedai makan, minuman, supplier barang olshop, jastip, dan scrapbook. Namun untuk sekarang ini bisnis yang digelutinya hanya berfokus pada *creativepreneur* yaitu scrapbook. Untuk bisnisnya ini Kak Yas sudah memiliki brand tersendiri loh, nama nya @alaika_id.

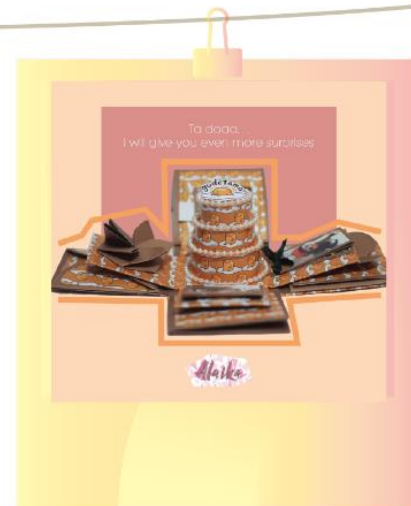
@alaika_id merupakan usaha yang bergerak di bidang kerajinan tangan dalam bentuk scrapframe, scrapbook, dan scrapbox. Scrapbook merupakan seni melipat dan merangkai kertas yang menggabungkan foto, gambar, kutipan, dan pernik-pernik menjadi sebuah album foto dalam bentuk 2 dimensi atau 3 dimensi. Bukan sekedar album foto biasa yang bentuknya flat hanya berisi foto saja, melainkan bisa dimainkan, diputar, ditarik sehingga menjadi album kenangan yang eksklusif, interaktif, unik, lucu, dan berkesan.

Scrapbook bisa menjadi pilihan alternatif hadiah atau kado handmade ulang tahun, anniversary, wisuda, dan wedding bagi orang tersayang.

Ide untuk memulai bisnis tersebut muncul saat Kak Yas akan memberikan kenang-kenangan untuk teman SMA nya yang akan pindah sekolah, lalu terbersit di pikiran Kak Yas suatu ide untuk membuat kado atau kenang-kenangan yang unik, lucu, dan *memorable*. Karena Kak Yas orangnya sangat suka mengutak-atik kertas, lalu tercetuslah ide membuat scrapbook. Tak disangka ternyata teman-teman Kak Yas pun suka dengan scraobook buatan Kak Yas dan meromendasikan kepada teman teman yang lain untuk memesan scrapbook buatan Kak Yas. Akhirnya Kak Yas pun memutuskan untuk mengambil peluang membuka usaha scrapbook ini dengan dibantu oleh teman-temannya.

Pangsa pasar dari @alaika_id sendiri adalah orang-orang berusia sekitar 15-30 tahun yang membutuhkan kado atau kenang-kenangan yang unik dan *memorable*, baik untuk yang berjenis kelamin laki laki maupun perempuan. Untuk media promosi sendiri @alaika_id menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya, seperti LINE, instagram, shoppe, dan juga dengan jalan endorse. Selain itu, setiap bulannya @alaika_id memberikan diskon khusus pada saat-saat tertentu seperti pada Hari Valentine, Hari Natal, Tahun Baru, Idul Fitri, dan juga memberikan free ongkir khusus untuk daerah tertentu, serta memberikan potongan harga pada pembelian selanjutnya untuk menarik minat pembeli.

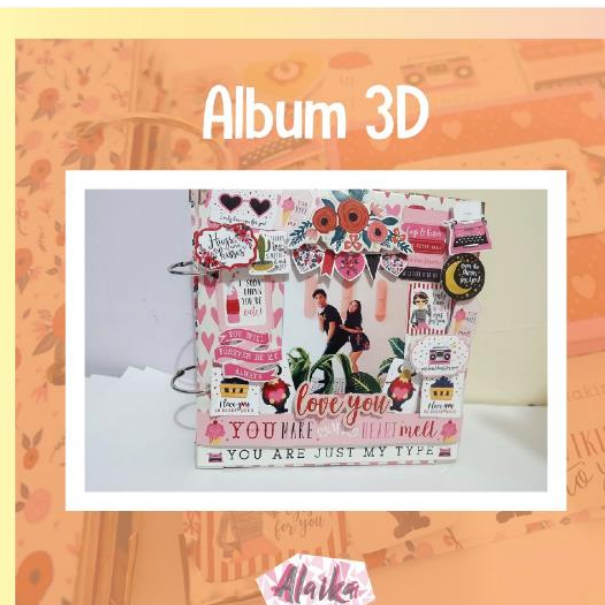
Lanjut halaman 16...



Setiap bisnis yang dijalankan oleh seseorang pasti ada keuntungan dan kendala yang dihadapi, begitupun yang dialami oleh Kak Yas dan teman-teman ini. Diakui sendiri oleh Kak Yas bahwa begitu banyak benefit yang didapatkan sejak Kak Yas terjun di dunia *entrepreneur*, seperti contohnya bisa mendapatkan penghasilan sendiri tentunya, meningkatkan kreatifitas, dan juga melatih softskill Kak Yas dalam hal pengalaman *service* (melayani) dan bernegosiasi dengan konsumen. Sedangkan untuk kendala yang sering dihadapi lebih kepada permintaan setiap konsumen yang berbeda-beda karena produk Kak Yas yang bisa dipesan custom atau sesuai dengan pilihan dan selera konsumen sehingga harus mampu mendesign sesuai dengan permintaan konsumen. Selain itu, seringkali konsumen yang memesan scrap dengan mendadak dan ingin agar segera selesai, sehingga membuat Kak Yas dan teman-teman menjadi tergesa-gesa dalam proses produksi yang menyebabkan hasil dari scrap yang kurang maksimal. Ketika mendekati waktu wisuda biasanya Kak Yas mendapatkan pesanan yang terkadang 'membludak' sehingga membuat Kak Yas sulit untuk menyelesaikan pesanan secara tepat waktu. Namun Kak Yas dan teman-teman harus bisa membuat skala prioritas agar tetap bisa menyeimbangkan antara kuliah, organisasi, dan bisnis yang dijalani.

Untuk yang terakhir, ada hal yang membuat saya merasa tertarik dan mungkin bagi teman-teman yang membaca tulisan ini juga akan tertarik dengan bidang *entrepreneurship* yaitu Kak Yas selalu mengingat ada sebuah quotes dari Bob Sadino yang memotivasi Kak Yas untuk terjun di bidang *entrepreneurship* dan merasa 'ogah' untuk menjadi karyawan adalah "Kamu itu bangun pagi, mandi, berangkat kerja, pakai seragam, kaki dibungkus sepatu, berangkat pagi pulang malam. Bayaran tak seberapa. Itu kamu kerja apa dikerjain?". Nah dengan quotes dari Bob Sadino dan pengalaman Kak Yas diatas, Kak Yas berharap agar bisa membuka pola pikir dan memotivasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis ini setelah lulus kuliah nanti bisa membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain karena menurut Kak Yas sayang sekali jika kita sudah dibekali dengan ilmu ekonomi dan bisnis saat kuliah namun tidak bisa diimplementasikan dalam kehidupan kedepannya. Terima kasih. Salam hangat dari penulis dan Kak Yasinta.

(Nova Meliana Idfriani)





Explore Everything My Passion In EO

Revolusi industri 4.0 memberikan akses yang sangat mudah bagi generasi milenial khususnya dalam mengakses segala informasi yang ingin kita ketahui. Tak terlebih hanya dalam hal informasi saja namun revolusi industri 4.0 juga hadir dalam menyajikan berbagai akses untuk mengembangkan *passion*. Bicara tentang *passion* tentunya sangat berhubungan dalam mengembangkan inovasi dan kreativitas diri. Rasa inovasi diri mencerminkan kebutuhan untuk berinovasi dan kesiapan untuk mencoba hal-hal baru. Rasa inovasi juga dianggap sebagai tingkat penyesuaian seseorang terhadap sebuah inovasi yang lebih cepat daripada orang lain dari kelompoknya. Rasa inovasi biasanya dianggap sebagai sesuatu hal yang positif di lingkungan bisnis.

Dan dengan adanya hiru-pikuk perkembangan dunia bisnis tentunya muncul berbagai macam jenis bisnis yang sedang trending di milenials, salah satu contohnya adalah *creativepreneur*. *Creativepreneur* sendiri merupakan sebuah bisnis yang disasari oleh kreativitas, dengan kereativitaslah yang menuntut untuk seseorang memulai bisnisnya mulai dari konsep bisnis sampai eksekusi bini mereka nantinya.

Menurut business coach Ilise Benun, *creativepreneur* adalah seseorang yang memulai bisnis dengan menggunakan ide kreatif yang punya nilai tambah berupa seni atau desain sebagai tolak ukur utamanya. Binis ini erat kaitannya dengan pelaku binis yakni milenials. Banyak milenials yang mengembangkan *passionnya* dengan terjun di dunia bisnis ini.

Serasa Creative Event Organizer

Sejak bekerja di sebuah rumah produksi, ia mulai jatuh cinta dengan dunia event. Terlebih dalam setiap proses pembuatan event dia sangat ingin sekali berpartisipasi di dalamnya. Dia adalah Rahmattulizar Alfandi, seorang *creativepreneur* yang memanfaatkan *passion* dan hobinya menjadi sebuah peluang bisnis. Sejak usia 16 tahun, pemuda ini sudah memiliki kegiatan part-time di salah satu rumah produksi. Sewaktu bekerja di rumah produksi ia merasa memiliki banyak ilmu yang di dapat dari itu semua. Seperti bagaimana menjadi vendor produksi dalam sebuah event, memiliki relasi bisnis yang banyak dari pekerjaan tersebut dan masih banyak hal lainnya yang ia dapatkan. Dari hal itu Alfan semakin jatuh cinta dalam dunia event, terlebih ia juga seorang anggota OSIS di SMA nya dan aktif dalam setiap event yang ada di sekolahnya.

Pemuda lulusan SMADA ini memulai bisnisnya sejak kelas 12 SMA. Dilatarbelakangi dari pengalamannya itu semua, Alfan pun merasa bahwa ia memiliki *passion* di bidang *event creator* tersebut, sehingga ia membangun sebuah event organizer (EO) bersama beberapa teman SMA-nya. EO tersebut akhirnya memiliki nama SERASA CREATIVE.

Lanjut Halaman 18...



Dalam bisnisnya ini dia menghadirkan sebuah inovasi baru yang mana EO-nya memiliki sentuhan yang berbau dengan milenials. Yaapp!! Bener banget nih SERASA CREATIVE memiliki konsep yakni EO yang milenials banget. Hal itu pun dibuktikan dengan terselenggaranya beberapa event dengan target *customer*-nya para mileneals, seperti PENSI beberapa SMA terkenal yang ada di Surabaya, PROM NIGHT, FESTIVAL MUSIK, dll.

SERASA CREATIVE memiliki struktur organisasi yang terdiri dari Founder, Project officer, Finance, Marketing, Public Relations, Post Production, 12 freelancer, Powerman, dan Designer.

“Banyak jalan menuju kesuksesan, mungkin ini berlaku untuk orang yang giat bekerja tanpa pantang menyerah”.

“Kita bisa memilih apa pun dan kapan pun untuk memulai sebuah karya”.

Itulah beberapa kalimat yang Alfian katakan sebagai kalimat penyemangatnya dalam menjalankan EO nya tersebut. Saat ini SERASA CREATIVE sudah berjalan kurang lebih selama 10 bulan dengan omset yang didapatkan kisaran 100 juta rupiah. Dengan pencapaian omset segitu, tidak menutup kemungkinan jika SERASA CREATIVE pernah mengalami kejadian yang tak sesuai dengan apa yang tim mereka harapkan seperti halnya mengalami kerugian. Alfian pun sempat bercerita jika selama menjalankan bisnisnya ini dia pernah mengalami kerugian besar pada pemesanan vendor, ia mengalami kerugian dikarenakan event yang akan dia kerjakan dibatalkan serta merta oleh *customer*-nya tanpa sebab yang logis. Namun dari hal itu semua, menurut dia adalah sebuah pembelajaran untuk ke depannya yang mana ia nantinya akan lebih teliti dan berhati-hati lagi dalam kesepakatan dengan customernya.

Terlepas dari semua tantangan yang ada SERASA CREATIVE tetap harus memberikan inovasi secara terus-menerus agar dapat bersaing di pangsa pasar mereka. Kali ini SERASA CREATIVE memiliki target membuat sebuah event yang bernama SIGNATURE EVENT. Di dalam event ini Alfian selaku *founder* ingin merealisasikan tujuan besar dari EO mereka yakni membuat sebuah EO yang bisa mewadahi kawula muda dalam mengembangkan *passion* di dunia event.

Selain berkecimpung di dunia EO, Alfian juga mempunyai keinginan untuk memiliki bisnis dalam hal jasa dekorasi dan rumah produksi. Dari keinginan barunya tersebut ia berpikiran untuk membuat sebuah EO yang di dalamnya terdapat rumah produksi dan jasa dekor sendiri, sehingga tidak perlu mencari vendor lain dalam setiap event yang akan mereka tangani.

(Astrid Nadya)



Sumber: edukasi.kompas.com

Tips Bisnis

Bagi Kamu yang Masih Bimbang

Menjalankan dan mengelola bisnis memang nggak mudah, tapi kalau kalian gigih dan nggak mudah menyerah, berbagai permasalahan pasti mudah dan cepat teratasi. Merintis dan mengelola usaha sendiri nggak semudah yang dibayangkan. Selain harus memiliki mental baja, ada hal penting lain yang harus dipersiapkan dengan matang, *lho!* Jangan sampai usaha yang kalian mulai dari nol malah nggak berbuah apa-apa dan berujung rugi.

Berikut beberapa tips buat kalian-kalian yang masih awam dan semakin yakin memulai usaha kalian.

1. Niat

Memantapkan hati sebelum memutuskan pilihan adalah wajib hukumnya, kalo niatmu masih setengah-setengah mending pikir lagi daripada nanti dijatuhkan dengan berbagai permasalahan. Bukannya sukses justru merana.

2. Pilih model bisnis yang akan dijalankan

Kalau kamu sudah mantap, sekarang coba memikirkan dan cari tahu lebih tentang informasi tren yang berkembang di masyarakat saat ini.

3. Thinking out of the box

Membaca peluang pasar adalah kunci utama, kalau saat ini di kalangan milenial sedang marak usaha kopi senja. Kamu bisa membuat itu sebagai peluang pasar yang menjanjikan tentunya dengan ide-ide kreatif yang lebih gokil ya.

4. Siapkan tujuan yang jelas

Hal terpenting saat memulai usaha tentu adalah tujuan awal yang jelas terhadap usaha yang sedang kamu rintis, anggap saja tujuan itu sebagai pedoman kamu saat ditimpa berbagai permasalahan yang hadir.

5. Manajemen waktu

Mulai tetapkan manajemen waktumu dalam keseharian, jangan sampai kamu lalai dan tidak pandai dalam mengatur waktu dalam apapun itu. Modal utama dalam mengatur usaha adalah kemampuan untuk manajemen diri.

6. Fokus pada suatu bisnis dulu

Tren bisnis memang berubah-ubah *rek*, tapi jangan semua kamu ambil karena terlihat begitu menggiurkan. Fokus aja dulu pada usaha yang kamu bangun saat ini dan kelola dengan baik ya!

Lanjut Halaman 20...



Sumber: mec.co.id

7. Ikhlas menghadapi kemungkinan terburuk

Nyali memang diperlukan untuk tetap berdiri tegak ketika permasalahan menimpa usahamu berulang-ulang. Persiapkan diri terhadap berbagai permasalahan yang ada dan bisa terjadi kapan saja.

8. Membuka diri

Cobalah belajar untuk menjadi orang yang selalu terbuka terhadap kritik dan nasihat dari orang lain. Jangan sampai kamu menutup diri dan enggan untuk mendengarkan mereka, bisa saja nasihat mereka berguna bagi bisnismu nantinya.

9. Terus belajar

Tiap usaha pasti akan ada naik dan turun, besok kamu bisa saja di atas angin tapi lusa kamu bisa dapat dentuman hebat. Jangan sampai lesu dan putus asa ya! Coba lebih giat lagi dan jangan malu bertanya kepada mereka yang telah ahli di bidangnya.

10. Jalankan bisnis yang kamu sukai

Menjalani sesuatu dengan passion pasti menyenangkan, bahkan saat diterjang badai sekalipun. Cobalah untuk menjalankan usaha sesuai dengan apa yang kamu sukai ya.

11. Siapkan modal usaha

Pastikan kalau kamu memulai sebuah usaha ada modalnya, entah itu modal sendiri atau hasil patungan dengan *partner*. Jangan sampai kamu memulai suatu bisnis tapi nggak ada modalnya.

12. Lihat peluang bisnis

Saat ini mungkin sedang getol-getolnya e-commerce dengan berbagai marketplace mulai dari Shopee, Lazada, Bukalapak, sampai Tokopedia. Memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang juga merupakan peluang untuk menjalankan bisnismu.

13. Tentukan target pasar

Coba analisa mau dibawa kemana arah konsumenmu dengan barang yang sengaja kamu jual, jangan sampai produk yang kamu dagangkan sudah tepat tetapi kamu menjual dengan target pasar yang salah.

14. Yuk mulai!

Nggak melulu teori, hal yang paling penting dari kesemuanya adalah memulainya. Memang nggak mudah tapi bisa kok kamu hadapi. Sukses didapat lewat satu langkah kecilmu!

(Khofifah N)



Sumber: picturesso.com

Menjadi Creativepreneur Itu Gak Sulit !

Tahukah kalian, apa itu *creativepreneur*? *Creativepreneur* berasal dari 2 kata (dalam bahasa Inggris), yaitu *creative* dan *entrepreneur*. *Creative* yang berarti kreatif dan *entrepreneur* yang berarti pengusaha. *Creativepreneur* merupakan pelaku usaha kreatif atau wirausaha yang melakukan bisnis di bidang inovasi dan kreasi guna menghasilkan produk yang berkualitas. Bidang-bidang yang terkait dengan *creativepreneur* di antaranya adalah musik, desain, animasi, videografi, kerajinan, dan sebagainya.

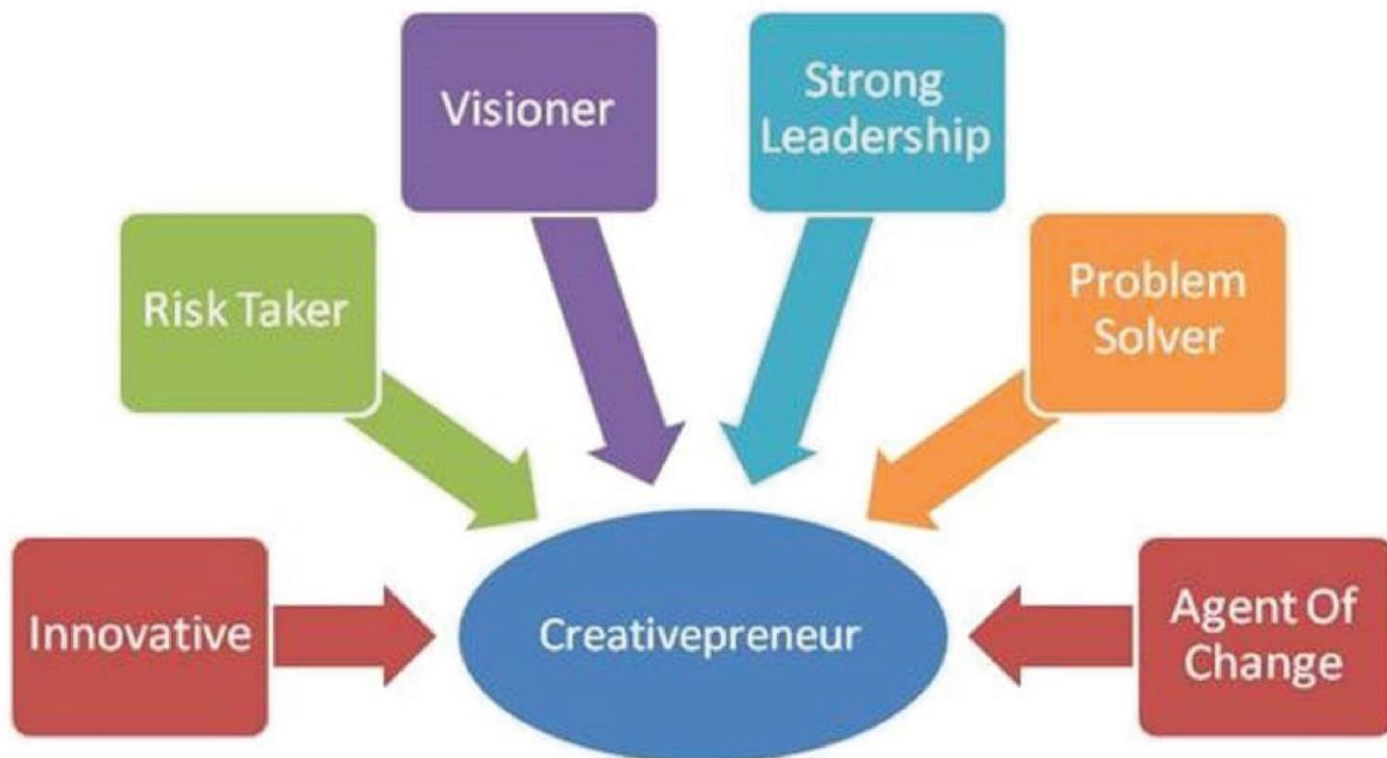
Di era globalisasi dan persaingan bisnis yang meningkat saat ini, *creativepreneur* semakin dikenal dan ditekuni, terutama oleh kalangan pebisnis muda. *Creativepreneur* dalam perekonomian pun mampu memberi kontribusi lebih dalam penciptaan lapangan usaha dan tenaga kerja. Dilansir dari Kompas.com, menurut Mari Elka Pangestu yang saat itu menjabat sebagai Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, kontribusi ekonomi kreatif dalam penciptaan lapangan usaha tercatat 6,7 persen dan tenaga kerja tercatat 7,7 persen. Hal ini jauh lebih tinggi dari sektor pertambangan yang hanya 0,9 persen dan sektor pengangkutan dan komunikasi sebesar 5,6 persen.

Diperlukan kreativitas dan kemampuan memecahkan masalah dengan solusi yang inovatif untuk menjadi seorang *creativepreneur* agar ide-ide yang dikembangkan memiliki daya saing tinggi dalam dunia bisnis. Selain itu, hal terpenting yang menjadi kunci sukses seorang *creativepreneur* adalah keberanian dalam mengambil risiko dan mencoba hal-hal baru.

Namun, kemampuan berkreasi sekaligus jiwa wirausaha tidak begitu saja mampu dikuasai. Diperlukan adanya semangat yang tinggi dan ketekunan untuk mengasahnya. Lalu, bagaimana caranya supaya mampu menjadi *creativepreneur* yang baik? Berikut ini adalah tips-tips menjadi *creativepreneur* yang bisa dicoba untuk diterapkan.

Tips pertama adalah kenali potensi apa yang dimiliki diri sendiri. Tanpa mengenali potensi diri, seseorang akan kesulitan untuk mengembangkan dan memanfaatkannya menjadi kelebihan yang menguntungkan. Selain itu, dengan mengenali potensi diri maka akan mudah mengetahui langkah-langkah apa saja yang akan dilakukan dan apa yang harus dihindari untuk mencapai suatu tujuan.

Lanjut Halaman 22...



Sumber: bisnisukm.com

Kemudian tips yang kedua adalah fokus dan tekun pada rencana yang telah terkonsep secara matang. Ide-ide kreatif yang telah terpikirkan perlu dicatat agar tidak lupa saat menyusun konsep-konsep bisnis dan fokus pada tahap-tahap merealisasikan konsep tersebut. Ketekunan dalam melaksanakan rencana juga menjadi hal penting agar bisnis berjalan optimal dan tidak berhenti di tengah jalan. Giat mencari inspirasi serta menampung kritik dan saran yang membangun juga dibutuhkan untuk mengembangkan ide kreatif.

Tips ketiga, yaitu berani keluar dari zona nyaman dan berani mengambil risiko. Dalam setiap keputusan tentu ada risiko yang akan dihadapi. Seorang *creativepreneur* harus siap menanggung risiko apabila terjadi permasalahan dalam menjalankan bisnis, tentunya dengan pertimbangan yang matang sebelumnya. Seseorang juga dituntut untuk terus berinovasi dan keluar dari zona nyaman agar mampu bertahan dan bersaing di zaman yang terus berkembang.

Tips keempat adalah menentukan jangka waktu untuk merealisasikan ide yang sudah ada agar selesai tepat waktu dan menghitung berapa biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis kreatif tersebut. Konsep dan strategi yang disusun pasti perlu mempertimbangkan modal yang dimiliki dan biaya yang akan dikeluarkan.

Bagi *creativepreneur* sendiri selain untuk bekal promosi, ilmu pengetahuan dan teknologi juga dibutuhkan untuk menyalurkan ide menjadi karya bisnis yang bernilai.

Contohnya sebagai modal dasar untuk mendesain, menciptakan videografi berkualitas, mencari inspirasi baru, dan menuangkan ide-ide kreatif dalam bentuk animasi. Oleh karena itu, teknologi juga berperan penting dalam mengembangkan bisnis kreatif.

Sebenarnya tidak sulit menjadi seorang *creativepreneur*. Yang terpenting adalah adanya niat dan tekad yang kuat serta menumbuhkan jiwa pantang menyerah di dalam diri. Ide *creativepreneur* yang inovatif tidak harus rumit, melainkan mampu memberi solusi yang efektif dan efisien serta memiliki keunikan tersendiri sebagai daya tarik dan ciri khas suatu produk agar lebih dikenal masyarakat luas

(Karimah Tri Lestari)

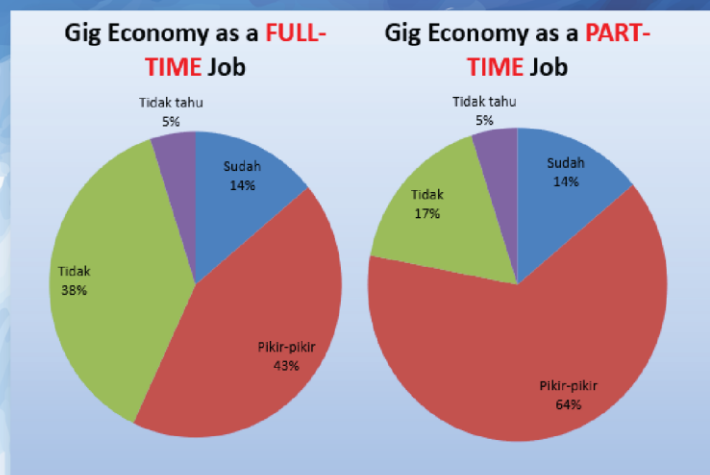
Gig Economy di Mata Milenial

Gig Economy menjadi salah satu istilah yang kian diperbincangkan saat ini. Namun, tahukah kalian apa itu *Gig Economy*? *Gig Economy* adalah suatu kondisi perekonomian di mana terjadi pergeseran status para pekerja perusahaan, dari yang pada umumnya merupakan tenaga kerja permanen ke kontrak sementara (*short-term contract*), *independent workers*, maupun karyawan tidak tetap (*temporary workers*).

Freelance merupakan salah satu bentuk penerapan *Gig Economy*. Tentunya kalian sudah tidak asing lagi bukan dengan berbagai aplikasi taksi daring? Orang-orang yang bekerja pada aplikasi taksi daring sebagai driver merupakan salah satu bentuk freelancer pada *Gig Economy*.

Fenomena *Gig Economy* kian berkembang karena beberapa alasan. Namun, salah satu alasan utama yang membuat para perusahaan cenderung memilih *temporary workers* adalah untuk menghemat biaya. Mengapa demikian? Karena pada *Gig Economy*, perusahaan tidak perlu lagi mengalokasikan biaya untuk memberikan berbagai kompensasi kepada tenaga kerjanya seperti asuransi kesehatan dan jaminan hari tua. Dengan demikian, anggaran perusahaan dapat ditekan. Selain itu, tingginya pertumbuhan berbagai *starts-up* di dunia juga turut mendukung perkembangan *Gig Economy*. Perusahaan-perusahaan ini tentunya lebih memilih *temporary workers* yang bekerja dalam jangka waktu tertentu (*short-term contract*) daripada *fulltime* karena sumber finansial mereka yang belum begitu besar. Fenomena ini tentunya dapat menjadi ancaman bagi kalian apabila kalian tidak mempersiapkan diri kalian dengan baik.

2018 Deloitte Millennial Survey



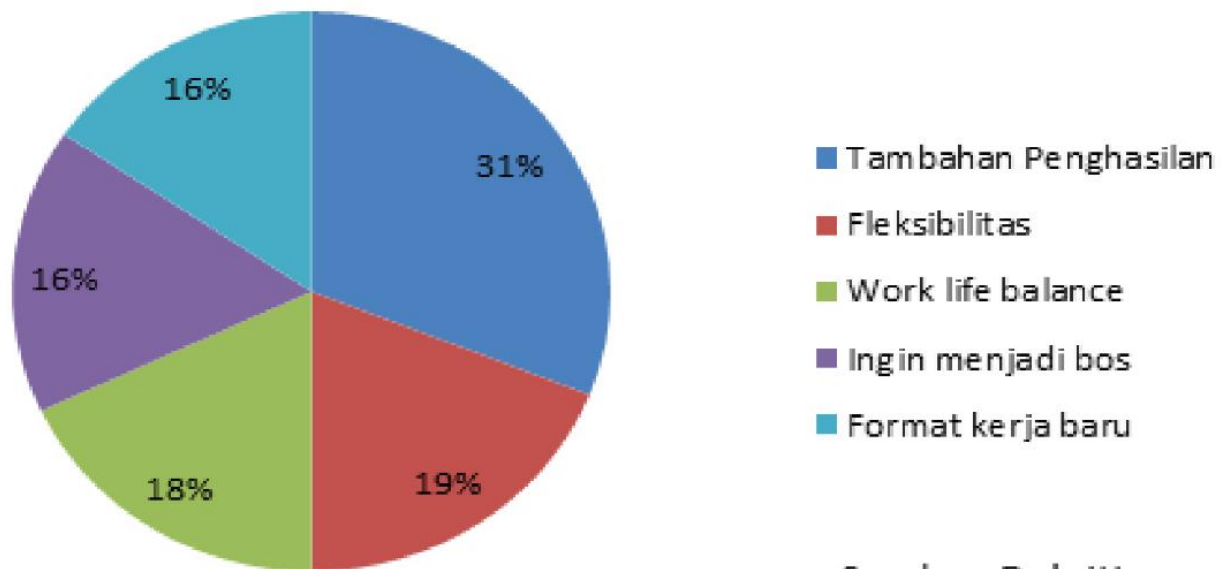
Sumber: Deloitte

Perusahaan konsultan akuntansi terkemuka, Deloitte, merilis hasil survei mereka mengenai pandangan generasi milenial terhadap *Gig Economy*. Dalam survei yang berjudul, **2018 Deloitte Millennial Survey**, Deloitte melakukan survei terhadap lebih dari 10 ribu responden yang tergolong generasi milenial yang berasal dari 30 negara, termasuk Indonesia. Total masing-masing 14% milenial telah melakukan *Gig Economy* baik sebagai pekerja *full-time* maupun *part-time*.

Di sisi lain, milenial masih lebih banyak mempertimbangkan *Gig Economy* sebagai salah satu sumber perolehan pendapatan atau penghasilan mereka (64%) dibandingkan untuk menjadi sumber penghasilan utama (43%). Sejalan dengan hasil tersebut, sekitar 38% milenial menolak menjadikan *Gig Economy* sebagai sumber penghasilan utama, dibandingkan dengan 17% yang menolak *Gig Economy* sebagai sumber penghasilan tambahan. Hal ini menyimpulkan bahwa milenial melihat *Gig Economy* sebagai suatu prospek yang cukup menjanjikan, walaupun masih terbatas sebagai salah satu sumber perolehan penghasilan tambahan mereka, bukan sebagai sumber penghasilan utama.

Lanjut Halaman 24...

Alasan Milenial Ingin Terlibat dalam Gig Economy



Sumber: Deloitte

Selanjutnya, Deloitte juga melakukan survey terhadap alasan yang membuat milenial mau dan mempertimbangkan keterlibatannya dalam *Gig Economy*. Mayoritas responden (sekitar 31%) melihat ada potensi yang besar dalam *Gig Economy* untuk memperoleh tambahan penghasilan. Sejalan dengan hasil survei yang menunjukkan bahwa minat milenial terhadap *Gig Economy* lebih kepada pekerjaan part-time, kebutuhan milenial yang kebanyakan tidak dapat dicukupi dengan hanya bergantung kepada gaji bulanan dari pekerjaan tetap mereka menyebabkan para milenial ini harus mencari solusi alternatif untuk memperoleh tambahan penghasilan. Tak ayal potensi bisnis dalam *Gig Economy* ini mereka lirik dan geluti untuk tujuan mencari tambahan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka. Alasan berikutnya merupakan tren yang berkembang dalam generasi milenial, yaitu fleksibilitas (19% responden).

Kecenderungan yang terjadi saat ini adalah banyak generasi milenial yang sudah mulai bosan dengan '9 to 5', yaitu suatu istilah yang merujuk pada rutinitas jadwal masuk dan keluar kantor dalam satu hari kerja. Belum lagi ditambah dengan dilema lain, seperti kemacetan yang terjadi di Jakarta, Indonesia, membuat banyak pegawai yang 'menggeser' jam keluar-masuk kantor mereka demi menghindari kemacetan. Alasan-alasan lain yang mempengaruhi adalah work life balance (18%), di mana mereka memperhitungkan eksistensi liburan, hiburan, dan ruang untuk menghindari stres dan depresi akibat tekanan pekerjaan, lalu keinginan menjadi bos sendiri (16%), yaitu keinginan untuk bebas waktu dan bebas finansial (time & financial freedom), dan munculnya format kerja baru (16%).

Setelah melihat hasil *survey* diatas, bagaimanakah tanggapan kalian? Apakah kalian menjadi ingin terlibat dalam *Gig Economy* ataukah sebaliknya? Keputusan ada di tangan kalian semua.

(Safira Nabilah)



Tim Redaksi



Kabinet Harmoni
BEM FEB UNAIR

B-MAGZ BUSINESS MAGAZINE