

TIP DAN TRIK MENDAPATKAN INVESTOR UNTUK BISNIS BARU BERBASIS DIGITAL MARKETING DI SMK DIPONEGORO

Sunu Jatmika¹⁾, Samsul Arifin²⁾, Tria Aprilianto³⁾, Nur Lailatul Aqromi⁴⁾

^{1,2,3,4} Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang, Indonesia

e-mail : lyla@asia.ac.id

ABSTRAK

Pemicu utama dalam membangun bisnis baru adalah perubahan kebutuhan dan tren pasar. Saat kebutuhan konsumen berubah atau terjadi pergeseran dalam perilaku konsumen, ini menciptakan peluang bagi inovasi dan pengembangan bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi. Banyaknya *competitor* menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. *Digital marketing* di satu sisi memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk memonitor dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan bagi calon konsumen, begitupun sebaliknya dari sisi calon konsumen adanya *digital marketing* memberi kemudahan dalam mencari dan mendapatkan informasi dari suatu produk yang diinginkan tanpa perlu untuk mengunjungi toko secara langsung. Tantangan selanjutnya adalah bagaimana menggaet investor yang tepat untuk bisa terlibat dalam mengembangkan bisnis yang berbasis digital marketing karena diperlukan adanya pengetahuan dan kemampuan yang memadai untuk bisa menggaet investor. Oleh karena itu pengabdian terkait Tips dan Trik mendapatkan investor telah memberikan manfaat bagi siswa-siswa SMK Widya Dharma agar lebih siap dalam mengembangkan bisnis digital dan mendapatkan investor yang potensial.

Kata Kunci: Digital Marketing, Investor, Tips dan Trik

ABSTRACT

The main issue in building a new business is market needs and market trends. When there is a shift in consumer behavior occurs, this creates opportunities for innovation and business development that can meet unmet needs. The large number of competitors is a consideration for entrepreneurs to enter the very tight competition. On the one hand, digital marketing makes it easy for business actors to monitor and provide all the needs and desires of potential consumers. On the other hand, from the potential consumer's side, digital marketing makes it easy to find and get information about a desired product without the need to visit the shop directly. The next challenge is attracting the right investors to be involved in developing a digital marketing-based business because adequate knowledge and skills are required to attract investors. Therefore, the service related to Tips and Tricks for getting investors has provided benefits for SMK Diponegoro Tumpang students to better prepare them to develop digital businesses and find potential investors.

Keywords: Digital Marketing, Investor, Tips and Trick

PENDAHULUAN

Pemicu utama dalam membangun bisnis baru adalah perubahan kebutuhan dan tren pasar. Saat kebutuhan konsumen berubah atau terjadi pergeseran dalam perilaku konsumen, ini menciptakan peluang bagi inovasi dan pengembangan bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi. Banyaknya kompetitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit (Gumilang, 2019). Sebagai contoh, dengan pesatnya kemajuan teknologi digital dan peningkatan penggunaan internet, bisnis online dan berbasis teknologi telah tumbuh dengan pesat. Hal ini disebabkan oleh permintaan pasar yang terus berubah dan keinginan konsumen untuk akses yang lebih mudah, kenyamanan, dan solusi yang inovatif.

Pelaku bisnis yang dapat mengenali dan merespons perubahan ini memiliki keunggulan dalam menciptakan peluang baru. Mereka dapat memanfaatkan teknologi digital untuk menghadirkan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan modern. Digital marketing di satu sisi memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk memonitor dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan bagi calon konsumen, begitupun sebaliknya dari sisi calon konsumen adanya digital marketing memberi kemudahan dalam mencari dan mendapatkan informasi dari suatu produk yang diinginkan tanpa perlu untuk mengunjungi toko secara langsung (Mileva & DH, 2018). Dengan adanya kemampuan untuk menyampaikan nilai tambah yang diinginkan oleh konsumen, bisnis baru dapat berkembang dan bersaing secara efektif dalam pasar yang terus berubah ini. Dengan demikian, pemahaman yang baik tentang tren pasar dan kebutuhan konsumen

menjadi kunci dalam membangun bisnis baru yang sukses.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh para pemodal adalah ketersediaan sumber pendanaan yang terbatas saat memulai bisnis baru. Memulai bisnis baru mengharuskan investasi yang signifikan dalam modal untuk pengembangan produk atau layanan, pemasaran, infrastruktur, dan sumber daya manusia. Untuk memperoleh keuntungan tersebut investor dituntut untuk bijak dan cermat dalam memilih perusahaan-perusahaan yang memiliki kinerja baik. Oleh sebab itu seorang investor dituntut agar mampu mengelola segala bentuk informasi yang di terima sebelum mengambil keputusan investasi (Leiwakabessy dkk, 2022). Para pemodal seringkali menghadapi kendala dalam mencukupi kebutuhan finansial ini. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, mereka dapat menjajaki berbagai opsi, seperti mencari pinjaman dari lembaga keuangan, mengajak mitra investasi untuk berkolaborasi, atau bahkan menjalankan kampanye penggalangan dana melalui platform crowdfunding. Dengan menggabungkan berbagai sumber pendanaan ini, para pemodal dapat memperoleh modal yang diperlukan untuk membangun bisnis baru mereka.

Selain itu, pengelolaan sumber daya manusia juga merupakan bagian penting dalam membangun bisnis baru. Merekrut dan mempertahankan staf yang berkualitas dapat menjadi tantangan, terutama jika bisnis baru tidak mampu menawarkan imbalan yang sebanding dengan perusahaan besar. Para pemodal harus memperhatikan penugasan tugas yang tepat, memberikan pelatihan yang diperlukan, dan menyediakan insentif yang sesuai untuk menjaga semangat dan dedikasi karyawan. Hal ini membantu membangun tim yang kuat dan memastikan kelancaran operasional bisnis. Kewirausahaan melibatkan kemampuan atau tindakan individu dalam menciptakan dan mengelola usaha atau bisnis dengan

niat untuk mencapai keuntungan. Salah satu sekolah menengah kejuruan (SMK) yang mungkin menawarkan program atau mata pelajaran terkait kewirausahaan adalah SMK Diponegoro Tumpang. Program kewirausahaan di SMK Diponegoro Tumpang bertujuan untuk membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses. Siswa akan diajarkan tentang konsep dasar bisnis, pembuatan rencana bisnis, manajemen operasional, pemasaran produk atau jasa, serta bagaimana mengelola keuangan bisnis. Agar program kewirausahaan bisa berjalan dengan lancar salah satunya adalah mengundang investor, maka dalam pengabdian masyarakat di SMK Diponegoro Tumpang adalah bagaimana Tip dan Trik untuk mendapatkan investor dalam membangun bisnis/wirausaha.

METODE

Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Untuk mencapai tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini digunakan beberapa langkah: Ceramah; Metode ceramah digunakan dalam penyampaian materi-materi tentang tip dan trik mendapatkan investor, Praktik ; Metode ini dilakukan dengan menggunakan metode praktik. Metode ini diberikan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan dalam mendapatkan investor, dimana siswa/i praktek presentasi terhadap rintisan bisnis yang direncanakan dengan menggunakan tool BMG. Juga siswa/i belajar praktek media digita marketing untuk membantu bisnis yang dikembangkan. Langkah-langkah dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan menggunakan model Analisa SWOT. Analisis SWOT merupakan sebuah metode yang melibatkan identifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dihadapi oleh suatu bisnis. Dengan melakukan analisis SWOT, bisnis dapat

memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor tersebut. Kelebihan internal seperti keahlian khusus atau sumber daya yang unggul, serta kelemahan seperti keterbatasan sumber daya atau kurangnya pengalaman, dapat diidentifikasi. Di sisi eksternal, peluang dalam pasar seperti perkembangan teknologi atau perubahan kebijakan, serta ancaman seperti persaingan yang ketat atau perubahan tren konsumen, juga dapat diidentifikasi. Dengan pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor ini, bisnis dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi tantangan yang dihadapi.

Analisis SWOT juga dapat membantu bisnis dalam pengambilan keputusan strategis. Dengan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal, bisnis dapat mengidentifikasi area di mana mereka memiliki keunggulan kompetitif dan di mana mereka perlu meningkatkan kinerja mereka. Di sisi eksternal, dengan menganalisis peluang dan ancaman, bisnis dapat menyesuaikan strategi mereka untuk mengoptimalkan peluang yang ada dan mengurangi dampak negatif dari ancaman yang dihadapi. Melalui analisis SWOT yang terperinci, bisnis dapat merumuskan rencana aksi yang efektif dan berfokus untuk mencapai tujuan mereka dan menghadapi perubahan yang mungkin terjadi di lingkungan bisnis.

Tabel 1. Analisis SWOT

Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
<p>1. Tim Manajemen yang Berpengalaman: Memiliki tim manajemen yang terampil dan berpengalaman dapat menjadi kekuatan yang signifikan. Investor akan tertarik dengan tim yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang relevan dalam industri tersebut.</p> <p>2. Produk atau Layanan yang Inovatif: Jika bisnis menawarkan produk atau layanan yang inovatif dan memiliki keunggulan kompetitif, hal ini dapat menarik minat investor yang mencari peluang investasi yang menjanjikan.</p> <p>3. Performa Keuangan yang Baik: Jika bisnis telah mencapai pertumbuhan yang stabil dan memiliki performa keuangan yang solid, hal ini dapat menjadi bukti yang meyakinkan bagi investor tentang potensi keuntungan yang dapat mereka peroleh.</p>	<p>1. Keterbatasan Sumber Daya: Jika bisnis memiliki keterbatasan sumber daya seperti modal yang terbatas atau kurangnya tenaga kerja yang memadai, ini dapat menjadi kendala dalam menarik investor. Perluasan atau peningkatan modal mungkin diperlukan untuk mengatasi kelemahan ini.</p> <p>2. Kurangnya Pengaruh Pasar: Jika bisnis Anda masih baru atau belum memiliki pangsa pasar yang signifikan, investor mungkin menjadi skeptis terhadap potensi pertumbuhan dan keberhasilan bisnis Anda. Diperlukan strategi yang kuat untuk memperoleh pengaruh pasar yang lebih besar.</p>
Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)
<p>1. Permintaan Pasar yang Tinggi: Jika bisnis beroperasi di industri dengan permintaan pasar yang tinggi, investor mungkin mendapatkan pengembalian investasi yang tinggi.</p> <p>2. Pertumbuhan Industri yang Cepat: Jika industri tempat bisnis Anda beroperasi mengalami pertumbuhan yang pesat, hal ini dapat menjadi faktor yang menarik bagi investor yang mencari peluang investasi dengan potensi pertumbuhan yang tinggi.</p> <p>3. Kemitraan atau Aliansi Strategis: Peluang untuk menjalin kemitraan atau aliansi strategis dengan perusahaan lain juga dapat menarik minat investor yang mencari sinergi dan peluang kolaborasi yang saling menguntungkan.</p>	<p>1. Persaingan yang Ketat: Persaingan yang sengit di pasar dapat menjadi ancaman bagi bisnis Anda. Investor mungkin ingin mengatasi persaingan dan mempertahankan keunggulan kompetitif.</p> <p>2. Perubahan Regulasi: Perubahan kebijakan atau regulasi pemerintah dapat mempengaruhi bisnis Anda. Investor mungkin ingin memastikan bahwa bisnis Anda dapat beradaptasi dengan perubahan tersebut.</p>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dengan cara tatap muka dan pratik langsung menggunakan metode BMG untuk praktek pemaparan bisnis yang dikembangkan siswa/i. Kegiatan lain adalah pelaksanaan praktik dalam digital merkating dengan menggunakan medsos untuk mendukung bisnis yang dikembangkan dengan target capaian untuk membantu Analisa target market. Adapun detail kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan menganalisa resiko bisnis



Gambar 1. Analisa Resiko Bisnis

Identifikasi Risiko: Langkah pertama adalah mengidentifikasi semua potensi risiko yang dapat mempengaruhi bisnis. Dalam hal ini siswa SMK Diponegoro Tumpang diajari bagaimana mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dan internal yang dapat menghambat pencapaian tujuan bisnis.



Gambar 2. Diskusi potensi Resiko dalam Bisnis

Penilaian Risiko: Setelah risiko diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah menilai tingkat risiko untuk setiap faktor risiko. Siswa diarahkan untuk dapat menggunakan metode seperti matriks penilaian risiko untuk menentukan tingkat probabilitas dan dampak setiap risiko.



Gambar 3. Siswa SMK Diponegoro Tumpang mempelajari Matriks Penilaian Risiko



Gambar 5. Penjelasan terkait Mitigasi Risiko

Perancangan Strategi: Setelah penilaian risiko dilakukan, siswa diarahkan untuk dapat merancang strategi untuk mengelola atau merespons risiko tersebut. Ini mungkin melibatkan mengidentifikasi tindakan mitigasi yang dapat mengurangi probabilitas atau dampak risiko, atau mengembangkan rencana darurat jika risiko terjadi.

Evaluasi dan Pemantauan: Tahap terakhir adalah mengukur efektivitas tindakan mitigasi yang diambil dan melakukan evaluasi secara berkala. Jika risiko masih ada atau dampaknya tidak terkendali, maka perlu mengubah atau menyesuaikan strategi dan tindakan mitigasi.



Gambar 4. Siswa mempresentasikan Strategi Pengelolaan Risiko



Gambar 5. Penutupan

Tindakan Mitigasi: Setelah merancang strategi, langkah selanjutnya adalah menerapkan tindakan mitigasi yang direncanakan. Ini bisa berupa langkah-langkah untuk mengurangi risiko atau mengantisipasi dampaknya. Tindakan mitigasi dapat mencakup perubahan proses bisnis, penggunaan alat atau teknologi baru, asuransi, atau langkah-langkah keamanan tambahan.

Setelah siswa memahami bagaimana Langkah-langkah dalam menganalisis Risiko maka siswa kemudian diperkenalkan dengan salah satu media yang bisa dipakai untuk membantu siswa sebagai pelaku bisnis awal dalam menentukan rencana bisnisnya. Business Model Generation (BMG) bertujuan untuk membantu para pengusaha dan inovator

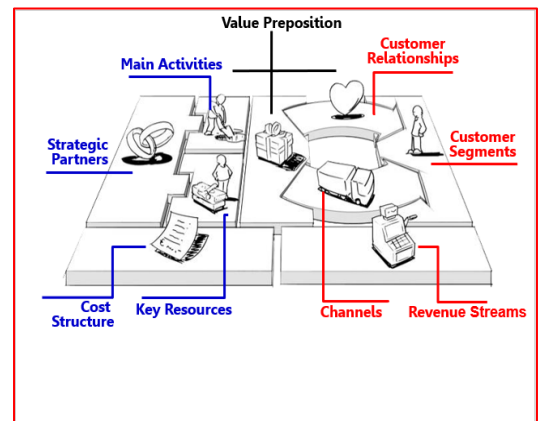
dalam mengidentifikasi, menggambarkan, dan mengkomunikasikan elemen-elemen kunci yang membentuk model bisnis mereka. Model bisnis mencakup cara perusahaan menghasilkan nilai, berinteraksi dengan pelanggan, membangun dan memelihara hubungan dengan mitra, serta menghasilkan pendapatan dan mengelola sumber daya. Adapun pendekatan yang dipakai dalam praktik Pengabdian Kepada Masyarakat adalah sebuah alat yang dikenal dengan nama Business Model Canvas (BMC). BMC adalah suatu kerangka kerja visual yang terdiri dari sembilan elemen kunci yang mencakup segmen pasar, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, kegiatan kunci, sumber daya kunci, mitra kunci, dan struktur biaya.

Dengan menggunakan BMC, para pengusaha dapat menggambarkan dan menganalisis secara sistematis semua aspek penting dari model bisnis mereka. Ini memungkinkan mereka untuk memahami dengan lebih baik cara mereka menghasilkan nilai, mengeksplorasi peluang baru, dan mengadaptasi bisnis mereka dengan lebih fleksibel sesuai dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan.

Bisnis Model Generation juga mempromosikan inovasi dalam model bisnis dengan mendorong pengusaha untuk berpikir secara kreatif dan mencari cara baru untuk menciptakan, mengirimkan, dan menangkap nilai. Pendekatan ini juga membantu dalam merancang strategi yang lebih efektif dan mengidentifikasi area potensial untuk peningkatan dan pengembangan bisnis.

Bisnis Model Generation juga mempromosikan inovasi dalam model bisnis dengan mendorong pengusaha untuk berpikir secara kreatif dan mencari cara baru untuk menciptakan, mengirimkan, dan menangkap nilai. Pendekatan ini juga membantu dalam merancang strategi yang lebih efektif dan mengidentifikasi area

potensial untuk peningkatan dan pengembangan bisnis.



Gambar 6 Komponem BMC

Tip dan Trik Mendapatkan Investor

Setelah memahami bisnis proses dengan dipaparkan lewat BMG maka dilanjutkan bagaimana tip dan trik untuk mendapatkan investor.

Rencanakan dengan baik: Buatlah rencana bisnis yang komprehensif dan terperinci yang menjelaskan visi, misi, strategi, dan perkiraan keuangan bisnis yang dijalankan. Rencana bisnis yang kuat dapat meyakinkan investor tentang potensi bisnis yang dikembangkan. Dengan menggunakan model BMG agar investor lebih yakin proses bisnis yang dikembangkan.

Identifikasi target investor: Tentukan jenis investor yang paling cocok dengan bisnis yang dikembangkan, baik itu investor individu, perusahaan ventura, atau lembaga keuangan. Selanjutnya, cari tahu preferensi dan kriteria investasi mereka.

Bangun jaringan yang kuat: Berpartisipasilah dalam acara bisnis, konferensi, dan pertemuan industri untuk membangun hubungan dengan calon investor. Manfaatkan pula platform online seperti LinkedIn untuk terhubung dengan mereka.

Buatlah pitch yang menarik: Siapkan presentasi pendek yang menarik (pitch deck) yang memperlihatkan potensi bisnis

yang diajukan untuk mendapatkan investor. Sampaikan pesan dengan jelas dan singkat, dengan menyoroti keunggulan dan keuntungan bagi investor.

Persiapan yang matang: Latih kemampuan komunikasi dan presentasi secara menyeluruh. Kenali dengan baik bisnis yang dikembangkan dan jawab segala pertanyaan yang mungkin diajukan oleh investor potensial.

Tawarkan bukti konsep atau prototipe: Jika memungkinkan, berikan bukti bahwa konsep bisnis yang dikembangkan sudah teruji atau tunjukkan prototipe produk atau layanan yang sudah ada. Hal ini dapat memberikan keyakinan kepada investor bahwa bisnis yang akan dikembangkan memiliki potensi nyata.

Fokus pada keunggulan kompetitif: Jelaskan dengan jelas kepada investor apa yang membuat bisnis yang dikembangkan unik dan memiliki keunggulan dibandingkan pesaing. Ajukan argumen yang kuat mengapa investor harus berinvestasi pada bisnis yang dikembangkan.

Tunjukkan potensi keuntungan: Sampaikan dengan jelas bagaimana investor dapat memperoleh pengembalian investasi yang menguntungkan. Berikan proyeksi keuangan yang realistis dan rinci, serta sampaikan strategi bisnis untuk mencapai pertumbuhan yang signifikan.

Bangun hubungan saling percaya: Jadikan interaksi dengan investor sebagai kesempatan untuk membangun hubungan yang saling percaya. Fokus pada transparansi, keterbukaan, dan profesionalisme dalam setiap komunikasi dengan mereka.

Gunakan platform investasi online: Manfaatkan platform investasi online yang menyediakan akses ke jaringan investor potensial. Platform seperti AngelList, Gust, atau Crowdfunding dapat membantu bisnis yang dikembangkan mencapai investor

yang relevan dengan bisnis yang diajukan untuk mendapatkan investor.

Praktek Presentasi Pendek (Pitching)

Pitch deck merupakan dokumen pendukung presentasi singkat (pitching) yang dibuat dengan singkat tetapi komprehensif. Investor biasanya lebih suka mendengarkan presentasi dalam bentuk pitching.

SIMPULAN

Persiapan yang matang merupakan kunci kesuksesan dalam menjalankan bisnis dan menggaet Investor. Salah satu poin terpenting adalah dengan membangun komunikasi yang jelas dan fokus pada keuntungan bisnis yang dijalankan. Proyeksi keuangan harus disampaikan secara realistis sehingga mampu membangun kepercayaan antara tim pelaku bisnis dengan investor.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang yang telah memberikan bantuan berupa Hibah Pendanaan Internal untuk Pengabdian Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Jogiyanto, Hartono. (2010). Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi Ketujuh. Yogyakarta:BPFE
- Jonathan Sarwono, K. Prihartono. Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet, 2015, Elexmedia Komputindo, Jakarta.
- Gumilang, Ratna Lisa. 2019. Implementasi Digital marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Home Industri. *Coopetation :Jurnal Ilmiah Manajemen* Hal 9-14, Vol X No 1 2019.
- Katawetawaraks, C. & Cheng, L. W. (2014). Online Shopper Behavior: Influences Of Online Shopping Decision. *Asian Journal of Business Research*.

- Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2021, Desember 9). Demografi Investor. Diambil kembali dari [ksei.co.id:https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_-_November_2021.pdf](https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_-_November_2021.pdf)
- Leiwakabessy, Audry, dkk. 2022. Faktor Psikologis Investor Millennial Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham. JAP : Jurnal Akuntansi dan Pajak, Vo; 22 No 2 2022.
- Mileva, L., & DH, A. F. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 58(1), 190–199. [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id %0A191](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/%0A191).
- Ryan, D. (n.d.). Understanding Digital Marketing_ Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation.