



Pengembangan Platform Layanan Konsultasi Kecantikan Online Untuk Meningkatkan Industri Ekonomi Digital Kreatif di Indonesia

¹Putri Aulia Rosita, ²Praja Firdaus Nuryananda

¹²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

putriaulia062@gmail.com

firdaus.praja@gmail.com

© 2024 Kreativasi : *Journal of Community Empowerment*

ABSTRACT	INFO ARTIKEL
<i>The platform business model is a simple yet powerful concept that radically alters business, the financial system, and society in general. The platform revolution threatens almost all industries that rely heavily on information. This concept evolved into a view of the interdependence of innovation and technological advancement, which influences both macro and microeconomics. whomever decides how far digital technology can travel. The MBKM initiative exists to strengthen the creative digital economy in Indonesia, and one of the outcomes of this study was the creation of an online beauty consultation service platform.</i> Keywords : Business Model, Digital Economic, MBKM Program, Platform	Korespondensi : Putri Aulia Rosita Email: putriaulia062@gmail.com

PENDAHULUAN

Startup merupakan salah satu jenis perusahaan yang saat ini pertumbuhannya kian pesat karena adanya perkembangan teknologi. Perusahaan startup meluncurkan berbagai macam ide bisnis berbasis teknologi seperti Gojek, Traveloka, Tokopedia dan sebagainya. Startup digital saat ini berlomba-lomba menawarkan produk dan layanan mereka untuk menarik perhatian masyarakat. Startup digital sangat digemari masyarakat terutama kalangan millennial dan Gen Z karena penggunaannya

menggunakan aplikasi atau platform yang dapat dengan mudah diakses menggunakan smartphone.

Sistem bisnis berbasis platform sedang dikembangkan seiring dengan kemajuan pesat teknologi internet, yang mengubah fondasi organisasi konvensional. Pendekatan perusahaan jaringan platform, yang memanfaatkan data dan teknologi jaringan internet, secara tidak sengaja telah menghasilkan aturan baru untuk menghasilkan bisnis serta memberikan hasil bagi setiap peserta jaringan. Penggunaan struktur perusahaan kerangka dapat memperluas skala perusahaan tanpa memerlukan investasi lebih lanjut dalam bisnis tertentu (Moazed dan Johnson 2016; Lights & Miskelly, 2019), serta meningkatkan nilai konsumen dengan menggunakan efek jaringan (Parker et al 2016; Mellita & Noviardy, 2021). Fitur pengembangan ekosistem platform yang berkembang pesat telah menimbulkan pergolakan di sejumlah bisnis.

Model perusahaan platform adalah konsep sederhana namun efektif yang secara radikal mengubah bisnis, pasar keuangan, dan dunia pada umumnya. Transisi platform mengancam hampir setiap industri yang sangat bergantung pada pengetahuan. Ini tidak hanya mencakup industri yang menyediakan produk atau layanan data, seperti akademisi dan jurnalisme, tetapi juga semua jenis bisnis yang berkepentingan dengan data tentang preferensi pelanggan, variasi harga, perilaku penawaran dan permintaan, serta kondisi pasar saat ini.

Untuk mengamati bagaimana kekayaan sebelumnya diproduksi dan didistribusikan di sebagian besar pasar jaringan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang dihasilkan oleh ledakan bisnis platform. Sebagian besar struktur organisasi tradisional menyerupai jaringan pipa. Sebuah pipa, bertentangan dengan platform, adalah pendekatan ekonomi yang menjalankan pengaturan langkah demi langkah antara vendor dan pelanggan untuk menghasilkan dan menyampaikan nilai. Bisnis pertama mengembangkan produk atau layanan. Kemudian barang diproduksi dan dijual, atau mekanisme penyediaan layanan dibuat. Akhirnya, pelanggan datang untuk membeli produk atau jasa. Karena bentuknya yang soliter dan esensial, organisasi jalur pipa juga dapat dikontraskan dengan rantai nilai yang berkelanjutan.

Orang bertukar, mengonsumsi, dan terkadang meningkatkan nilai intrinsik suatu produk atau jasa. Alih-alih menempuh jalan lurus dari pencipta ke konsumen, nilai dapat diproduksi, diubah, ditransfer, dan dikonsumsi dalam berbagai cara dan tempat. Semua ini tersedia melalui koneksi broadband platform. Setiap platform bekerja dalam berbagai kapasitas, menarik berbagai jenis orang, dan menghasilkan berbagai bentuk uang; namun, prinsip penting dari fungsi platform apa pun dapat dikembangkan.

Saat ini, model bisnis berbasis platform mendorong ekonomi digital secara global. Dimana Tapscott dalam Sorescu & Schreier (2021) pertama kali memperkenalkan ide ekonomi digital, yang merupakan fenomena interpersonal yang mempengaruhi sistem ekonomi, dimana kejadian ini memiliki ciri-ciri tertentu dari kecerdasan lingkungan, termasuk pengetahuan, berbagai instrumen terkait informasi, kemampuan pengetahuan serta pengolahan data. Sektor TIK, operasi e-commerce, dan distribusi barang dan jasa secara online ditetapkan untuk pertama kalinya sebagai komponen ekonomi digital. Sementara itu, Zimmerman mendefinisikan ekonomi digital sebagai istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan konsekuensi dunia dari pesatnya pertumbuhan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, yang berdampak pada situasi sosial ekonomi (Nopiah & Islami, 2022).

Konsep ini berkembang menjadi pandangan saling ketergantungan antara pemikiran kreatif dan kemajuan teknologi, yang memiliki pengaruh baik pada ekonomi makro maupun mikro. Terlepas dari siapa yang memutuskan ruang lingkup kemajuan teknologi, sektor yang disentuh termasuk barang dan jasa dari segala jenis, baik yang diciptakan, dibuat, dipromosikan, atau diberikan. Bisnis dalam ekonomi digital menyediakan fasilitas tertentu sebagai tanggapan atas permintaan atau penawaran khusus; penawaran ini dikategorikan sebagai eksklusif untuk penawaran individu atau pribadi. Untuk memberikan keuntungan ekonomi digital kepada pelaku masyarakat dan komersial, kerangka peraturan yang sesuai diperlukan untuk mempromosikan lingkungan pasar yang menguntungkan dan adil dalam menghasilkan ide untuk komoditas dan inovasi. Dengan mengurangi perdagangan di seluruh dunia dan menghilangkan banyak belenggu perantara, ekonomi digital

membedakan dirinya. Hal ini dilakukan agar tidak ada kendala dalam memperoleh akses, sehingga memberikan kebebasan dalam berpartisipasi di pasar.

Dalam usaha meningkatkan ekonomi digital kreatif di Indonesia, dalam lingkup Pendidikan, Nadiem Makarim, Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, mengembangkan strategi baru untuk memperkuat sistem pendidikan Indonesia. Kemendikbud mencanangkan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) pada awal tahun 2020. Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka Kemdikbud meliputi pertukaran pelajar nasional dan internasional, kampus pengajar, wirausaha mandiri, magang, dan studi mandiri. Program MBKM memungkinkan mahasiswa untuk belajar di luar program studi mereka secara fleksibel dan kreatif untuk menghadapi perubahan di dunia modern. Selain itu, kurikulum ini dimaksudkan untuk melatih siswa agar menjadi sumber daya manusia yang unggul dan menguasai banyak mata pelajaran ilmiah, serta mempersiapkan siswa untuk menghadapi perkembangan teknis, sosial, dan budaya, serta lingkungan kerja yang berubah dengan cepat.

Asosiasi Alih Teknologi dan Pengembangan Bisnis (ALTEK) merupakan salah satu mitra yang bekerja sama dengan kampus merdeka yang mengikuti Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) yang dapat memberikan sertifikasi dalam bidang Digital Creative Business Management, sehingga mahasiswa dapat memiliki nilai tambah di suatu perusahaan. Dalam artikel ini, akan dijabarkan hasil dari studi independen yang telah peneliti lakukan selama mengikuti kelas tersebut, termasuk pengetahuan yang telah peneliti dapatkan, proyek yang telah peneliti kerjakan, serta kendala yang peneliti hadapi selama proses pembelajaran

METODE PENGABDIAN

Program Studi Independen Digital Creative Business Management bersama ALTEK dilaksanakan selama lima bulan yaitu dari bulan Februari hingga Juni 2023. Pada empat bulan pertama mahasiswa mempelajari materi-materi dari mata kuliah yang ditawarkan. Proses belajar di ALTEK dilaksanakan sebanyak tiga kali dalam seminggu yaitu pada hari Senin, Rabu, dan Jum'at. Setiap satu hari terdapat 2 mata

kuliah. Pembelajaran live class diadakan di platform Zoom pada pukul 16.00 – 17.30 dan 19.30-21.00 dan setelah kelas selesai, mentor akan membagikan materi dan tugas di Google Classroom beserta penilaiannya. Pada bulan terakhir di bulan Juni, mahasiswa ALTEK difokuskan untuk mentoring intensif untuk pengerjaan Project Akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan Studi Independen bersama ALTEK, didapatkan hasil di mana peserta diminta untuk mengirimkan/mempresentasikan ide bisnis mereka menggunakan PowerPoint selama minggu pertama pembelajaran di ALTEK, yang akan dievaluasi oleh mentor dan peserta lainnya. Tugas akhir akan terdiri dari 5 konsep bisnis dari setiap kelas yang dipilih. Peserta lain yang ide perusahaannya tidak dipilih dapat bergabung dengan ide bisnis yang dipilih berdasarkan preferensi mereka. Peneliti bergabung dengan konsep perusahaan "Beaudy" karena peneliti memiliki passion di bidang kecantikan dan peneliti seorang pengembang konten kecantikan, oleh karena itu akan sangat menyenangkan untuk bergabung dengan Beaudy.

Beaudy adalah platform yang menyediakan konsultasi dermatologist berbasis web yang dapat diakses secara online dimana pun dan kapan pun. Latar belakang terbentuknya Beaudy ialah karena kelompok Beaudy sering mendengarkan keluhan para wanita yang ingin konsultasi mengenai perawatan kulit di dokter, tetapi terhalang oleh waktu dan biaya yang relatif mahal. Beaudy hadir untuk menjawab persoalan tersebut. Visi Beaudy adalah menjadi jasa layanan konsultasi yang handal, terpercaya, responsif dan berkualitas serta mampu membantu para wanita untuk menyelesaikan permasalahan kulit yang dialaminya. Tujuan dari dibentuknya Beaudy adalah untuk membantu pelanggan dalam mengatasi permasalahan kulit,

memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan, dan menjadikan Beaudy sebagai solusi terbaik dalam mengatasi permasalahan kulit pelanggan.

Perjalanan kelompok Beaudy dalam merancang serta mengembangkan platform Beaudy ini cukup panjang. Pengerjaan proyek akhir ini tidak dikerjakan sendiri, tetapi kelompok Beaudy dibimbing oleh mentor profesional. Pada setiap minggunya mentor dan kelompok penulis akan berdiskusi mengenai perkembangan Beaudy. Setiap anggota Beaudy memiliki peran dan tanggung jawabnya masing-masing, yakni sebagai berikut:

Tabel 1. Struktur Tim Proyek Beaudy

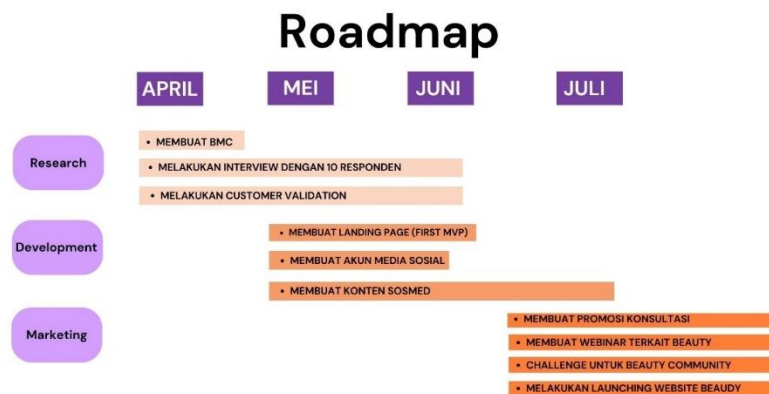
No.	Nama	Peran
1	Rizka Ananda R. Panjaitan	Chief Executive Officer
2	Putri Aulia Rosita	Chief Marketing Officer
3	Evianti	Chief Business Officer
4	Rini Silalahi	Chief Financial Officer
5	Yustika Pakpahan	Chief Operating Officer

Sumber : Data Pribadi, 2023

Pada tahap awal pembentukan Beaudy, tim Beaudy terlebih dahulu membuat business model kemudian mencari kompetitor yang memiliki business model yang sama dan menganalisis persamaan dan perbedaan dengan Beaudy. Pada mentoring kedua, kelompok Beaudy membahas pemasaran/marketing dengan membuat akun media sosial seperti Instagram, Facebook, LinkedIn dan TikTok guna mengenalkan Beaudy ke publik serta meningkatkan Search Engine Optimazation (SEO). Selain itu kelompok Beaudy mempelajari dan membuat Break Even Point (BEP).

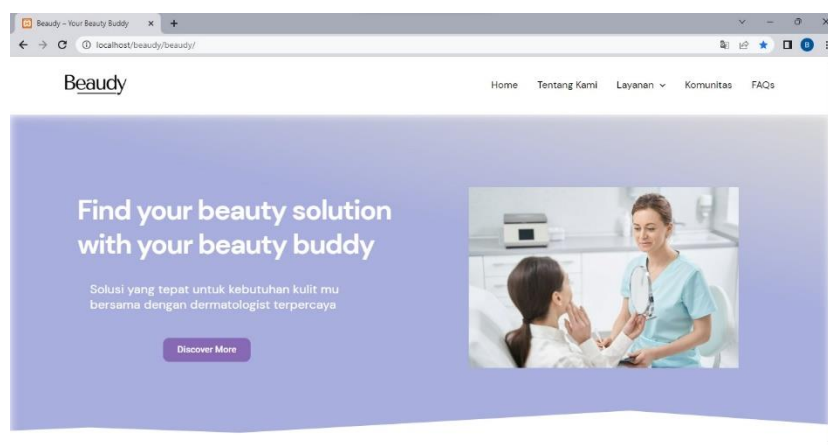
Pada mentoring ketiga, kelompok Beaudy membuat Unique Value Proposition (UVP) yang mengarah pada layanan Beaudy. Kemudian kelompok Beaudy juga

membuat action plan atau timeline proyek dimulai dari awal hingga akhir program SIB agar pengerjaan Beauty kedepannya dapat terstruktur dan terarah.

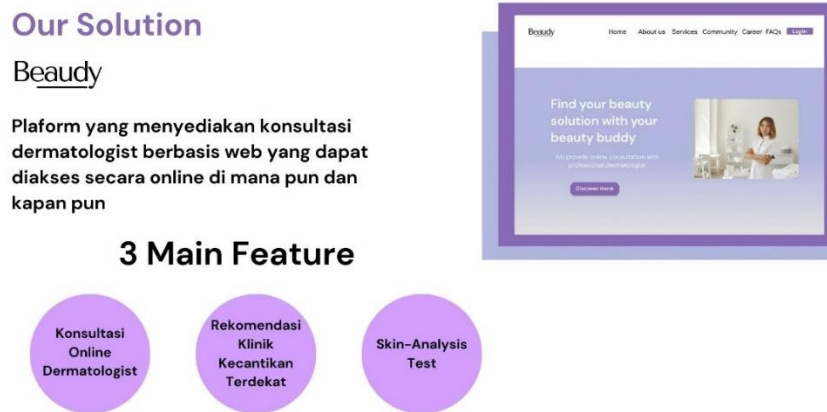


Gambar 1. Timeline Proyek Beauty
Sumber : Dokumentasi Foto, 2023

Pada awal bulan ke-empat kelompok Beauty mulai membuat prototype landing page dan menyusun konten untuk media pemasaran di media sosial. Selain itu, kelompok Beauty membuat kuisisioner di google form serta menyebarkannya di media sosial. Tujuan dari pembuatan kuisisioner ini adalah untuk memvalidasi masalah. Setelah menyebarkan kuisisioner dan mendapatkan cukup banyak responden, kelompok Beauty lalu merekapnya dan menganalisis responden yang akan diwawancarai lebih lanjut oleh kelompok penulis.

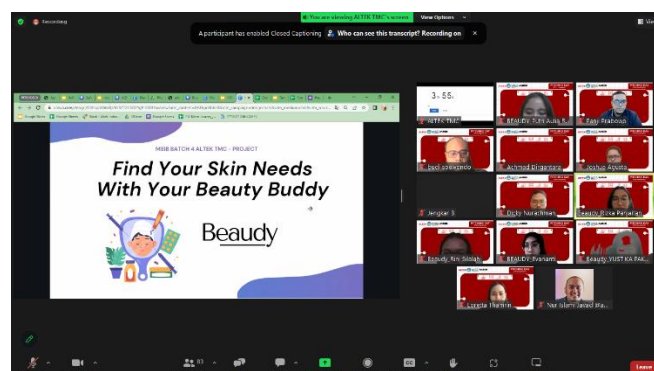


Gambar 2. Landing Page Beauty
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023



Gambar 3. Fitur Beauty
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

Pada awal bulan Juni, kelompok Beauty mulai melakukan wawancara dengan responden terpilih, setelah melakukan wawancara, kelompok Beauty akan menganalisis hasil wawancara dari responden menggunakan metode javelin board. Tujuan dari wawancara tersebut ialah untuk memvalidasi customer agar layanan konsultasi kecantikan ini memiliki market yang tepat. Kemudian kelompok Beauty juga mulai aktif membagikan konten di media sosial terutama Instagram dan TikTok. Sebelum Pitching Day tanggal 27 Juni nanti, kelompok Beauty menyusun budget plan untuk pengembangan platform Beauty. Budget plan ini meliputi sewa domain dan hosting, pembuatan website, Canva Pro dan Capcut Premium guna keperluan konten media sosial, Instagram Ads, dan TikTok Ads.



Gambar 4. Pitching Day
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

Pada akhir program terdapat Pitching Day yang merupakan puncak kegiatan studi independen ALTEK. Pitching Day tersebut dilaksanakan pada tanggal 27 Juni 2023. Mahasiswa mempresentasikan proyek inovasi mereka di hadapan para dewan juri. Dewan juri tersebut terdiri dari investor dan inkubator. Dewan juri yang menilai Pitching Day ini adalah tokoh-tokoh terkenal dari berbagai macam industri, seperti Jengkar dan Dicky dari TINC Telkomsel, Achmad Dirgantara Kepala IDX Incubator Jawa Barat, Loretta Thamrin Direktur PT CAIH Infotek Indonesia, Joshua Agusta Executive Director Vertex Ventures, serta Nur Islami Javed dari Invst.ID.

Setelah menyelesaikan proyek tersebut, peserta mendapat ilmu dalam membangun dan mengembangkan aplikasi berbasis web, bekerja sama membangun aplikasi bersama orang lain dan lebih memperdalam pengetahuan peserta tentang pembangunan aplikasi web, dengan hal tersebut, peserta mendapat ilmu pengetahuan yang berharga yang dapat membantu mempersiapkan peserta untuk masuk ke dunia kerja/industri.

Namun, ada beberapa kendala yang dihadapi oleh mahasiswa. Mahasiswa menghadapi beberapa tantangan saat mengikuti program Studi Independen ALTEK di kelas Digital Creative Business Management, antara lain materi yang diberikan oleh mentor mayoritas dalam bahasa Inggris, dan modul pembelajaran lainnya tidak disediakan, hanya materi PowerPoint yang dibuat oleh pembimbing. Mahasiswa dituntut untuk dapat memahami atau mempelajari Bahasa Inggris lebih dalam lagi agar dapat memahami konten yang diberikan oleh mentor untuk mengatasi tantangan yang dihadapi selama kegiatan Studi Independen. Selanjutnya untuk memperdalam materi, mahasiswa harus dapat mencari sumber belajar tambahan atau mencari referensi lain seperti artikel, modul, dan youtube yang berkaitan dengan materi yang dipelajari.

KESIMPULAN DAN SARAN

MBKM merupakan program pembelajaran kampus mandiri. Untuk menghadapi perubahan dunia saat ini, mahasiswa harus dapat belajar di luar program studi mereka secara fleksibel dan kreatif. Program MBKM dimaksudkan untuk mempersiapkan mahasiswa menjadi sumber daya manusia yang unggul dan ahli dalam berbagai bidang keilmuan. Salah satu program Studi Mandiri Bersertifikat yang diberikan oleh Kemendikbud adalah salah satu program Kampus Mandiri Belajar. Studi Independen Bersertifikat adalah program independen berbasis kampus di mana pembelajaran kelas disesuaikan dan disesuaikan dengan kesulitan dunia nyata yang dihadapi oleh mitra / industri. ALTEK (Asosiasi Alih Teknologi dan Pengembangan Bisnis) adalah salah satu mitra program tersebut. Kelas Manajemen Bisnis Kreatif Digital adalah salah satu dari empat jalur studi independen yang ditawarkan oleh ALTEK. Mahasiswa akan memperoleh dan menggunakan keterampilan yang diperlukan untuk memulai atau memajukan perusahaan kreatif digital dalam mata pelajaran ini. Peneliti membuat platform layanan konsultasi kecantikan online sebagai hasil dari program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Lights, A., & Miskelly, C. (2019). Platforms, Scales and Networks: Meshing a Local Sustainable Sharing Economy. *Computer Supported Cooperative Work: CSCW: An International Journal*, 591-626.
- Mellita, D., & Noviardy, A. (2021). Pemanfaatan Platform Ekonomi Secara Digital Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Palembang Selama Masa Pandemi Covid-19. *MBIA*, 265-274.
- Nopiah, R., & Islami, P. A. (2022). Peran Pemberdayaan Ekonomi Digital Difa City Tour (Ojek Difa) Terhadap Kesejahteraan Penyandang Disabilitas Di Yogyakarta. *Convergence: The Journal of Economic Development*, 1-18.
- Rahmadiane GD, Kamal B, Fauzi AZ, Noermansyah AL. (2020). Pengembangan Bisnis Startup Untuk Meminimalisir Kegagalan Dalam Berbisnis. *Jurnal Vokasi*, 46-50.
- Sorescu, A., & Schreier, M. (2021). Innovation in the digital economy: A broader view of its scope, antecedents, and consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 627-631.
- Yusian, DR., & Aulia, N. (2021). Startup Digital Business: Mengenal Peluang dan Tips Bisnis Bagi Para Pemula. *Jurnal Pengabdian Masyarakat INOTEC UUI*, 34-39.