



Buku Ajar Berbasis Penelitian

**SERI BUSINESS STARTUP**

# Inovasi Produk Berkualitas Ekspor

**Melalui Teknologi Digital dan Peningkatan  
Kapasitas Produksi menuju UMKM  
Mandiri di Mandau dan Rokan Hilir**



Larbiel Hadi, M.Si.  
Husni Mubarak, M.Acc., CGAA.  
Rosmida, M.Si., CGAA.  
Nur Anita, M.Sc., CGAA.  
Yunelly Asra, M.M, CPISC.  
Hutomo Atman Maulana, M.Si.  
Muhammad Arif, M.Si.  
Adam, M.T

Buku Ajar Berbasis  
Penelitian

SERI BUSINESS STARTUP

**Inovasi Produk Berkualitas Ekspor melalui  
Teknologi Digital dan Peningkatan Kapasitas  
Produksi menuju UMKM Mandiri di Mandau  
dan Rokan Hilir**

**Inovasi Produk Berkualitas Ekspor melalui Teknologi  
Digital dan Peningkatan Kapasitas Produksi menuju  
UMKM Mandiri di Mandau dan Rokan Hilir**

---

**Larbiel Hadi, M.Si**  
**Husni Mubarak, M.Acc., CGAA**  
**Rosmida, M.Si., CGAA**  
**Nur Anita, M.Sc., CGAA**  
**Yunelly Asra, M.M, CPISC.**  
**Hutomo Atman Maulana, M.Si**  
**Muhammad Arif, M.Si**  
**Adam, M.T**



# **Inovasi Produk Berkualitas Ekspor melalui Teknologi Digital dan Peningkatan Kapasitas Produksi menuju UMKM Mandiri di Mandau dan Rokan Hilir**

---

© Penerbit Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI)

Penulis:

**Larbiel Hadi, M.Si**  
**Husni Mubarak, M.Acc., CGAA**  
**Rosmida, M.Si., CGAA**  
**Nur Anita, M.Sc., CGAA**  
**Yunelly Asra, M.M, CPISC.**  
**Hutomo Atman Maulana, M.Si**  
**Muhammad Arif, M.Si**  
**Adam, M.T**

Editor: Rusli

Cetakan Pertama: Desember 2023

Cover: Tim Penyusun

Tata Letak: Tim Kreatif PRCI

Hak Cipta 2023, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

**Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia**  
**ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT**

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151  
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website: [www.rcipress.rcipublisher.org](http://www.rcipress.rcipublisher.org)  
E-mail: [rumahcemerlangindonesia@gmail.com](mailto:rumahcemerlangindonesia@gmail.com)

Copyright © 2023 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia  
All Right Reserved

- Cet. I –: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2023  
Dimensi : 14,8 x 21 cm

**ISBN 978-623-448-758-9**

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan  
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang  
**Hak Cipta Pasal 72**

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta  
Pasal 72

Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

# KATA PENGANTAR

Sebagai pendukung dalam kegiatan “Workshop Registrasi, Legalisasi dan Standardisasi Mutu Produk UMKM” maka disusun Naskah Tutorial “Business StartUP” yang berisi Naskah Memulai Bisnis Starup sampai kepada Pendanaan dan contohnya. Naskah Tutorial ini merupakan adopsi dari Buku Startup yang ditulis oleh Mochammad Rizaldy Insan Baihaqqy yang diterbitkan oleh Amerta Media. Kami berharap naskah tutorial ini dapat di implementasikan dengan baik oleh pelaku UMKM, selain itu diharapkan juga naskah tutorial ini dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam mengembangkan usahanya dibidang Startup.

Naskah tutorial ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun agar naskah tutorial ini bisa lebih baik nantinya.

Rokan Hilir, Oktober 2023

Tim Penyusun

# DAFTAR ISI

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| KATA PENGANTAR.....                                   | i  |
| DAFTAR ISI .....                                      | ii |
| BAB 1 START-UP .....                                  | 1  |
| A. Sejarah Start-Up .....                             | 1  |
| B. Pengertian Start-Up .....                          | 3  |
| C. Karakteristik Start-Up di Indonesia .....          | 4  |
| D. Perkembangan Start-Up di Indonesia .....           | 5  |
| E. Faktor-Faktor Kesuksesan Start-up.....             | 7  |
| F. Ciri-Ciri Perusahaan Startup .....                 | 11 |
| G. Perbedaan Startup dan Usaha Kecil.....             | 12 |
| H. Perbedaan Startup dan Perusahaan Konvensional .... | 14 |
| BAB 2 MEMBANGUN STARTUP DIGITAL.....                  | 16 |
| A. Pengertian Design Thinking .....                   | 17 |
| B. Pentingnya Design Thinking Pada Startup.....       | 17 |
| C. Manfaat Design Thinking.....                       | 19 |
| D. 5 Tahapan Proses Design Thinking.....              | 21 |
| E. Elemen-Elemen dalam Design Thinking .....          | 24 |
| BAB 3 PENGEMBANGAN PRODUK.....                        | 27 |
| A. Konsep Produk Baru.....                            | 29 |
| B. Inovasi dan Pengembangan Produk Baru .....         | 30 |
| C. Proses Pengembangan Produk Baru .....              | 33 |
| D. Faktor Penghambat Pengembangan Produk Baru.....    | 36 |

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| E. Faktor Pendorong Keberhasilan Produk Baru ..... | 37 |
| F. Strategi Pengembangan Produk.....               | 39 |
| G. Fase Proses Pengembangan Produk.....            | 40 |
| H. Kesimpulan .....                                | 42 |
| BAB 4 Model Bisnis .....                           | 43 |
| A. Sejarah dan Pengertian Model Bisnis.....        | 46 |
| B. Tujuan Business Model .....                     | 47 |
| C. Jenis Business Model.....                       | 48 |
| D. Komponen Model Bisnis.....                      | 49 |
| E. Contoh Penerapan Model Bisnis .....             | 49 |
| F. Contoh Bisnis Model.....                        | 51 |
| G. Kesimpulan .....                                | 52 |
| BAB 5 MARKETING .....                              | 54 |
| A. Definisi Marketing.....                         | 54 |
| B. Prinsip Marketing.....                          | 55 |
| C. Marketing Plan.....                             | 56 |
| D. Kesimpulan .....                                | 60 |
| BAB 6 FUNDING/ PENDANAAN.....                      | 61 |
| A. Pengertian Pendanaan .....                      | 63 |
| B. Manfaat Pendanaan .....                         | 64 |
| C. Jenis-jenis Pendanaan.....                      | 66 |
| D. Tujuan Pendanaan .....                          | 68 |
| E. Sumber-sumber Pendanaan.....                    | 69 |
| F. Kesimpulan .....                                | 72 |

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| BAB 7 PITCHING.....                                              | 73 |
| A. Definisi Pitching Startup Bisnis .....                        | 74 |
| B. Tujuan Pitching Startup Bisnis.....                           | 74 |
| C. Langkah-langkah Pitching Startup Bisnis.....                  | 75 |
| D. Komponen-komponen Pitching Startup Bisnis.....                | 77 |
| E. Teknik-teknik Pitching Startup Bisnis .....                   | 79 |
| F. Tantangan Yang Dihadapi Dalam Pitching Startup<br>Bisnis..... | 81 |
| G. Tips Melakukan Pitching .....                                 | 83 |
| H. Studi Kasus Pitching Startup Bisnis Di Indonesia .....        | 86 |
| I. Kesimpulan.....                                               | 87 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                              | 88 |

# BAB 1

## START-UP

---

---

### A. Sejarah Start-Up

---

Istilah Start-Up yang diartikan sebagai perusahaan baru yang sedang dikembangkan, mulai berkembang akhir tahun 90an hingga tahun 2000, nyatanya istilah Start-up banyak dikaitkan dengan segala yang berbau teknologi, web, internet dan yang berhubungan dengan ranah tersebut.

Dalam sejarahnya, istilah start-up sendiri mulai terkenal secara internasional pada masa dot-com bubble (gelembung dot-com). Fenomena dot-com bubble atau kadang-kadang disebut gelembung teknologi informasi adalah gelembung spekulasi yang terjadi antara tahun 1998–2000 (berpuncak pada 10 Maret 2000 ketika NASDAQ mencapai 5132,52 poin) ketika bursa saham di negara-negara industri mengalami kenaikan nilai ekuitas secara tajam berkat pertumbuhan industri sektor Internet dan bidang-bidang yang terkait. Pesatnya pertumbuhan Internet dimulai pada tahun 1993 dan berlangsung hingga tahun 1990-an yang ditandai dengan teknologi world wide web yang semakin maju setelah dirilisnya versi pertama penjelajah web *Mosaic*.

Periode gelembung dot-com ditandai oleh didirikannya (dan berakhir dengan kegagalan usaha) perusahaan-perusahaan baru di bidang situs-situs Internet yang disebut perusahaan dot-com. Pemilik perusahaan mengalami kenaikan tajam pada harga saham dengan hanya menambah awalan “e-” atau akhiran “.com” pada nama perusahaan mereka. Praktik ini disebut salah seorang penulis

sebagai investasi prefix.

Kombinasi dari meningkatnya harga saham secara cepat dan kepercayaan pasar bahwa perusahaan-perusahaan tersebut akan untung pada masa depan, spekulasi saham oleh individu, dan modal ventura yang dapat diperoleh secara mudah membuat investor melupakan indikator tradisional seperti Rasio P/E, dan lebih percaya terhadap kemajuan teknologi.

Karena banyaknya perusahaan yang membuka website pribadinya, makin banyak pula orang yang mengenal internet sebagai ladang baru untuk memulai bisnisnya. Dan waktu itu pula lah, Start- up lahir dan berkembang. Namun menurut Ronald Widha dari TemanMacet.com, Start-up tidak hanya perusahaan baru yang bersentuhan dengan teknologi, dunia maya, aplikasi atau produk tetapi bisa juga mengenai jasa dan gerakan ekonomi rakyat akar rumput yang bisa mandiri tanpa bantuan korporasi-korporasi yang lebih besar dan mapan.

Start-Up adalah perusahaan atau bisnis yang belum lama terbentuk. Perusahaan ini biasanya masih dalam proses pengembangan- an dan riset untuk menemukan pasar yang tepat. Saat ini ada banyak sekali start-up yang mulai bermunculan dan menjamur.

Start-Up bisnis, banyak yang mengartikan bahwa ini adalah sebuah sistem investasi bisnis yang akan menggerakkan bisnis secara otomatis. Namun start-up itu lebih condong pada pembangunan sistem bisnis era digital yang mana mengkaitkan dengan dunia online. Contohnya seperti Google dan Facebook yang menghidupi dunia online. Bisa dikatakan bahwa Google adalah start-up yang tersukses dalam search engine. Sedangkan Facebook adalah start-up yang paling sukses dalam hal social network (SNS).

## **B. Pengertian Start-Up**

---

Paul Graham (dalam Cahyadi, 2014, tanpa hlm.) mendefinisikan “a start-up is a company designed to grow fast. The only essential thing is growth. Everything else we associate with start-ups follows from growth”. Maksudnya adalah sebuah start-up adalah perusahaan yang dirancang untuk tumbuh dengan cepat. Satu- satunya hal yang esensial adalah pertumbuhan. Semua hal lain yang kami kaitkan dengan para pemula mengikuti pertumbuhan.

Start-Up juga diambil dari bahasa Inggris yang memiliki arti tindakan atau proses memulai sebuah organisasi baru. Sedangkan bisnis start-up sendiri menurut Google adalah ‘sebuah usaha kewirausahaan atau bisnis inovatif dalam bentuk perusahaan. Sederhannya, start-up adalah sebuah bisnis rintisan. Istilah ini mulai dikenal setelah era internet. Faktornya ini adalah karena banyak perusahaan yang dimulai dari nol oleh satu atau beberapa orang saja kemudian menjadi besar.

Kaskus adalah salah satu jenis contohnya. Perusahaan ini didirikan oleh dua orang kemudian perusahaan ini menjadi besar dan tidak lagi jadi start-up. Contoh lainnya adalah Tokopedia yang awalnya didirikan oleh William Tanuwijaya dan rekannya Leontinus Alpha Edison. Tokopedia dimulai dari nol sampai kemudian menjadi besar karena mendapatkan investor. Perusahaan start-up lainnya adalah Ruangguru.com, Tiket.com, Bukalapak.com, Go-Jek yang sedang populer, dan masih banyak start-up lainnya. Perusahaan-per- usahaan tersebut cukup sukses dan mendapatkan banyak pendanaan dari investor. Istilah sartrup sendiri sebenarnya baru populer ketika banyak

perusahaan yang menggunakan domain .com bermunculan. Fenomena ini disebut sebagai bubble dot-com, sebuah fenomena ketika banyak perusahaan punya situs pribadinya.

Pada intinya, start-up adalah sebuah langkah dalam menghasilkan sesuatu yang baru. Menurut Mudo (2015) dalam artikelnya menyebutkan, "Bisnis start-up adalah suatu bisnis yang baru berkembang. Namun, bisnis start-up ini lebih identik bisnis yang berbau teknologi, web, internet dan yang berhubungan dengan ranah tersebut". Sedangkan menurut Kurniarti (2017) dalam Jurnalnya menyebutkan bahwa Start-up adalah sebuah institusi yang diciptakan untuk membuat produk atau layanan baru dan inovatif dalam sebuah kondisi ketidakpastian yang tinggi. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Start-Up adalah sebuah upaya pembentukan organisasi berbentuk perusahaan baru dalam bidang bisnis berbasis teknologi jaringan atau web dengan menghasilkan suatu produk yang inovatif.

## **C. Karakteristik Start-Up di Indonesia**

---

Sebuah perusahaan disebut start-up adalah ketika perusahaan tersebut masih dalam tahap berkembang. Perusahaan tersebut belum memiliki dana besar dan hanya dijalankan oleh beberapa orang. Sebagai contoh, Tokopedia awalnya adalah sebuah start-up e-commerce dengan platform situs marketplace. Tokopedia bersaing dengan banyak perusahaan e-commerce lainnya. Lazada contohnya. Hanya saja Lazada bukanlah start-up. Lazada hadir sebagai perusahaan raksasa yang langsung didanai dengan dana besar. Elevation juga contoh lainnya. Jika Lazada bergerak di bidang toko retail, maka Elevation memiliki karakteristik seperti Tokopedia. Situs ini bukan startup karena didanai

oleh XL Axiata dan situs yang langsung memiliki dana besar. Banyak karakteristik dari start-up yang dapat kita ambil.

Beberapa karakteristik perusahaan Start-up tersebut diantaranya (Syauqi, Tanpa Tahun, hlm. 1) :

1. Usia perusahaan kurang dari 3 tahun, artinya masih dalam tahap awal suatu perusahaan digital.
2. Jumlah pegawai kurang dari 20 orang, pada awalnya tentu start-up hanya memiliki segelintir orang saja dibalik berdirinya perusahaan.
3. Pendapatan kurang dari \$100.000/tahun, belum banyak keuntungan yang didapatkan karena masih dibutuhkan biaya untuk pengembangan start-up.
4. Masih dalam tahap perkembangan.
5. Umumnya bergerak dalam bidang teknologi, penggunaan aplikasi merupakan salah satu contohnya.
6. Produk yang dibuat berupa umumnya aplikasi dalam bentuk digital atau yang lainnya
7. Biasanya beroperasi melalui website ataupun media sosial

Dari beberapa karakteristik diatas terlihat bahwa start-up lebih condong ke perusahaan yang bergerak di bidang teknologi dan informasi. Namun faktanya memang seperti itu, kini perkembangan perusahaan yang diberi nama Start-up adalah perusahaan yang berkenaan dengan dunia teknologi dan informasi.

## **D. Perkembangan Start-Up di Indonesia**

---

Di Negara Indonesia sendiri penggunaan istilah Start-Up sudah digunakan sekitar sejak tahun 2000-an dan banyak start-up yang dihasilkan oleh pemuda Indonesia dan

masih bertahan sampai sekarang. Indonesia menjadi salah satu pasar yang menarik perhatian para pengusaha start-up. Menurut Amalia (2017) menyatakan menurut riset yang dilakukan pada tahun 2017, tercatat bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai 133 Miliar pengguna, dan tentunya bertambah setiap tahunnya. Menurutnya, bisnis start-up di Indonesia paling banyak diminati adalah dalam jenis game atau permainan serta aplikasi edukasi, dan ada beberapa faktor pendukung dalam berkembangnya industri start-up di Indonesia yaitu:

1. Masyarakat Indonesia yang mayoritas terbuka dengan teknologi baru, terbukti dengan tercatatnya pengguna internet yang mencapai 133 miliar pengguna dari sekitar 250 miliar penduduk di Indonesia.
2. Jumlah penduduk yang banyak, yaitu sekitar 250 miliar warga Negara Indonesia menjadikannya sebagai pasar yang besar bagi perusahaan- perusahaan start-up.
3. Pelayanan start-up yang baik, tentunya dengan pelayanan yang baik maka konsumen pun merasa puas dalam menggunakan dan mengkonsumsi start-up tersebut.
4. Modal dari investor serta dukungan pemerintah, Tanpa modal, maka bisnis apapun tak kan bisa berkembang. Dukungan dari pemerintah pun menjadi penentu berkembangnya sebuah start-up, jika pemerintah tidak mendukung maka start-up sangat sulit untuk berkembang.

Sejak tahun 2001 hingga sekarang, sebenarnya banyak para pengembang aplikasi start-up dari pemuda Indonesia, namun kebanyakan dari mereka tidak dapat bertahan lama karena kalah bersaing dengan start-up dari perusahaan yang merekrut tenaga asing dalam mengelola

sistem start-up tersebut. Salah satu start-up yang berhasil bersaing yaitu BukaLapak.

Menurut Kemps, Vice President Sequola Capital, (dalam Pratama, 2017) menyebutkan bahwa salah satu kekurangan yang dimiliki oleh Indonesia dalam mengembangkan start-up adalah kurangnya developer-developer atau para pengembangan aplikasi yang berkualitas.

## **E. Faktor-Faktor Kesuksesan Start-up**

---

Sebuah bisnis start-up memang pada awalnya dirasa sulit untuk bisa sukses. Membutuhkan waktu yang lama untuk bisa mengembangkan usaha dan mencapai sebuah kesuksesan. Rata-rata 9 dari 10 bisnis start-up akan keluar dari zona nyaman bisnisnya, dan sisanya yang mampu bertahan dan berhasil dengan orang-orang yang memiliki kualitas terbaik. Ada alasan tertentu mengapa sebuah bisnis start-up mampu tumbuh dan sukses. Berikut ini adalah 11 alasan mengapa sebuah bisnis startip bisa sukses.

### **1. Visi**

Sebuah perusahaan akan mampu tumbuh dan berkembang jika mereka memiliki visi yang kuat. Sebuah visi terkadang diciptakan dengan tujuan untuk memacu semangat bagi sebuah perusahaan. Ketika Anda membuat atau menentukan visi dari perusahaan Anda, jangan takut untuk memiliki sebuah visi yang besar. Hal ini secara otomatis akan memacu semangat dan tentu saja kinerja dari perusahaan Anda. Bagi sebuah bisnis start-up, visi adalah hal pertama yang perlu diperhatikan, agar perusahaan mampu tumbuh dan berkembang dengan besar.

## 2. Kecepatan

Kecepatan merupakan salah satu hal yang harus menjadi perhatian besar bagi sebuah bisnis start-up. Menyelesaikan sesuatu dengan cara yang cepat adalah salah satu dari banyak alasan mengapa start-up mampu mencapai tujuan dan visi mereka. Itu yang menjadi perbedaan ketika start-up mampu untuk bergerak jauh dan lebih cepat dari para pesaing mereka. Sebuah bisnis start-up yang sukses, tidak akan pernah menunda proses untuk mendapatkan dan mengerjakan sesuatu. Anggaran

Sebuah bisnis tidak akan bisa dipisahkan dari anggaran yang akan dibutuhkan dan digunakan. Sebuah start-up yang sukses adalah start-up yang efisien dalam mengelola keuangan dan mampu menjaga kestabilan keuangan mereka. Anda harus mampu memperhitungkan pemasukan dan pengeluaran. Hal ini sangat penting untuk mengetahui apa yang dibutuhkan perusahaan, dalam rangka untuk mencapai tujuan dengan anggaran yang sesuai. Ketika sumber daya terbatas, dan waktu menjadi sebuah esensi, perusahaan perlu menguasai keterampilan mengelola keuangan dengan baik.

## 3. Keterampilan Sosial

Koneksi adalah alasan lain mengapa sebuah bisnis start-up bisa mencapai kesuksesannya. Bagaimana bisa sebuah bisnis baru mampu tampil dan dikenal banyak orang tanpa sebuah relasi? . Sebuah start-up yang besar akan memiliki pemimpin yang luar biasa. Bukan hanya mampu bekerja dan memimpin dengan baik perusahaannya, namun juga mampu membagi waktu

dengan berorganisasi. Salah satu alasan untuk berorganisasi adalah mencari dan memiliki koneksi yang luas dan beragam. Hal ini akan sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan start-up. Di sisi lain, para pemimpin start-up perlu menginspirasi orang dan memberi mereka alasan untuk mengikutinya melalui jalan tertentu.

5. Disiplin

Disiplin memang hal yang harus dilakukan dalam segala hal. Disiplin dimulai dari diri sendiri dan merupakan tonggak menuju kesuksesan. Tanpa sebuah kedisiplinan, start-up tidak akan berhasil. Disiplin dari dalam diri sendiri akan menumbuhkan etos kerja yang positif. Dari situlah semua kreatifitas dan kesuksesan bisa dimunculkan. Hal ini penting ditumbuhkan untuk menciptakan kesuksesan bersama.

6. Tekad

Tekad yang kuat selalu diperlukan untuk menuju kesuksesan. Sebuah start-up yang sukses, akan menekankan pentingnya penentuan ketika membangun sebuah bisnis dan tidak pernah berhenti untuk mencoba, terutama ketika menemui jalan berbatu dan dirasa sulit. Akan ada banyak tantangan yang akan muncul, dan start-up membutuhkan tekad untuk mengatasi dan menghadapi tantangan – tantangan tersebut.

7. Kemampuan beradaptasi terhadap perubahan

Perubahan dalam segala hal akan terus bermunculan, salah satunya dibidang teknologi. Start-up yang baik akan selalu sedia untuk beradaptasi dengan teknologi baru. Mampu Beradaptasi dengan perubahan, akan membawa kita menemukan terobosan – terobosan baru untuk bisnis kita. Untuk tahun – tahun pertama,

sebuah bisnis start-up akan mengalami banyak perubahan untuk bisa beradaptasi dengan situasi saat ini. Hingga mampu menemukan rahasia yang membuatnya mampu bertahan dan mengembangkan prestasi yang dimiliki.

8. Keterampilan dalam penggalangan dana

Arus pendanaan adalah garis darah sebuah bisnis start-up. Ini berarti sebuah bisnis dapat saja berhenti dan hancur, jika modal sudah tidak lagi memadai. Sebuah start-up yang sukses adalah mereka yang memiliki modal cukup untuk menjalankan operasi bisnis mereka. Tugas utama dari pemimpin start-up adalah untuk dapat meningkatkan modal yang dibutuhkan. Cara yang baik untuk mengumpulkan uang salah satunya melalui online, yakni melalui ekuitas atau melalui sebuah investasi khusus start-up, seperti di [rockthepost.com](http://rockthepost.com).

9. Keyakinan teguh

Keberhasilan setiap bisnis salah satu faktornya adalah keberanian dalam mengambil dan menghadapi setiap resiko, begitupula bagi sebuah start-up. Seperti yang banyak orang katakan, investasi yang paling menguntungkan biasanya memerlukan sejumlah resiko yang tinggi. Namun, keputusan tersebut harus memiliki konsep yang baik. Hal ini untuk menghindari banyaknya resiko yang mungkin terjadi. Start-up harus memiliki sebuah keyakinan terhadap kemampuan mereka untuk tumbuh dan berkembang dengan baik, dan menghadapi resiko dengan baik pula.

10. Management waktu

Bagi sebuah bisnis start-up waktu adalah hal yang sangat diperhatikan. Keberhasilan perusahaan bergantung pada produktivitas dan efektivitas tim untuk

melakukan lebih banyak hal dalam waktu yang minim. Anda bisa melakukan banyak hal dalam satu waktu, namun alangkah baiknya jika Anda juga memperhatikan prioritas apa saja yang dibutuhkan untuk mengembangkan bisnis start-up tersebut.

#### 11. Eksekusi

Dan yang terakhir adalah eksekusi. Sebuah bisnis start-up tentunya memiliki banyak ide – ide yang kreatif. Sekitar 98% dari kesuksesan sebuah bisnis start-up adalah dari eksekusi ide yang ada. Pengalaman dari tim sangat penting sebagai latar belakang mereka mengeksekusi ide – ide yang bermunculan. Start-up yang sukses selalu mencari kesempatan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dengan ide – ide yang muncul, sekalipun itu ide yang terbilang tidak mungkin untuk dilakukan. Mereka akan belajar dari setiap kesalahan yang mereka lakukan dan memperbaikinya secepat mereka belajar untuk mencapai kesuksesan.

## **F. Ciri-Ciri Perusahaan Startup**

---

1. Budaya perusahaan yang unik dan fleksibel.
2. Jumlah karyawan yang relatif sedikit.
3. Usia perusahaan masih belia, kemungkinan besar di bawah 4 tahun.
4. Beroperasi melalui platform digital.
5. Mengutamakan inovasi dan disruption.
6. Test market perusahaan cenderung kecil.
8. Mengandalkan dana dari para investor.