



“LANGKAH STRATEGIS MEMULAI BISNIS DI ERA DIGITAL BAGI KALANGAN MAHASISWA”

Tata Laksana

Diskusi Tematis III telah terlaksana pada hari Sabtu, 22 Maret 2025 secara offline di Sekretariat Taktis GMKI FEB USU, Jl.Rebab, No.20. Diskusi Tematis III ini mengangkat tema “Langkah Strategis Memulai Bisnis di Era Digital Bagi Kalangan Mahasiswa” yang dibawakan oleh Henri Sibarani, S.E., A.k., M.Si., CA., QRMO. Diskusi Tematis III berlangsung mulai pukul 15.35 WIB (mengalami keterlambatan selama 35 menit) dan dihadiri oleh 26 anggota. Kegiatan ini dibuka dengan doa oleh Aurelia Jessie (Anggota GMKI FEB USU maper 2024). Kemudian dilanjutkan dengan kata pembukaan oleh Moderator yaitu Andru Damara Ginting Munthe (Biro Pendidikan Kader) dan dilanjutkan dengan pemaparan materi, kemudian diskusi tanya jawab dan yang terakhir dilanjutkan dengan pengisian post test yang dibagikan oleh pengurus komisariat. Kemudian ditutup dengan Doa yang dibawakan oleh Aurelia Jessie dan melakukan dokumentasi kegiatan.

HASIL PEMBAHASAN

Dalam era digital saat ini, mahasiswa memiliki peluang yang sangat besar untuk memulai bisnis sendiri, bahkan tanpa harus menunggu lulus dari perguruan tinggi. Kemajuan teknologi, meluasnya akses internet, serta kekuatan media sosial menjadi faktor kunci yang memudahkan siapa saja, termasuk mahasiswa, untuk memasarkan produk atau jasa secara luas dan efisien. Hanya dengan modal kecil dan ide yang inovatif, peluang untuk membangun usaha mandiri kini lebih terbuka dibandingkan sebelumnya. Namun demikian, keberhasilan dalam dunia bisnis digital tidak hanya ditentukan oleh ide kreatif semata. Hal yang lebih mendasar dan menentukan adalah pola pikir atau mindset yang dimiliki oleh pelaku usaha itu sendiri.

Dalam konteks ini, terdapat dua jenis pola pikir yang sangat berpengaruh dalam perjalanan seseorang sebagai entrepreneur, yaitu Growth Mindset dan Fixed Mindset. Growth Mindset merupakan keyakinan bahwa kemampuan dan kecerdasan seseorang dapat terus berkembang melalui proses pembelajaran, pengalaman, dan usaha yang konsisten. Orang dengan pola pikir ini cenderung lebih terbuka terhadap tantangan dan tidak takut terhadap kegagalan, karena mereka memandang kesalahan sebagai bagian dari proses belajar. Sebaliknya, Fixed Mindset adalah anggapan bahwa kecerdasan dan kemampuan bersifat tetap dan tidak bisa diubah. Mahasiswa dengan pola pikir ini cenderung menghindari tantangan dan mudah menyerah ketika menghadapi hambatan, karena mereka merasa batas kemampuan mereka sudah ditentukan sejak

awal. Dalam dunia bisnis yang penuh dinamika dan risiko, memiliki Growth Mindset jelas menjadi keunggulan tersendiri.

Selain membentuk pola pikir yang tepat, mahasiswa juga perlu membekali diri dengan strategi-strategi praktis untuk bisa bersaing dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif. Salah satu strategi yang paling relevan di era digital adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi kanal efektif untuk membangun brand, menarik perhatian konsumen, dan menjangkau pasar yang lebih luas. Di samping itu, mahasiswa juga perlu memiliki kemampuan manajemen waktu yang baik agar bisa menyeimbangkan antara tanggung jawab akademik dan aktivitas bisnis. Kolaborasi juga menjadi hal penting, karena dalam sebuah tim bisnis, mahasiswa bisa saling melengkapi keahlian satu sama lain—misalnya dalam hal desain, produksi, pemasaran, dan pengelolaan keuangan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, mahasiswa juga dituntut untuk memiliki kemampuan dalam mengelola risiko dan membaca pasar. Ini mencakup keterampilan dalam melakukan riset pasar, memahami kebutuhan konsumen, serta mengenali tren yang sedang berkembang. Kemampuan untuk cepat beradaptasi dan fleksibel dalam mengambil keputusan akan sangat menentukan keberlangsungan dan daya saing usaha yang dijalankan.

Adapun beberapa peluang usaha yang saat ini sangat potensial bagi mahasiswa di era digital antara lain:

1. Pengembangan aplikasi mobile dan web, terutama yang menjawab kebutuhan spesifik masyarakat.
2. E-Commerce dan model bisnis dropshipping, yang memungkinkan penjualan tanpa harus memiliki stok barang.
3. Layanan digital marketing dan optimasi mesin pencari (SEO), yang sangat dibutuhkan oleh banyak bisnis untuk meningkatkan visibilitas online mereka.
4. Kursus digital dan edukasi online, seperti bimbingan belajar, pelatihan desain grafis, atau kelas skill digital lainnya.
5. Pembuatan konten digital dan multimedia, termasuk menjadi YouTuber, podcaster, atau kreator TikTok dengan pendekatan yang edukatif dan menghibur.

Untuk memulai bisnis, mahasiswa dianjurkan memiliki keberanian untuk menjadi pionir dan tidak takut mencoba hal baru. Perencanaan yang matang sangat penting, baik dari sisi konsep, target pasar, hingga strategi pemasaran. Jaringan relasi juga perlu dibangun, karena dalam dunia usaha, koneksi dapat membuka berbagai peluang dan kolaborasi. Selain itu, pemanfaatan teknologi seperti aplikasi pengelola keuangan atau platform toko online dapat meningkatkan efisiensi bisnis. Strategi promosi juga dapat diperkuat dengan menggandeng influencer atau key opinion leader yang sesuai dengan target pasar. Tak kalah penting, sistem pembayaran yang fleksibel seperti Cash On Delivery (COD) bisa menjadi nilai tambah yang meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan.

KESIMPULAN:

Memulai bisnis di era digital bukan lagi sesuatu yang harus menunggu waktu atau modal besar. Mahasiswa saat ini memiliki banyak keuntungan strategis yang dapat dimanfaatkan untuk membangun usaha sejak dini. Namun, keberhasilan tidak semata-mata tergantung pada teknologi atau tren pasar, tetapi justru pada kesiapan mental dan pola pikir yang kuat. Dengan memiliki growth mindset, keberanian untuk belajar dari kegagalan, serta strategi yang matang dan fleksibel, mahasiswa bisa menjadi pelaku usaha yang tangguh, adaptif, dan inovatif.

Lebih dari sekadar mencari penghasilan tambahan, membangun bisnis sejak masa kuliah juga berarti melatih kemandirian, membangun jaringan profesional, dan memberi kontribusi nyata pada masyarakat. Mahasiswa adalah agen perubahan, dan di era digital ini, mereka punya potensi besar untuk menjadi pelaku usaha masa depan yang kreatif, berdaya saing, dan berdampak positif.