

SOSIALISASI ANALISIS KELAYAKAN DAN POTENSI DIGITAL STARTUP DITINJAU DARI ASPEK FINANSIAL

Syafira Ulya Firza¹, Agustina², Robinhot Gultom³

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas Mikroskil,
Jalan Thamrin No. 140 Medan

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia,
Jalan Hang Tuah No. 8 Medan

¹e-mail: syafira.firza@mikroskil.ac.id

Abstrak

Generasi Z yang dikenal sebagai digital *native* merupakan sebuah potensi untuk menghasilkan talenta-talenta yang bisa bekerja dan berkarir di dunia *startup*. Dalam tahap pengembangan *startup* bukan hanya teknologi informasi yang dibutuhkan namun juga kualitas dan kapasitas sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan tentang bisnis dan teknologi informasi serta aspek finansial untuk menganalisis kelayakan keberadaan *startup*. Siswa SMA Santo Thomas 1 yang terdiri dari 72 siswa adalah para generasi Z yang diharapkan mampu menjadi para talenta digital. Tujuan dilakukannya pengabdian ini adalah untuk memberikan pengetahuan tentang *startup* digital dan aspek keuangannya kepada para generasi Z. Metode pelaksanaan diawali dengan memberikan kuesioner *pre-test*, kemudian dilanjutkan dengan memberikan sosialisasi kepada para siswa SMA dan ditutup dengan memberikan kuesioner *posttest*. Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh bahwa pengetahuan mitra meningkat tentang *startup* digital dan aspek finansialnya dengan rata-rata tingkat pemahaman mencapai 80.60%.

Kata Kunci: aspek finansial, digital *startup*, teknologi

Abstract

Generation Z, which is known as a digital native, has the potential to produce talents who can work in the startup world. The development stage of startup, not only information technology is needed but also the quality and capacity of human resources who not only have knowledge about business and information technology but also about the financial aspects that are used to analyze the feasibility of a startup. Santo Thomas 1 High School students consisting of 72 students are generation Z who are expected to be digital talents. The purpose of this service is to provide knowledge about digital startups and their financial aspects to generation Z. Based on the results of the questionnaire, it was found that partners' knowledge increased about digital startups and their financial aspects with an average level of understanding reaching 80.60%.

Keywords: financial aspect, startup digital, technology

PENDAHULUAN

Internet merupakan hal yang tidak dapat terpisahkan dari seluruh kegiatan masyarakat, hal ini menyebabkan terjadinya perubahan besar salah satunya pada dunia bisnis. Pemilik usaha harus mampu bersaing dengan usaha lain yang berbasis teknologi. Usaha yang berbasis teknologi cenderung akan lebih dicari

oleh konsumen dikarenakan dapat memudahkan mereka dalam mencari, membandingkan, dan memesan/membeli produk atau jasa yang mereka butuhkan (Raharja & Bachtiar, 2021). SMA St. Thomas 1 Medan merupakan salah satu sekolah swasta yang berada di Jalan Letjend S. Parman No.109 Medan. SMA St. Thomas 1 Medan telah berdiri sejak tahun 1955. Sekolah ini termasuk sekolah favorit dan sekolah rujukan yang telah ditetapkan Mendikbud di Kota Medan. Sekolah SMA St. Thomas 1 Medan memiliki dua jurusan yaitu IPA dan IPS. Selama ini, jurusan IPS SMA St. Thomas 1 Medan telah memiliki ekstrakurikuler kewirausahaan, di mana dalam ekstrakurikuler ini siswa diajarkan untuk membuat usaha bisnis konvensional tanpa memanfaatkan teknologi. Selain itu, dalam ekstrakurikuler ini, siswa cenderung melakukan eksplorasi mandiri, peran guru dalam ekstrakurikuler ini hanyalah mendampingi dalam pembuatan produk. Sehingga, untuk mengetahui apakah usaha tersebut layak dan mampu berkembang cenderung tidak dinilai.

SMA St. Thomas 1 Medan belum memiliki kurikulum maupun ekstrakurikuler yang berhubungan dengan bisnis digital. Sehingga, para siswa yang tertarik untuk membuat bisnis digital tidak mempunyai bekal untuk menganalisis kelayakan bisnis digitalnya terutama dalam aspek finansial. Selain itu masalah lain yang dihadapi oleh SMA St. Thomas 1 Medan adalah kurangnya tenaga profesional yang dapat mengarahkan siswa dalam melihat peluang dan kelayakan bisnis usaha dengan memperhatikan aspek finansial. Ekstrakurikuler yang ada di sekolah hanya mengarahkan siswa dalam pembuatan produk saja, namun untuk melihat apakah usaha itu *profitable* cenderung tidak dinilai di awal.

Digital *startup* merupakan istilah dari usaha rintisan yang menggunakan teknologi informasi pada produk atau jasa yang ditawarkan. Umumnya, perusahaan *startup* adalah perusahaan yang sedang dalam tahap *development* baik dari segi *product, service, market segment, business model* dan sebagainya. Dalam 5 tahun terakhir *startup* menjadi isu usaha yang paling banyak diminati, dalam *startup ranking* yang dipublikasi pada tahun 2020 menunjukkan bahwa Indonesia menduduki peringkat 5 dunia dengan banyaknya jumlah *startup* (Daroin, Wirawan, & Lingga, 2022). Jumlah ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki

potensi dalam mengembangkan *startup*, namun banyaknya jumlah ini tidak menutup kemungkinan terjadinya kegagalan pertumbuhan *startup*.

Istilah *startup* sering dikaitkan dengan bisnis yang baru dirintis atau baru berkembang, biasanya merujuk pada semua perusahaan yang belum lama beroperasi dan identik dengan bisnis yang berbau teknologi. Atribut kunci dari *startup* adalah kemampuan untuk bertumbuh, di mana *startup* adalah sebuah perusahaan yang dirancang untuk bertumbuh secara cepat. *Startup* berfokus pada pertumbuhan yang tidak dibatasi oleh geografi, hal inilah yang membedakannya dengan *small businesses* atau bisnis kecil. Internet merupakan salah satu faktor penyebab pesatnya pertumbuhan *startup* (TB & Aulia, 2021). *Startup* adalah organisasi sementara yang dirancang untuk mencari model bisnis yang dapat diulang dan terukur. *Startup* merupakan perusahaan rintisan yang baru didirikan dan masih pada tahap penelitian dan pengembangan untuk mencari peluang potensi pasar dan beberapa termasuk ke dalam bidang usaha teknologi dan informasi. *Startup* merupakan usaha yang dilakukan oleh beberapa orang, membutuhkan modal dan membutuhkan dana eksternal yang signifikan untuk memulai aktivitasnya, sementara tujuan utamanya adalah untuk tumbuh dengan cepat.

Mengembangkan usaha baru bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan. Secara umum, mengembangkan usaha baru memiliki tingkat keberhasilan yang kecil, bahkan lebih kecil dibandingkan daripada ketika bisnis yang mapan membuka usaha baru. Hal ini terkait dengan karakter pendiri dan model pengembangannya itu sendiri. Salah satu model pendukung pengembangan usaha yang banyak digunakan adalah akuntansi dengan laporan keuangan sebagai hasil akhirnya (Rahayu, Budyawati, & Hartanto, 2020). Sehingga, dalam tahap pengembangan *startup* bukan hanya teknologi informasi yang dibutuhkan namun juga kualitas dan kapasitas sumber daya manusia yang bukan hanya memiliki pengetahuan tentang bisnis dan teknologi informasi namun juga tentang aspek finansial yang digunakan untuk menganalisis kelayakan keberadaan *startup*.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh MRB Finance, masalah utama yang dihadapi oleh *startup* Indonesia yaitu *market*, legalitas, fasilitas, SDM, dan modal

(finansial). Di mana proporsi masalah Modal (Finansial) ini adalah tingkat masalah yang paling tinggi sebesar 38,8% (MRB Finance, 2021). Aspek finansial atau keuangan adalah aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan. Penilaian aspek finansial meliputi sumber dana, kebutuhan biaya investasi, estimasi pendapatan, proyeksi neraca dan laporan laba rugi (Aldiansyah, Chumaidiyah, & Sagita, 2018). Aspek ini sangat krusial di bisnis *startup*, karena jika salah dalam pengelolaan dan analisisnya maka bisnis *startup* akan mengalami kegagalan perkembangan. Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa aspek pengelolaan finansial memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kesuksesan *startup* bisnis. Hal ini dikarenakan *startup* bisnis yang pada umumnya memiliki modal yang terbatas harus mampu menggunakan modal dengan baik. Hasil pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan dalam mengelola keuangan akan mendorong keberhasilan *start-up* bisnis (Sitepu, 2017; Aldiansyah et al., 2018).

Perkembangan *startup* di Indonesia didukung dengan kondisi demografi Indonesia. Menurut data sensus yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020, jumlah penduduk Indonesia sebanyak 270,2 juta jiwa. Menariknya, sebanyak 74,93 juta jiwa atau 27,94% penduduk Indonesia merupakan generasi Z (Slamet, Purwono, Wibisono, & Dewa, 2022). Generasi Z yang dikenal sebagai *digital native* merupakan sebuah potensi untuk menghasilkan talenta-talenta yang bisa bekerja dan berkarir di dunia *startup*. Namun, menurut survei yang dilakukan oleh MRB Finance proporsi pendiri *startup* yang merupakan generasi Z hanyalah sebesar 4,5% (MRB Finance, 2021).

Para siswa SMA St. Thomas 1 Medan jurusan IPS merupakan bagian dari generasi Z selain itu telah adanya ekstrakurikuler kewirausahaan. Hal ini memungkinkan adanya minat para siswa untuk terjun dalam bisnis digital *startup*. Hasil pengabdian yang dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa dengan adanya edukasi peluang dan pengenalan tahapan memulai bisnis digital bagi para siswa SMA menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keinginan para siswa untuk mulai berupaya dalam membangun bisnis *startup* (Satriandhini & Indriani, 2022; Fauziah, et al., 2021; Setyawan et al., 2018). Sayangnya, kualitas

dan kualifikasi dalam mengembangkan *startup* yang dimulai dari analisis kelayakan sampai dengan pengelolaan pendanaan belum dimiliki oleh para siswa SMA St. Thomas 1 Medan jurusan IPS.

Berdasarkan kondisi yang terjadi pada SMA St. Thomas 1 Medan, maka solusi yang akan ditawarkan adalah melaksanakan sosialisasi dan pelatihan kemampuan analisis kelayakan dan potensi digital *startup* ditinjau dari aspek finansial. Hal ini dilakukan agar ketika para siswa SMA St. Thomas 1 Medan menciptakan suatu bisnis *startup*, siswa memiliki bakat untuk mengembangkan bisnis *digital* dan mampu menganalisis kelayakan dan peluang pertumbuhan bisnis tersebut.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini ditargetkan untuk siswa-siswi SMA St. Thomas 1 yang mengambil jurusan IPS dikelas 11. Keberhasilan pengabdian ini, tim pengabdian menyusun kuesioner untuk melihat perkembangan pengetahuan dari peserta pengabdian sebelum dan setelah pengabdian ini dilakukan. Kegiatan PkM diawali dengan mendiskusikan tentang hal-hal yang dibutuhkan oleh para siswa SMA St Thomas 1 Medan ke pihak mitra yang diwakili oleh kepala sekolah. Hal ini menjadi dasar dalam penyusunan topik PkM yang akan dijalankan. Selanjutnya, tim PkM menyusun materi bahan ajar terkait kelayakan dan potensi digital *startup* dari aspek finansial untuk dibawakan pada hari pelaksanaan serta menyusun kuesioner *pre-test* dan *posttest* untuk mengukur kemampuan peserta terkait topik yang disampaikan sebelum dan sesudah pelatihan dilakukan.

Pada hari pelaksanaan sosialisasi, dilakukan *pre-test* untuk mengukur pemahaman peserta awal terkait topik pelatihan. Selanjutnya, tim PkM memberikan sosialisasi dengan menyajikan materi kepada para siswa. Pada akhir kegiatan pelaksanaan PkM, dilakukan *posttest* untuk mengukur keberhasilan dari program pelatihan yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian diawali dengan mendiskusikan ke pihak mitra tentang kebutuhan dalam peningkatan pengetahuan dan keterampilan siswa. Dari hasil diskusi ini diperoleh informasi bahwa pada siswa SMA St. Thomas 1 Medan belum dibekali dengan pengetahuan tentang *startup* dan kemampuan analisis keuangan dan perpajakan. Berdasarkan data awal tersebut, maka disepakati untuk dilakukan kegiatan pelatihan dalam rangka memberikan pengetahuan baru tentang *startup* dan aspek finansialnya kepada para siswa SMA St. Thomas 1 Medan.

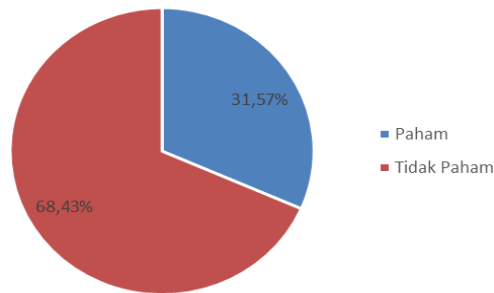
Selanjutnya, tim PkM menyusun materi bahan ajar terkait kelayakan dan potensi digital *startup* dari aspek finansial untuk dibawakan pada hari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Selain itu, disusun pula kuesioner *pre-test* dan *posttest* untuk mengukur kemampuan peserta terkait topik yang disampaikan sebelum dan sesudah sosialisasi.

Pelaksanaan kegiatan PkM dilakukan dalam beberapa tahap yaitu tahap *pre-test*, tahap sosialisasi dan tahap *posttest*. Pada tahap *pre-test*, peserta diberikan kuesioner awal untuk mengukur pemahaman awal peserta sebelum diberikan sosialisasi. Adapun hasil *pre-test* disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Hasil *Pre-Test* Peserta PkM sebelum Pelatihan

Indikator	Persentase Pemahaman
Menjelaskan tentang perusahaan <i>startup</i>	68.33%
Menjelaskan konsep anggaran dalam sebuah bisnis	18.18%
Menjelaskan laporan Keuangan perusahaan	18.18%
Menjelaskan tentang rasio keuangan	9.09%
Menjelaskan tentang perpajakan perusahaan	7.58%

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa secara rata-rata, persentase pemahaman tentang *startup* dan aspek keuangannya masih rendah. Secara detail, hasil dari rekapitan kuesioner *pre-test* disajikan pada Gambar 1. Dari Gambar 1 dapat dilihat bahwa persentase pemahaman *startup* dan aspek finansial sebelum dilakukannya kegiatan pelatihan ini adalah sebesar 31,57% yang masih dapat dikategorikan rendah.



Gambar 1 Persentase Pemahaman Potensi Digital *Startup* dan Aspek Finansialnya Sebelum Sosialisasi

Untuk itu, selanjutnya, tim PkM memberikan sosialisasi selama dua hari. Pada hari pertama, narasumber menyampaikan materi tentang: (1) pengenalan Perusahaan *startup* dan contoh-contohnya; (2) sumber pendanaan dalam perusahaan *startup*; dan (3) tahapan pendanaan dalam perusahaan *startup*. Pada hari kedua, narasumber menyampaikan materi tentang: (1) penyusunan anggaran dalam perusahaan *startup*; (2) penyusunan proforma; (3) penyusunan laporan keuangan; (4) rasio keuangan dan analisisnya; (5) aspek perpajakan dalam perusahaan *startup*. Pada saat penyampaian materi oleh narasumber, tampak peserta mendengarkan dan mengamati dengan seksama (Gambar 1 dan Gambar 2).



Gambar 2 Sosialisasi Hari Pertama Oleh Narasumber



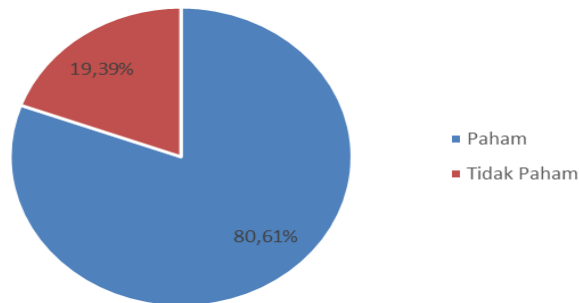
Gambar 3 Sosialisasi Hari Kedua Oleh Narasumber

Setelah selesainya kegiatan sosialisasi, dilanjutkan dengan pemberian *posttest* pada peserta. Kuesioner *posttest* diberikan dalam bentuk pertanyaan singkat dalam konsep benar dan salah untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra setelah selesainya kegiatan sosialisasi. Tabel 2 menyajikan hasil *posttest* peserta setelah sosialisasi.

Tabel 2 Daftar Pernyataan Kuesioner *Posttest*

Pernyataan	Persentase Pemahaman
Semua usaha yang baru berdiri disebut sebagai perusahaan <i>startup</i>	45.45%
Kita tidak mungkin melakukan penggalangan dana sebagai sumber pendanaan <i>startup</i>	93.94%
Anda dapat meminjam dana dari keluarga dalam untuk mendirikan perusahaan <i>startup</i>	98.48%
Perusahaan <i>startup</i> tidak harus melakukan setiap tahapan dalam pendanaan <i>startup</i>	56.06%
Dalam pembuatan <i>budget</i> , kita harus membuat anggaran dengan cara memaksimalkan pendapatan dan meminimalkan beban	72.73%
Dalam pemuatan proyeksi laporan keuangan, kita harus mengikuti prinsip akuntansi yang berlaku	92.42%
Laporan laba rugi menggambarkan tentang seberapa besar perolehan keuntungan dari perusahaan	89.39%
Investor sebaiknya berinvestasi pada perusahaan yang memiliki nilai <i>leverage</i> yang tinggi	87.88%
Investor sebaiknya berinvestasi pada perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas yang tinggi	95.45%
Tidak semua perusahaan <i>startup</i> wajib melakukan pembayaran pajak	74.24%

Dari hasil tabulasi kuesioner *posttest* diperoleh bahwa persentase pemahaman secara rata-rata cukup tinggi. Hasil tabulasi rata-rata dari kuesioner *posttest* disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4 Persentase Pemahaman Potensi Digital *Startup* dan Aspek Finansialnya Setelah Sosialisasi

Dari Gambar 2, diperoleh informasi bahwa tingkat pemahaman atas potensi digital *startup* dan aspek finansialnya meningkat dari sebelum sosialisasi adalah sebesar 31,57% menjadi sebesar 80,61% setelah sosialisasi. Pada saat dilakukannya sosialisasi terlihat bahwa banyak siswa-siswi yang masih awam dengan istilah *startup*. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan dari pengabdian ini tim pengabdian tidak langsung membahas dari aspek finansialnya langsung melainkan dimulai dari cikal bakal terlahirnya perusahaan *startup* sehingga dapat memudahkan para siswa-siswi untuk memahami bagaimana menilai kelayakan bisnis suatu *startup* jika ditinjau dari aspek finansial. Berdasarkan hasil pengabdian disimpulkan bahwa pelatihan dilakukan dengan baik, dan mencapai harapan dari tim pengabdian kepada masyarakat yakni meningkatkan pengetahuan mitra tentang materi apa itu perusahaan *startup* dan bagaimana penilaian kelayakan *startup* jika ditinjau dari aspek finansial.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi tentang aspek finansial dalam bisnis *startup* kepada generasi Z khususnya untuk siswa-siswi di Sekolah Menengah Atas berjalan dengan lancar. Berdasarkan hasil kuesioner adanya peningkatan pemahaman siswa tentang analisis kelayakan dan potensi digital *startup* ditinjau dari aspek finansial. Rata-

rata jawaban benar siswa sebesar 80.61% setelah kegiatan dilaksanakan. Tindak lanjut dari pengabdian ini adalah perlunya dilakukan pengabdian kepada masyarakat dengan topik yang sejenis kepada para generasi Z lainnya di sekolah lainnya, guna meningkatkan jumlah generasi Z yang melek *startup*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldiansyah, R., Chumaidiyah, E., & Sagita, B. H. (2018). Analisis kelayakan startup digital yukcetak ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial. *e-Proceeding of Engineering*, 2495-2500.
- Daroin, A. D., Wirawan, Y. R., & Lingga, R. A. (2022). Analisis studi kelayakan bisnis startup sky hoes clean kota madiun. *Patriot Journal Economics Education (PAT-JEE)*, 1(1), 6-13.
- Fauziah, S. A., Mahendra, A. F., Larien, M. A., Yuliasari, Herdiansah, W., & Effendy, A. A. (2021). Sosialisasi bisnis digital pada siswa-siswi smk techno media. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 140-144.
- MRB Finance*. (2021, Februari 25). (Online) (<https://www.mrbfinance.com/education/survey-masalah-bisnis-startup-di-indonesia>, diakses 6 Februari 2023).
- Raharja, B. S., & Bachtiar, N. K. (2021). Pelatihan dan pendampingan bagi digital platform "luar kuliah" untuk akselerasi peluncuran di pasar bisnis. *SELAPARANG. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(2), 250-256.
- Rahayu, A., Budyawati, I., & Hartanto, W. (2020). Mengadopsi model akuntansi startup untuk umkm: studi kasus pada pengerajin kayu desa grenden, kabupaten jember. *Warta Pengabdian*, 181-190.
- Satriandhini, M., & Indriani, F. (2022). Start up digital business: mengenal peluang dan tips bisnis bagi para pemula di sma n 6 purworejo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 21-27.
- Setyawan, M. B., Alwi, A., & Munirah. (2018). Konstruksi jiwa kewirausahaan melalui pelatihan startup digital 4.0 bagi siswa sma. *Jurnal Masyarakat Mandiri (JMM)*, 19-28.
- Sitepu, S. N. (2017). Pengaruh faktor internal terhadap keberhasilan start-up bisnis di kota surabaya. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10(1), 37-50.
- Slamet, Purwono, Wibisono, S. K., & Dewa, B. P. (2022). Meningkatkan pengetahuan dan minat gen-z untuk berkarir di dunia startup dengan webinar "startup for gen-z: is it possible?". *PIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 122-128.
- TB, D. R., & Aulia, N. (2021). Start up digital business: mengenal peluang dan tips bisnis bagi para pemula. *Jurnal Pengabdian Masyarakat INOTEC UUI*, 3(2), 34-39.