



Transformasi Ekonomi Digital: Dampak, Implikasi, dan Tantangan Digitalisasi pada Startup MyEco

Aini Yatul Mufarroha¹, Bianca Anne Wiedyastha Raharja^{2*}, Intan Ayusta Alifia³,
Zaki Fadhil Maulana Sutrisno⁴, Sheila Febriani Putri⁵
^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Malang

[*bianca.anne.2104226@students.um.ac.id](mailto:bianca.anne.2104226@students.um.ac.id)

ABSTRAK

Startup telah menjadi elemen penting dalam ekonomi Indonesia, terutama dalam konteks digitalisasi. Studi ini berfokus pada MyEco, sebuah startup yang berbasis di Malang, Jawa Timur, yang mengembangkan perangkat pintar inovatif untuk rumah untuk membantu mengurangi biaya listrik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan studi kasus yang merupakan teknik peneliti dalam mengeksplorasi strategi, tantangan, dan solusi digitalisasi MyEco. Temuan menunjukkan bahwa MyEco telah berhasil menciptakan produk yang diminati pasar, dengan penjualan mencapai 20.000 unit dan terus meningkat. Keunikan MyEco terletak pada fokusnya pada penghematan listrik, yang membedakannya dari pesaing. Studi ini menyoroti pentingnya pusat pelanggan dalam ekonomi digital, karena MyEco memprioritaskan kebutuhan pelanggan melalui perangkat elektronik yang dipersonalisasi dan teknik CRM. Selain itu, studi ini mengungkapkan bahwa MyEco menghadapi tantangan, termasuk praktik akuntansi yang ketinggalan zaman, upaya branding dan pemasaran yang terbatas, dan kerentanan keamanan website. Untuk mengatasi tantangan ini, MyEco dapat mempertimbangkan untuk mengadopsi aplikasi akuntansi modern, meningkatkan strategi branding dan pemasaran, dan meningkatkan langkah-langkah keamanan website. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan tentang strategi dan solusi yang diadopsi oleh MyEco, memberikan wawasan bagi startup lain untuk meningkatkan praktik bisnis mereka dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Kata Kunci: Bisnis, Digitalisasi, Startup

ABSTRACT

Startups have become a crucial element in Indonesia's economy, particularly in the context of digitalization. This study focuses on MyEco, a startup based in Malang, East Java, that develops innovative smart home devices to help reduce electricity costs. The research employs a qualitative approach, utilizing observation and interviews to explore MyEco's digitalization strategies, challenges, and solutions. The findings indicate that MyEco has successfully created market-demanded products, with sales reaching 20,000 units and steadily increasing. MyEco's uniqueness lies in its focus on electricity savings, setting it apart from competitors. The study highlights the importance of customer-centricity in the digital economy, as MyEco prioritizes customer needs through personalized electronic devices and CRM techniques. Additionally, the study reveals that MyEco faces challenges, including outdated accounting practices, limited branding and marketing efforts, and website security vulnerabilities. To overcome these challenges, MyEco can consider adopting modern accounting applications, enhancing branding and marketing strategies, and improving website security measures. Overall, this research sheds light on the strategies and solutions adopted by MyEco, providing insights for other startups to enhance their business practices and contribute to Indonesia's economic growth.

Keywords: Business, Digitalization, Startup

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat digitalisasi telah membawa dampak signifikan bagi kehidupan masyarakat. Perubahan global saat ini didominasi oleh kemajuan teknologi yang menjadi pijakan utama dalam kehidupan manusia (Ermawati, 2022). Digitalisasi ekonomi, yang mengalihkan aktivitas ekonomi ke platform telekomunikasi, memberikan keuntungan besar bagi masyarakat, terutama pelaku ekonomi kreatif (Saputra, 2021). Dalam era ini, startup menjadi elemen penting perekonomian sebagai bisnis yang

berkembang berkat teknologi digital (Haryanto, 2021). Di Indonesia, tingkat pengguna teknologi meningkat pesat mencapai 73,7 persen pada tahun 2020, dengan perkiraan jumlah pengguna internet mencapai 196,7 juta orang. Menurut Ahmad M. Ramli, Direktur Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika, survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mendukung upaya transformasi digital, terutama dalam menghadapi pandemi COVID-19.

Meskipun startup memiliki peran vital, ketersediaan lingkungan yang cocok untuk mendirikannya sangat penting karena startup merupakan industri yang rentan (Ries, 2011). Faktor-faktor seperti modal terbatas, jumlah tenaga ilmuwan dan insinyur yang terbatas, serta legitimasi merek yang kurang menjadi tantangan bagi startup (Freeman & Engel, 2007). Startup sering mengalami kendala dalam mengembangkan bisnis dan menghadapi persaingan yang ketat di pasar, yang dapat menghambat perkembangan, efisiensi, stabilitas, dan inovasi mereka. Dalam mengatasi kendala tersebut, startup perlu mengimplementasikan strategi yang inovatif dan adaptif.

Kami mengambil MyEco sebagai startup yang akan kami teliti lebih lanjut karena mereka telah meraih berbagai penghargaan, termasuk sebagai startup inovatif terbaik dari Kementerian Komunikasi dan Informatika. Startup ini berbasis di Malang dan didirikan oleh 6 mahasiswa Universitas Brawijaya pada tahun 2020, menjadi contoh menarik dalam menghadapi tantangan digitalisasi ekonomi. Meskipun telah berhasil, MyEco masih perlu meningkatkan beberapa aspek seperti branding perusahaan, penggunaan aplikasi pencatatan keuangan yang terintegrasi, dan peningkatan keamanan siber. Penelitian terhadap MyEco diharapkan dapat menyumbang wawasan berharga bagi perintis startup lain dalam menghadapi tantangan digitalisasi, memperkuat kontribusi mereka dalam memajukan perekonomian negara, dan memberi inspirasi bagi generasi muda untuk menciptakan inovasi kreatif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan sebuah proses untuk memahami masalah sosial. Jenis pendekatan kualitatif yang peneliti gunakan adalah studi kasus yang merupakan teknik peneliti dalam melakukan eksplorasi penelitian kualitatif secara mendalam terhadap perusahaan startup myEco Indonesia. Penelitian Studi kasus dipilih karena memungkinkan untuk mempelajari secara mendalam dan detail bagaimana MyEco Indonesia melakukan digitalisasi ekonomi dan bisnisnya. Penulis menganalisis secara mendalam dan detail bagaimana MyEco mengimplementasikan digitalisasi dalam operasi bisnisnya. Ini dapat mencakup penggunaan teknologi digital, sumber daya manusia, dan perubahan proses bisnis. Lalu juga mengkaji strategi MyEco dalam mentransformasi model bisnisnya menjadi digital seperti produk/layanan digital, saluran distribusi digital, dan inovasi yang dilakukan. Penulis juga mengevaluasi dampak digitalisasi dan tantangan terhadap kinerja bisnis MyEco.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan *Chief Marketing Officer* (CMO) dikarenakan CMO terlibat langsung dalam perencanaan dan implementasi strategi digitalisasi perusahaan, serta bagaimana digitalisasi dapat mempengaruhi fungsi pemasaran dan keterlibatan pelanggan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan panduan pertanyaan yang telah disiapkan. Pertama, peneliti dengan jelas menentukan tujuan utama wawancara, seperti mengeksplorasi pengalaman, perspektif, dan informasi spesifik. Selanjutnya, peneliti membuat daftar topik utama yang ingin dibahas, seperti strategi digitalisasi, tantangan implementasi, dampak pada organisasi, dan lain-lain. Topik-topik ini akan menjadi kerangka dasar pertanyaan wawancara. Pertanyaan difokuskan pada strategi digitalisasi MyEco Indonesia, dampaknya terhadap ekonomi dan bisnis, serta tantangan dan peluang yang dihadapi.

Difokuskan pada tiga hal utama tersebut adalah karena untuk mengeksplorasi pendekatan yang dilakukan perusahaan dalam melakukan transformasi digital. Peneliti juga ingin memahami bagaimana digitalisasi yang dilakukan MyEco memberikan pengaruh, baik positif maupun negatif, pada aspek ekonomi dan model bisnis perusahaan, serta perlu menggali informasi terkait hambatan-hambatan yang muncul.

Data wawancara dianalisis dan dihubungkan dengan konteks ekonomi bisnis digital. Untuk menghubungkan data wawancara dengan konteks ekonomi digital, peneliti mengidentifikasi bagaimana MyEco memanfaatkan teknologi digital, platform, dan inovasi dalam strategi bisnisnya. Selanjutnya, analisis dampak digitalisasi terhadap model bisnis dan struktur persaingan di industri yang dijalankan MyEco. Selain itu, peneliti juga mengevaluasi peluang dan tantangan yang dihadapi MyEco dalam mengembangkan kapabilitas digital dan beradaptasi dengan tren ekonomi digital. Dalam menganalisis data wawancara peneliti harus membaca dan mencatat secara seksama transkrip wawancara untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul (Creswell, 2014). Pertama, transkrip wawancara dibaca dan dicatat untuk mengidentifikasi tema-tema lalu dikategorikan dan dianalisis untuk menghasilkan temuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti akan memeriksa koneksi antar kategori untuk memahami bagaimana tema-tema saling terkait (Strauss & Corbin, 1998). Melalui proses ini, peneliti dapat menghasilkan temuan-temuan penelitian yang komprehensif dan berdasarkan bukti yang kuat. Dengan menerapkan metode analisis data kualitatif yang sistematis, peneliti diharapkan dapat menghasilkan wawasan yang mendalam mengenai strategi digitalisasi, dampak, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh MyEco Indonesia.

Triangulasi data dilakukan dengan menggunakan berbagai sumber data, seperti informasi perusahaan dari berbagai media dan publikasi produk digital di media. Selain analisis terhadap transkrip wawancara, proses triangulasi data juga dilakukan untuk meningkatkan validitas temuan penelitian. Peneliti membandingkan pernyataan narasumber dalam wawancara mengenai strategi digitalisasi MyEco dengan informasi profil perusahaan dan ulasan produk yang tersedia di situs web resmi MyEco Indonesia. Selain itu, peneliti juga dapat menelusuri postingan dan konten digital MyEco di media sosial untuk mengidentifikasi kegiatan pemasaran, peluncuran produk baru, serta interaksi dengan pelanggan. Data-data tersebut kemudian dikomparasi dengan hasil wawancara untuk mengonfirmasi konsistensi informasi dan memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai transformasi digital yang tengah dialami MyEco Indonesia. Melalui proses triangulasi, peneliti dapat memastikan reliabilitas dan validitas data yang digunakan dalam analisis studi kasus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi terhadap startup Myeco mengungkap sejumlah temuan yang relevan dengan strategi bisnis dan tantangan yang dihadapi. Myeco didirikan pada tahun 2020 dan berfokus pada pengembangan produk teknologi untuk penghematan listrik. Awalnya, Myeco menghasilkan GPS Tracking untuk mobil. Namun, dengan munculnya pandemi COVID-19 yang mempercepat transformasi digital (Rizkinaswara, 2021), Myeco melihat peluang untuk mengatasi tingginya tagihan listrik rumah dengan mengembangkan Smart Home. Inovasi ini melibatkan pengembangan aplikasi untuk penghematan listrik dan peralatan listrik berbasis sensor dan Internet of Things (IoT).

Dari visi dan misi yang telah diusung, Myeco telah berhasil menciptakan produk yang diminati pasar dengan penjualan mencapai 20.000 unit dan terus meningkat. Myeco mengakui peran penting teknologi digital dalam mengintegrasikan produknya dalam lingkungan digital. Keunikan Myeco terletak pada fokusnya pada penghematan listrik, berbeda dengan kompetitor yang lebih mengedepankan inovasi smart home atau otomatisasi rumah. Hal ini menjadi nilai tambah bagi konsumen yang memilih Myeco di

tengah persaingan di berbagai marketplace. Dalam era ekonomi digital, fokus pada kesejahteraan manusia menjadi kunci, yang dikenal sebagai ekonomi kemanusiaan (Luh et al., 2021). Myeco telah memprioritaskan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan dengan menyediakan personalisasi alat elektronik dan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan melalui teknik CRM, meskipun tidak memiliki toko fisik. Adanya digitalisasi juga membuat konsumen lebih mudah berbelanja tanpa harus pergi ke toko fisik.

Saat ini, Myeco tidak hanya berfokus pada *smart home* yang dapat dikendalikan, tetapi juga pada *smart home* environment di mana setiap perangkat elektronik dapat diatur melalui satu aplikasi yang mudah dipahami namun tetap memiliki daya saing dan fungsi yang kompleks. Untuk memperkuat pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjangnya, Myeco dapat terus mengadopsi teknologi digital yang terus berkembang di Indonesia untuk mengembangkan produk dan layanan yang inovatif. Myeco juga dapat memanfaatkan tren kesadaran lingkungan yang semakin meningkat di kalangan konsumen untuk memberikan edukasi tentang penghematan listrik. Menurut narasumber, Myeco mengukur kesuksesan dalam digitalisasi melalui proses pemasaran, dengan mengamati conversion rate, tingkat penjualan, dan jumlah unduhan aplikasi. Kesuksesan penggunaan teknologi juga diukur berdasarkan kemampuan dan kelancaran pelaksanaan aplikasi bagi pelanggan.

Akan tetapi, dalam penerapan digitalisasi, MyEco mengalami beberapa kendala yang menghambat perkembangan dan efisiensi MyEco. Kendala pertama yang dihadapi oleh MyEco adalah tidak menggunakan aplikasi pencatatan akuntansi modern dengan masih bergantung pada Spreadsheet sebagai database. Kelemahan utama Spreadsheet, seperti kebutuhan waktu yang besar, rentan terhadap kesalahan, dan sulitnya menentukan laba atas investasi secara langsung yang telah terbukti dalam penelitian sebelumnya (Wahyuning, 2022). Studi juga menunjukkan bahwa penggunaan Spreadsheet dapat menyebabkan kesulitan dalam menyusun laporan keuangan karena kurangnya kecermatan dalam penghitungan dan minimnya pengetahuan tentang akuntansi di tim keuangan (Ogearti, 2020). Oleh karena itu, MyEco menghadapi risiko kesalahan dalam penghitungan dan kurangnya keandalan laporan keuangan, yang dapat mengurangi keterbacaan laporan keuangan dan menghambat upaya mendatangkan investor.

Untuk mengatasi kendala ini, MyEco dapat mempertimbangkan untuk beralih ke aplikasi pencatatan akuntansi modern seperti Accurate atau MYOB. Aplikasi ini dapat membantu meningkatkan efisiensi dan keakuratan pencatatan keuangan, serta meningkatkan keandalan laporan keuangan. Penggunaan aplikasi akuntansi juga dapat memberikan kontribusi besar dalam berbagai aspek operasional dan keuangan startup, termasuk tata kelola perusahaan, transparansi, efisiensi operasional, dan pengelolaan risiko (Nurhasanah et al., 2024). Selain itu, pelatihan dan peningkatan pengetahuan tentang akuntansi bagi tim keuangan juga penting untuk meningkatkan kualitas pencatatan dan pelaporan keuangan.

Kendala kedua yang dihadapi oleh MyEco adalah kurangnya branding dan pemasaran yang efektif di mata masyarakat. MyEco cenderung fokus pada memenuhi kebutuhan konsumen yang sudah ada daripada melakukan upaya perluasan pasar. Perbandingan dengan kompetitor utama, seperti Kompetitor X, menunjukkan bahwa MyEco masih jauh tertinggal dalam hal jumlah pengikut dan aktivitas pemasaran di platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Kompetitor X memiliki jumlah pengikut yang jauh lebih besar dan konsistensi dalam mengunggah konten serta melakukan siaran langsung, sementara MyEco kurang aktif dan konsisten dalam hal tersebut. Hal ini membuat MyEco kesulitan bersaing dengan kompetitor yang memiliki brand yang sudah mapan di industri yang sama.

Untuk mengatasi kendala ini, MyEco perlu meningkatkan kehadiran dan aktivitasnya di media sosial dengan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih agresif dan kreatif. Peningkatan kualitas konten yang disajikan juga dapat membantu menarik perhatian lebih banyak masyarakat dan meningkatkan jumlah pengikut di platform seperti Instagram dan TikTok. MyEco juga dapat mempertimbangkan untuk melatih tim pemasaran digitalnya agar lebih kompeten dalam strategi pemasaran digital, yang dapat signifikan meningkatkan kinerja pemasaran (Chusumastuti et al., 2023). Selain itu, bekerja sama dengan influencer atau melakukan promosi yang lebih intensif juga dapat membantu meningkatkan branding MyEco.

Kendala ketiga yang dihadapi oleh MyEco adalah kelemahan dalam keamanan website. MyEco menghadapi kendala serius dalam hal keamanan website, dengan tingkat keamanan yang rendah dan rentan terhadap serangan cyber. Dalam analisis menggunakan security headers HTTP, hasil analisis menunjukkan bahwa MyEco sangat disarankan untuk meningkatkan sistem keamanan protokol HTTP mereka. Keamanan website dan perlindungan data pelanggan menjadi hal yang sangat krusial dalam menghadapi era digitalisasi yang semakin berkembang pesat. Narasumber juga menggarisbawahi bahwa tantangan utama bagi MyEco adalah meningkatkan keamanan website mereka, khususnya dalam hal security headers HTTP yang masih lemah, sehingga membuatnya mudah diserang oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Untuk mengatasi kendala ini, MyEco dapat melakukan langkah-langkah konkret, seperti memperbarui sistem keamanan website secara berkala, mengimplementasikan teknologi keamanan yang lebih canggih, dan memastikan bahwa tim IT memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam mengelola keamanan website. Selain itu, MyEco juga dapat bekerja sama dengan penyedia layanan keamanan cyber profesional untuk mengidentifikasi dan mengatasi potensi risiko keamanan. Dengan mengambil langkah-langkah proaktif ini, MyEco dapat meningkatkan keamanan website mereka dan memastikan perlindungan data pelanggan yang lebih baik, sehingga menjaga reputasi dan kepercayaan pelanggan. Hal tersebut penting dilakukan karena Perlindungan data dan keamanan cyber secara signifikan mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat (Mauliza et al., 2022).

MyEco menghadapi tiga kendala utama yang signifikan dalam pengembangan dan efisiensi operasionalnya. Pertama, penggunaan Spreadsheet sebagai media pencatatan akuntansi, yang memakan waktu, rentan terhadap kesalahan, dan tidak mampu menentukan laba secara langsung, menghasilkan laporan keuangan yang tidak andal. Kedua, kurangnya branding dan pemasaran yang efektif membuat MyEco kalah bersaing dengan kompetitor yang memiliki nama besar dan strategi pemasaran yang lebih baik. Ketiga, keamanan website yang lemah dan rentan terhadap serangan cyber, terutama terkait dengan security headers HTTP yang perlu diperbaiki. Untuk mengatasi kendala-kendala ini, MyEco perlu mengambil langkah-langkah yang terintegrasi dan komprehensif. Ini termasuk beralih ke aplikasi pencatatan akuntansi modern, meningkatkan branding dan kehadiran di media sosial, serta meningkatkan keamanan website. Dengan strategi ini, MyEco dapat meningkatkan efisiensi operasionalnya, mengatasi kendala yang menghambat perkembangannya, dan memperkuat posisinya di pasar digital.

KESIMPULAN

Myeco, sebuah startup yang didirikan pada tahun 2020, telah berhasil mengembangkan produk teknologi yang diminati pasar dengan fokus pada penghematan listrik. Inovasi mereka termasuk aplikasi untuk penghematan listrik dan perangkat berbasis IoT telah sukses dalam pasar dengan penjualan mencapai 20.000 unit dan terus meningkat. Keunikan Myeco terletak pada penekannya pada penghematan listrik yang membedakannya dari kompetitor lain. Namun, startup ini menghadapi sejumlah

tantangan dalam digitalisasi, terutama dalam hal perangkat lunak akuntansi, branding dan pemasaran, serta keamanan website.

Untuk mengatasi tantangan ini, Myeco perlu mempertimbangkan untuk mengadopsi perangkat lunak akuntansi modern, meningkatkan upaya branding dan pemasaran, dan meningkatkan keamanan website untuk menjaga pertumbuhan dan daya saingnya di pasar digital. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami strategi bisnis dan tantangan yang dihadapi oleh startup dalam mengadopsi teknologi digital. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi startup lain yang ingin meraih kesuksesan dalam transformasi digital mereka dengan memberikan wawasan tentang langkah-langkah yang dapat diambil untuk mengatasi kendala yang mungkin muncul. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya strategi pemasaran digital, keamanan website, dan penggunaan teknologi akuntansi modern dalam mendukung pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang sebuah startup.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya mewawancarai *Chief Marketing Officer* (CMO) dari startup Myeco, sehingga perspektif terbatas pada pandangan yang cenderung berfokus pada aspek pemasaran dan pengembangan produk tanpa mempertimbangkan perspektif yang lain seperti kegiatan operasional, sumber daya manusia, dan lain sebagainya. Penelitian berfokus pada satu startup, sehingga belum tentu dapat digeneralisasikan kepada startup yang lain. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan dapat memperluas cakupan wawancara agar memiliki perspektif yang beragam mengenai transformasi digital dalam perusahaan. Selain itu, menambah sampel juga diperlukan dalam penelitian selanjutnya dengan menganalisis beberapa startup untuk mendapatkan gambaran yang lebih baik dalam transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ermawati, S., & Lestari, P. (2022). Pengaruh Startup Sebagai Digitalisasi Bagi Ekonomi Kreatif Di Indonesia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 221-228. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.186>
- Freeman, J., & Engel, J. (2007). *Models of Innovation: Startups and Mature Corporations*. *California Management Review*, 50(1).
- Haryanto, A. (2021). Startup Adalah -Pengertian , Contohnya dan Tips Memulai Bisnis Startup. *JOJONOMIC*. <https://www.jojonomic.com/blog/startup-adalah/>
- Kominfo. (2020). Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital. https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Publishing Group.
- Saputra, A. S. (2021). Pengaruh Teknologi Informasi Pada Koperasi Di Era Industri 4.0. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(5), 505-510. <https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i5.77>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed.). Sage Publications.

Dokumentasi



Transkrip Wawancara

1. Kapan berdirinya perusahaan ini? dan bagaimana sejarah berdirinya?

MyEco dimulai ketika narasumber dan pendiri MyEco lain masih berkuliah. Pada tahun 2020, narasumber dan pendiri MyEco lainnya bergabung dalam satu komunitas yang pada akhirnya menyebabkan narasumber dan pendiri MyEco lainnya sering mengikuti lomba. Awalnya, pendiri MyEco memiliki produk berupa GPS Tracking untuk mobil. Akan tetapi, karena adanya pandemi, muncul ide inovasi baru berupa *Smarthome* yang dilandasi masalah yang dilihat oleh pendiri MyEco yaitu semakin tingginya tagihan listrik rumah pada saat pandemi. Oleh karenanya, Pendiri MyEco memutuskan untuk membuat platform yang berkaitan dengan penghematan listrik. Selanjutnya, pada tahun 2021-2022, MyEco masih melakukan Research and Development dan pada tahun 2023, penjualan dan produksi sudah mulai dilaksanakan. Hingga saat ini, produk yang terjual sudah menyentuh angka 20.000 produk dan masih terus bertambah.

2. Perusahaan ini bergerak dibidang apa?

Aplikasi *smarthome* penghematan listrik dan peralatan listrik yang berbasis sensor dan IOT. Kami menawarkan berbagai produk dengan personalisasi alat elektronik berdasarkan kebutuhan konsumen.

3. Apa visi misi dari perusahaan ini?

Visi

- a. Menjadi Top Of Mind ketika masyarakat mencari solusi untuk penghematan listrik

Misi

- a. Menyasar Platform digital sebagai Alternative Platform karena bisa menyasar market yang luas
- b. Menjadi perusahaan yang bisa mengedukasi masyarakat tentang penghematan listrik

4. Apa yang mendorong Anda dan perusahaan anda untuk memilih untuk terlibat dalam digitalisasi ekonomi dan bisnis?

Digitalisasi memiliki nilai tambah ekonomi yang besar karena MyEco bisa menyasar pasar yang lebih luas. Jika MyEco tidak menggunakan digitalisasi maka, MyEco akan kesulitan mencari konsumen di luar Malang yang menjadi Base of Operation dari MyEco. MyEco juga tidak memiliki toko fisik sehingga, digitalisasi bisnis menjadi solusi atas hal tersebut.

5. Bagaimana perusahaan Anda mengintegrasikan teknologi digital dalam operasi sehari-hari?

Untuk pemasaran MyEco, MyEco menggunakan berbagai platform digital untuk memasarkan produknya yang kemudian akan diarahkan untuk melakukan transaksi yang sepenuhnya menggunakan website dan marketplace. Untuk operasi keuangan, MyEco masih menggunakan spreadsheet sebagai alat untuk mengatur dan menjadi database keuangan.

6. Apa manfaat yang Anda lihat dari digitalisasi ekonomi dan bisnis bagi perusahaan Anda?

Digitalisasi memiliki peran yang sangat vital bagi MyEco karena teknologi produk MyEco juga berbasis IT dan pemasaran juga dilakukan sepenuhnya di platform digital. Digitalisasi juga mendorong proses bisnis dan perluasan pasar.

7. Apa tantangan utama yang dihadapi dalam melaksanakan digitalisasi ekonomi dan bisnis?

Kompetitor kuat yang lain juga melakukan digitalisasi bisnis. Sehingga, tantangan utama dari digitalisasi bisnis untuk MyEco adalah kompetitor digital. Lalu, untuk penggunaan teknologi pada proses bisnis dan pemasaran, MyEco tidak mengalami masalah yang berarti.

8. Bagaimana perusahaan Anda mengukur kesuksesan dalam digitalisasi ekonomi dan bisnis?

MyEco mengukur kesuksesan dalam digitalisasi melalui proses pemasaran. Kesuksesan diukur dengan Conversion Rate, Tingkat Penjualan, dan Jumlah Download Aplikasi. Sedangkan, untuk

kesuksesan penggunaan teknologi, diukur dengan kemampuan dan kelancaran pelaksanaan aplikasi bagi pelanggan.

9. Bagaimana pandangan perusahaan Anda tentang masa depan digitalisasi ekonomi dan bisnis di Indonesia?

Digitalisasi di masa depan menuntut adanya value tambahan dari MyEco jika dibandingkan dengan kompetitor kompetitornya. Narasumber menganggap bahwa persaingan bisnis digital di masa depan akan semakin tidak sehat. Selain itu, CyberSecurity juga akan menjadi masalah untuk bisnis digital di masa mendatang.

10. Apakah ada inovasi atau proyek khusus dalam digitalisasi ekonomi dan bisnis yang sedang dikerjakan oleh perusahaan Anda?

MyEco sedang berfokus tidak hanya pada *controlable* smarthome tapi *smarthome environment* dimana setiap alat elektronik bisa diatur dalam satu aplikasi yang mudah dipahami tapi berdaya saing dan memiliki fungsi yang kompleks.

11. Bagaimana perusahaan Anda berencana untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan tren digitalisasi ekonomi dan bisnis?

MyEco berusaha terus mengikuti tren dan teknologi yang terus berkembang baik di berbagai platform digital. Lalu, MyEco memilah tren dan teknologi mana yang kompatibel untuk MyEco.

12. Apakah Anda pernah mengalami kesulitan dalam melakukan pemasaran secara digital?

Kendala pemasaran yang dialami MyEco terletak di awal pendirian MyEco yang membuat pendiri MyEco memberikan effort lebih untuk melakukan pemasaran. MyEco pada awal pembentukannya berusaha menentukan target pasar dan konsumen dengan berbagai pertimbangan sebelum menyesuaikan cara pemasaran yang dipilih.

13. Bagaimana cara Anda mengatasi persaingan dalam ekonomi digital ini?

MyEco berusaha menghasilkan produk yang lebih murah dengan kualitas dan daya tahan yang lebih baik dibanding kompetitor mereka. Produk yang dihasilkan MyEco mungkin memiliki banyak pesaing di marketplace tapi, produk MyEco memiliki keunggulan pada bidang penghematan listrik.

14. Apa yang membedakan bisnis anda dengan bisnis diluar sana yang sejenis?

Kita banyak melakukan benchmarking dengan melihat kompetitor kompetitor di marketplace. Kebanyakan kompetitor di marketplace hanya berusaha menginovasikan smart home. Mereka hanya menyediakan otomatisasi rumah sedangkan, MyEco berfokus pada otomatisasi rumah dan penghematan listrik.

15. Apa yang Anda lakukan untuk tetap menjaga bisnis anda tetap stabil di gempuran banyaknya startup yang berdiri?

MyEco hanya berusaha fokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen sehingga jika ada kompetitor baru, konsumen MyEco tetap memilih MyEco sebagai produk penghematan listrik mereka.

16. Cara Anda dalam memasarkan bisnis Anda?

My Eco menggunakan berbagai platform social media sebagai alat untuk melakukan pemasaran bisnis. MyEco menggunakan fitur advertisement di berbagai platform untuk menjangkau berbagai macam konsumen. MyEco juga membuat konten yang menarik untuk diunggah di platform tersebut. MyEco juga melakukan siaran langsung di berbagai platform seperti shopee dan tiktok. Akan tetapi, pada platform tiktok, MyEco jarang melaksanakan siaran langsung tersebut

17. Cara memantain klien yang dimiliki?

MyEco menggunakan teknik CRM (*Costumer Relationship Management*) untuk mendekati customer lama seperti *Email marketing*, *Whatsapp marketing*, dan banyak bentuk marketing lainnya.

18. Closing Statement

Kita harus memiliki masalah yang mau diselesaikan untuk mendirikan bisnis digital. Lalu, kita harus menentukan seberapa besar pasar yang ingin kita capai. Lalu, kita harus bisa menentukan value tambahan produk yang bisa dibandingkan dengan produk kompetitor. Lalu, kita harus mampu memanfaatkan setiap platform digital yang terus berkembang serta mampu mengikuti tren mereka masing masing.

Tugas dan Tanggungjawab masing-masing Mahasiswa

Nama : Aini Yatul Mufarroha
 NIM : 210422621226
 Instansi Observasi : MyEco Indonesia

No	Tanggal	Jam	Uraian/Catatan/Perubahan
1.	29/02/2024	19.00-21.00	Melakukan diskusi dan masing-masing anggota kelompok mencari serta memberikan saran terkait startup yang akan diobservasi. Dari hasil diskusi tersebut dihasilkan dua startup utama yang akan dihubungi yaitu Myeco & Sidigs.id serta startup lainnya seperti Beon Intermedia & Bangbeli.id.
2.	01/03/2024	07.21	Menghubungi start-up Myeco melalui media sosial Instagram, WhatsApp, dan Email.
3.	02/03/2024	15.00	Follow-up startup untuk kesediaan diobservasi.
4.	04/03/2024	09.00-10.45	<ul style="list-style-type: none"> • Mengunjungi beberapa startup, seperti Beon Intermedia, Ngalup.co, dan Myeco. Dari kunjungan tersebut, Myeco adalah startup yang bersedia untuk diobservasi. • Ikut serta membuat pertanyaan untuk observasi.
5.	06/03/2024	09.00-10.45 20.00-21.20	<ul style="list-style-type: none"> • Melaksanakan wawancara di startup. • Diskusi terkait hasil wawancara mulai dari menganalisis permasalahan yang ada di startup tersebut sampai dengan solusi yang dapat membantu Myeco. Serta pembagian tugas kelompok dalam membuat laporan observasi.
6.	09/03/2024	21.30	Mengerjakan laporan observasi
7.	10/03/2024	15.00	Melanjutkan mengerjakan laporan observasi
8.	11/03/2024	08.00	Menyelesaikan laporan observasi
9.	25/03/2024	18.00	Mengerjakan artikel sesuai dengan pembagian masing-masing.

Nama : Bianca Anne Wiedyastha Raharja
 NIM : 210422621274
 Instansi Observasi : MyEco Indonesia

No	Tanggal	Jam	Uraian/Catatan/Perubahan
1.	29/02/2024	19.00-21.00	Melakukan diskusi startup apa yang akan diteliti & mulai membrowsing startup-startup yang berada di Malang dan masing-masing anggota kelompok mencari serta memberikan saran terkait startup yang akan diobservasi. Dari hasil diskusi tersebut dihasilkan dua startup utama yang akan dihubungi yaitu Myeco & Sidigs.id serta startup lainnya seperti Beon Intermedia & Bangbeli.id.
2.	02/03/2024	07.00 18.00	<ul style="list-style-type: none"> ● Menghubungi start-up Beon melalui Email. ● Mencari form surat ijin observasi ● Ikut serta dalam menyiapkan daftar pertanyaan untuk wawancara
3.	04/03/2024	09.00	Mengurus surat ijin observasi ke fakultas yang nantinya akan diberikan kepada startup yang akan dituju yaitu MyEco.
4.	06/03/2024	09.00 12.00 20.00	<ul style="list-style-type: none"> ● Melakukan wawancara di startup ● Membuat kerangka outline laporan yang nantinya akan dikerjakan dan mengerjakan laporan ● Diskusi kelompok terkait hasil wawancara mulai dari menganalisis permasalahan yang ada di startup tersebut sampai dengan solusi yang dapat dikembangkan startup, dilanjut pembagian pengerjaan laporan
5.	07/03/2024	14.00	Mengerjakan laporan & ppt
6.	09/03/2024	19.00	Mengerjakan ppt
7.	11/03/2024	19.00	Mengerjakan ppt
8.	17/03/2024	18.00	Mengerjakan artikel sesuai dengan pembagian masing-masing.

Nama : Intan Ayusta Alifia
 NIM : 210422621244
 Instansi Observasi : MyEco Indonesia

No	Tanggal	Jam	Uraian/Catatan/Perubahan
1.	29/02/2024	18:43 - 23:20	<ul style="list-style-type: none"> ● Melakukan diskusi bersama anggota kelompok masing2, jadi kami memulai dengan tempat observasi mana yang akan diwawancara. ● Melakukan studi kepustakaan mengenai cara-cara atau kiat-kiat dalam melakukan observasi yang baik dan benar.

2.	01/03/2024 – 02/03/2024	15:00 - 16:00	<ul style="list-style-type: none"> ● Melakukan pencarian dan pemberian saran startup yang akan digunakan untuk wawancara melalui website, instagram, dan tiktok. Setelah itu, kami menemukan beberapa startup sebagai berikut: Myeco (saran dari Aini), Sidigs.id (saran dari Fadhil), Beon Intermedia (saran dari Bianca), dan Bangbeli.id. (saran dari Intan). Lalu, untuk tempat observasi yang bersedia untuk diwawancara adalah MyEco Indonesia. ● Mengurus surat pengantar observasi. ● Membuat pertanyaan yang disesuaikan dengan ekonomi bisnis digital. Jadi pertanyaannya seputar ekonomi digital yaitu salah satunya seperti: Apakah perusahaan Anda pernah mengalami kesulitan dalam melakukan pemasaran secara digital?
3.	06/03/2024	09:00 - 10:00	<ul style="list-style-type: none"> ● Memastikan kelengkapan dokumen hardfile yaitu berupa surat pengantar dan surat pengalaman observasi agar melancarkan proses wawancara di MyEco Indonesia. ● Melaksanakan wawancara di startup MyEco Indonesia bersama anggota kelompok. ● Melakukan diskusi hasil dari wawancara di MyEco Indonesia yaitu berupa penjabaran permasalahan yang dihadapi oleh MyEco dan juga melakukan analisis solusi serta inovasi digital yang akan ditawarkan. ● Melakukan pembagian tugas laporan observasi agar hasilnya bisa maksimal dan selesai dengan tepat waktu.
4.	10/03/2024	11:00 - 12:00	<ul style="list-style-type: none"> ● Melakukan studi kepustakaan mengenai literasi apa saja yang bisa menjadi rujukan untuk membuat laporan agar laporan tersebut bisa rapi, urut, jelas, detail dan mengenakan para pembaca. ● Melakukan studi kepustakaan mengenai cara membuat laporan yang baik dan benar. ● Melakukan studi kepustakaan mengenai cara menyusun kalimat pembuka yang baik dan benar.

5.	11/03/2024	07:30 - 10:00	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan studi kepustakaan mengenai cara merancang isi laporan yang baik berupa gagasan-gagasan pokok terhadap hasil pengamatan yang sudah dilakukan. • Melakukan tugas masing-masing yaitu mengerjakan laporan observasi dan mengisi power point untuk kelancaran presentasi sesuai dengan pembagian setiap anggota tim.
6.	12/03/2024	16:00 – 18:00	Merapikan laporan, mengisi halaman, dan membuat daftar isi untuk proses akhir pengumpulan laporan di sipejar.
7.	21/03/2024	09:00	Mengerjakan artikel sesuai dengan pembagian masing-masing.

Nama : Zaki Fadhil Maulana Sutrisno

NIM : 210422621265

Instansi Observasi : MyEco Indonesia

No	Tanggal	Jam	Uraian/Catatan/Perubahan
1.	29/02/2024	19.00 - 21.00	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pencarian dan pemberian saran, serta persetujuan atas startup yang akan digunakan untuk wawancara melalui website, instagram, dan tiktok. Startup yang sempat menjadi calon subjek observasi antara lain; Myeco (saran dari Aini), Sidigs.id (saran dari saya), Beon Intermedia (saran dari Bianca), dan Bangbeli.id. (saran dari Intan).

2.	01/03/20 24	09.00-10.00	<ul style="list-style-type: none"> ● Menghubungi calon startup, terutama sigids.id, untuk meminta izin menjadi tempat observasi. Selain sigids. id, kami juga menghubungi MyEco yang dihubungi oleh Aini dan juga didatangi AIni secara langsung. Akhirnya, karena persetujuan telah kami terima, MyEco menjadi subjek obsevasi yang kami pilih. ● Menyusun skrip wawancara dengan menambahkan 9 pertanyaan yang kemudian ditambahkan oleh teman kelompok yang lain sehingga berjumlah total sebanyak 17 Pertanyaan. Pertanyaan yang disetujui adalah sebagai berikut <ol style="list-style-type: none"> 1. Kapan berdirinya perusahaan ini? dan bagaimana sejarah berdirinya? 2. Perusahaan ini bergerak dibidang apa? 3. Apa visi misi dari perusahaan ini? 4. Apa yang mendorong Anda dan perusahaan anda untuk memilih untuk terlibat dalam digitalisasi ekonomi dan bisnis? 5. Bagaimana perusahaan Anda mengintegrasikan teknologi digital dalam operasi sehari-hari? 6. Apa manfaat yang Anda lihat dari digitalisasi ekonomi dan bisnis bagi perusahaan Anda? 7. Apa tantangan utama yang dihadapi dalam melaksanakan digitalisasi ekonomi dan bisnis? 8. Bagaimana perusahaan Anda mengukur kesuksesan dalam digitalisasi ekonomi dan bisnis? 9. Bagaimana pandangan perusahaan Anda tentang masa depan digitalisasi ekonomi dan bisnis di Indonesia? 10. Apakah ada inovasi atau proyek khusus dalam digitalisasi ekonomi dan bisnis yang sedang dikerjakan oleh perusahaan Anda? 11. Bagaimana perusahaan Anda berencana untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan tren digitalisasi ekonomi dan bisnis? 12. Apakah Anda pernah mengalami kesulitan dalam melakukan pemasaran secara digital?
----	----------------	-------------	---

3.	06/03/20 24	09.00 - 10.00 15.00 - 21.00	<ul style="list-style-type: none"> ● Melakukan observasi dan wawancara di kantor MyEco. ● Bertugas membuka dan memberikan pertanyaan pada saat wawancara juga berusaha secara komprehensif memberikan pertanyaan follow up atas statement narasumber. ● Membuat Transkrip Wawamcara untuk kemudian didiskusikan bersama dengan tim untuk menemukan kendala dan solusi ● Melakukan pembagian tugas untuk pemenuhan Laporan Akhir Obserbvasi
4.	08/03/20 24 - 12/03/20 24	09.00 - 15.00	<ul style="list-style-type: none"> ● Melakukan studi kepustakaan mengenai cara merancang isi laporan yang baik berupa gagasan-gagasan pokok terhadap hasil pengamatan yang sudah dilakukan. ● Melakukan tugas masing-masing yaitu mengerjakan laporan observasi dan mengisi power point untuk kelancaran presentasi sesuai dengan pembagian setiap anggota tim.
5.	24/03/20 24	14.00	Mengerjakan artikel sesuai dengan pembagian masing-masing.