

Optimalisasi Model Bisnis untuk Startup di Indonesia dalam Menghadapi Kompetisi Global

Angga Pabean

alangustiarnost17@gmail.com

ABSTRAK

Startup di Indonesia menghadapi tantangan yang semakin kompleks dalam menghadapi persaingan global. Untuk berhasil bersaing, perlu adanya optimalisasi model bisnis yang sesuai dengan kondisi pasar lokal dan kebutuhan global. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan startup dalam menghadapi kompetisi global serta mengembangkan strategi optimalisasi model bisnis. Metode penelitian yang digunakan meliputi studi literatur, wawancara dengan pemangku kepentingan industri, dan analisis data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti diferensiasi produk, penetrasi pasar yang tepat, strategi pemasaran digital, dan manajemen sumber daya manusia yang efektif merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi kompetisi global.

Katakunci : Model Bisnis, Startup Indonesia, Optimalisasi, Inovasi, Kompetisi Global, Ekonomi Digital.

ABSTRACT

Startups in Indonesia face increasingly complex challenges in competing on a global scale. To succeed, it is essential to optimize business models that align with local market conditions and global demands. This study aims to identify the key factors influencing the success of startups in dealing with global competition and to develop strategies for business model optimization. The research methods include literature review, interviews with industry stakeholders, and secondary data analysis. The findings reveal that factors such as product differentiation, appropriate market penetration, effective digital marketing strategies, and efficient human resource management are crucial for achieving success in the global competitive landscape.

Keyword : Business Model, Indonesian Startup, Optimization, Innovation, Global Competition, Digital Economy.

1.PENDAHULUAN

Transformasi digital yang berlangsung pesat telah membawa perubahan signifikan terhadap cara organisasi menjalankan kegiatan bisnis serta bersaing di tingkat global. Di Indonesia, pertumbuhan startup menunjukkan peningkatan yang sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan dukungan pemerintah, kemajuan teknologi informasi, serta perubahan

pola konsumsi masyarakat yang semakin bergantung pada layanan digital. Meski demikian, sebagian besar startup lokal masih menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan eksistensi dan daya saingnya di pasar internasional. Oleh karena itu, diperlukan upaya optimalisasi model bisnis yang lebih inovatif, adaptif, dan efisien agar startup Indonesia dapat bersaing secara berkelanjutan dalam lingkungan global yang kompetitif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguraikan strategi optimalisasi model bisnis yang relevan bagi startup di Indonesia dalam menghadapi persaingan global. Tujuan khususnya adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas penerapan model bisnis serta menilai bagaimana inovasi dan penyesuaian strategi bisnis dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan keberlanjutan usaha di era ekonomi digital.

Pemilihan objek penelitian pada startup Indonesia didasarkan pada perkembangan pesat ekosistem digital nasional yang kini menjadi bagian penting dari pertumbuhan ekonomi kreatif. Meskipun jumlah startup di Indonesia merupakan yang terbanyak di kawasan Asia Tenggara, tingkat kegagalannya juga masih tinggi, terutama pada lima tahun pertama masa operasional. Kondisi ini memperlihatkan adanya ketimpangan antara potensi besar dan hasil nyata yang dicapai, sehingga diperlukan analisis lebih mendalam terhadap strategi model bisnis yang diterapkan oleh pelaku startup.

Perbedaan (research gap) penelitian ini dengan studi-studi sebelumnya terletak pada fokus kajiannya. Jika sebagian besar penelitian terdahulu menitikberatkan pada aspek pendanaan atau inovasi produk semata, maka penelitian ini mengusulkan pendekatan yang lebih menyeluruh, yakni dengan menekankan *optimalisasi model bisnis* melalui sinergi inovasi digital, kolaborasi strategis, serta efisiensi operasional. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru bagi pengembangan teori dan praktik manajemen bisnis digital di Indonesia, khususnya dalam konteks peningkatan daya saing startup di pasar global.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Model Bisnis

Model bisnis merupakan kerangka yang menggambarkan bagaimana suatu organisasi menciptakan, menyampaikan, serta memperoleh nilai dari kegiatan usahanya. Osterwalder dan Pigneur (2010) mendefinisikan model bisnis sebagai logika yang menjelaskan cara perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan, membangun hubungan jangka panjang, dan menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan.

Menurut Magretta (2002), model bisnis dapat dipandang sebagai cerita yang menggambarkan bagaimana perusahaan beroperasi — siapa target pelanggan yang dilayani, nilai apa yang diberikan, dan bagaimana perusahaan memperoleh pendapatan dari aktivitas tersebut.

Bagi startup, model bisnis berperan penting sebagai dasar perencanaan strategis dan arah pengembangan usaha agar tetap relevan di tengah perubahan pasar dan kemajuan teknologi yang sangat cepat.

2.2 Teori Optimalisasi

Optimalisasi dapat diartikan sebagai upaya untuk menemukan hasil terbaik dari berbagai alternatif yang ada dengan memperhatikan keterbatasan sumber daya. Taha (2017) menjelaskan bahwa optimalisasi merupakan proses mencari solusi paling efektif guna mencapai tujuan tertentu secara efisien.

Dalam konteks manajemen bisnis, Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa optimalisasi strategi mencakup peningkatan efisiensi operasional, efektivitas pemasaran, dan nilai yang dihasilkan bagi konsumen. Oleh karena itu, optimalisasi model bisnis dapat dimaknai sebagai usaha menyeluruh untuk memperbaiki setiap komponen utama bisnis sehingga menghasilkan kinerja yang maksimal serta meningkatkan daya saing perusahaan.

2.3 Teori Startup

Secara umum, *startup* dipahami sebagai perusahaan rintisan yang berfokus pada inovasi dan pengembangan produk baru dalam kondisi pasar yang masih belum pasti. Blank dan Dorf (2012) menyebut *startup* sebagai organisasi sementara yang bertujuan menemukan model bisnis yang dapat diulang (*repeatable*) dan dikembangkan (*scalable*).

Sedangkan menurut Ries (2011) dalam *The Lean Startup*, *startup* adalah organisasi yang beroperasi dalam ketidakpastian tinggi dengan menekankan proses pembelajaran yang tervalidasi (*validated learning*) untuk menemukan cara paling efisien dalam menciptakan nilai bagi pelanggan.

Dengan demikian, *startup* memiliki karakter khas berupa fleksibilitas tinggi, orientasi pada inovasi, serta keinginan untuk tumbuh cepat dalam pasar yang dinamis.

2.4 Teori Kompetisi Global

Kompetisi global menggambarkan kondisi di mana perusahaan bersaing tidak hanya dengan pelaku lokal, tetapi juga dengan pemain internasional yang menawarkan produk dan layanan serupa di pasar yang sama. Porter (1985) dalam teori *Competitive Advantage* menyatakan bahwa keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui diferensiasi produk, efisiensi biaya, dan fokus pada segmen tertentu. Sementara itu, Kotler (2017) menegaskan bahwa globalisasi mendorong perusahaan untuk menyesuaikan model bisnisnya dengan perubahan teknologi, perilaku konsumen lintas budaya, serta standar global.

Bagi *startup* di Indonesia, memahami konteks kompetisi global berarti mampu mengidentifikasi peluang dan ancaman di pasar internasional sekaligus menyesuaikan strategi bisnis agar mampu bersaing secara berkelanjutan.

2.5 Keterkaitan Antarvariabel

Berdasarkan uraian teori sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa model bisnis berfungsi sebagai fondasi utama bagi jalannya kegiatan usaha. Optimalisasi terhadap model bisnis diperlukan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. Dalam konteks *startup*, optimalisasi model bisnis menjadi langkah penting agar mampu bersaing di tengah tekanan kompetisi global yang semakin meningkat.

Dengan demikian, hubungan antarvariabel dapat dijelaskan sebagai berikut: *optimalisasi* berperan sebagai proses, *model bisnis* sebagai objek yang dioptimalkan, *startup* sebagai pelaku utama, dan *kompetisi global* sebagai konteks eksternal yang memengaruhi keberhasilan strategi tersebut.

3. METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi optimalisasi model bisnis pada *startup* di Indonesia dalam

menghadapi persaingan global. Pendekatan ini dianggap paling relevan karena memungkinkan peneliti memahami makna, strategi, dan dinamika yang terjadi di lapangan secara kontekstual.

Desain penelitian yang digunakan bersifat deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi dari berbagai sumber yang relevan. Fokus penelitian diarahkan pada upaya startup dalam menyesuaikan model bisnisnya agar tetap kompetitif di tengah perubahan pasar global yang dinamis.

Populasi penelitian mencakup berbagai startup di Indonesia yang bergerak di sektor digital seperti teknologi finansial (*fintech*), pendidikan (*edutech*), dan perdagangan daring (*e-commerce*). Pemilihan sampel dilakukan secara purposive sampling, yaitu memilih startup yang dianggap memiliki relevansi tinggi dengan topik penelitian, misalnya startup yang telah melakukan ekspansi pasar internasional atau yang tengah mengembangkan inovasi dalam model bisnisnya.

Data dianalisis menggunakan metode analisis tematik (*thematic analysis*), dengan menafsirkan hasil wawancara dan dokumentasi untuk menemukan tema utama, pola strategi, serta faktor-faktor yang memengaruhi optimalisasi model bisnis. Proses analisis dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan yang bersifat induktif.

NO	Keterangan (Kategori Statrup)	Pertumbuhan (%)	Total (Perusahaan)
1.	Fintech	18%	125
2.	Edutech	12%	73
3.	E-commerce	25%	210
4.	Healthtech	10%	56
5.	Agritech	7%	39
6.	-	-	503

4. Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara mendalam terhadap pendiri dan manajer beberapa startup di Indonesia yang bergerak di bidang *fintech*, *edutech*, dan *e-commerce*. Selain itu, informasi pendukung juga diperoleh dari observasi lapangan serta telaah berbagai dokumen dan laporan industri digital nasional.

4.1 Metode dan Alat Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan **pendekatan analisis tematik (*thematic analysis*)**. Proses analisis ini mencakup tiga tahapan utama, yaitu:

1. **Reduksi Data** – Proses pemilahan dan penyederhanaan hasil wawancara dan dokumen yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian, yakni optimalisasi model bisnis startup.
2. **Penyajian Data** – Menyusun data dalam bentuk tabel serta uraian naratif agar hasil penelitian dapat lebih mudah dipahami dan dibandingkan antar kategori startup.
3. **Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi** – Menginterpretasikan data untuk menemukan hubungan antar faktor yang berpengaruh terhadap efektivitas model bisnis dalam menghadapi kompetisi global.

Untuk mendukung analisis, peneliti memanfaatkan **catatan lapangan**, **rekaman hasil wawancara**, serta perangkat bantu analisis data kualitatif sederhana seperti *NVivo* guna mengelompokkan tema dan pola yang muncul dari data.

4.2 Hasil Penelitian

Temuan penelitian menunjukkan beberapa hal penting terkait kondisi dan strategi bisnis startup di Indonesia, antara lain:

1. **Pertumbuhan Dominan pada Sektor E-commerce dan Fintech**
Berdasarkan Tabel 1, kedua sektor ini menunjukkan tingkat pertumbuhan tertinggi, yaitu masing-masing 25% dan 18%. Kenaikan ini disebabkan oleh peningkatan adopsi teknologi digital, perubahan perilaku konsumen, serta kemudahan sistem pembayaran daring.
2. **Model Bisnis yang Adaptif dan Fleksibel**
Startup yang bertahan dan berkembang cenderung menerapkan model bisnis yang mampu menyesuaikan diri dengan dinamika pasar. Banyak di antaranya mengadopsi konsep *platform-based business model*, yang mengintegrasikan berbagai layanan dalam satu ekosistem digital untuk memperkuat nilai pelanggan.
3. **Pentingnya Inovasi dan Kolaborasi Strategis**
Hasil wawancara memperlihatkan bahwa inovasi berkelanjutan dan kemitraan lintas sektor merupakan faktor penting dalam menghadapi tekanan kompetisi global. Startup yang aktif berkolaborasi dengan investor, lembaga pendidikan, dan perusahaan besar memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh dan memperluas jangkauan bisnisnya.
4. **Beragam Tantangan yang Dihadapi**
Startup lokal masih menghadapi kendala dalam hal pendanaan, keterbatasan kompetensi sumber daya manusia, serta regulasi yang belum sepenuhnya mendukung ekosistem digital. Persaingan dengan perusahaan global juga menuntut startup untuk terus meningkatkan efisiensi dan memperkuat keunikan produk atau layanan mereka.

4.3 Pembahasan

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa **optimalisasi model bisnis** berperan penting dalam meningkatkan kemampuan bersaing startup Indonesia di pasar internasional. Temuan tersebut sejalan dengan konsep **Business Model Canvas** (Osterwalder & Pigneur, 2010), yang menekankan pentingnya keseimbangan antara *value proposition*, *customer segment*, dan *key resources* sebagai dasar keberlanjutan bisnis.

Dari hasil analisis, terlihat bahwa startup yang fokus pada **peningkatan nilai pelanggan** dan **transformasi digital** memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap perubahan pasar. Dukungan kebijakan pemerintah, investasi, dan infrastruktur digital turut memperkuat pertumbuhan serta inovasi dalam ekosistem startup nasional.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa **strategi optimalisasi model bisnis yang efektif harus didukung oleh sinergi antara inovasi, kolaborasi, serta efisiensi operasional**. Pendekatan tersebut tidak hanya meningkatkan kinerja bisnis di tingkat domestik, tetapi juga memperluas peluang ekspansi dan daya saing startup Indonesia di pasar global secara berkelanjutan.

5. Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa **optimalisasi model bisnis** memegang peranan penting dalam meningkatkan daya saing startup di Indonesia di tengah tantangan globalisasi. Penerapan model bisnis yang inovatif, adaptif terhadap perubahan pasar, serta berbasis teknologi digital terbukti menjadi faktor utama dalam menciptakan nilai tambah dan memperkuat posisi kompetitif di pasar internasional.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa sektor *e-commerce* dan *fintech* menjadi dua bidang dengan tingkat pertumbuhan tertinggi, didorong oleh pesatnya transformasi digital dan pergeseran perilaku konsumen menuju layanan berbasis daring. Keberhasilan startup di kedua sektor tersebut banyak ditentukan oleh kemampuan mereka dalam mengembangkan strategi bisnis yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan serta memanfaatkan teknologi sebagai alat utama dalam operasional dan ekspansi pasar.

Selain itu, **inovasi berkelanjutan dan kolaborasi strategis** terbukti memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan bisnis. Startup yang mampu menjalin kemitraan dengan pihak eksternal—baik investor, lembaga akademik, maupun korporasi besar—memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh dan memperluas jaringan bisnis secara global. Meski demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa hambatan yang masih dihadapi startup lokal, seperti keterbatasan pendanaan, kurangnya tenaga kerja dengan keahlian digital, serta regulasi yang belum sepenuhnya mendukung ekosistem startup nasional.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa **keberhasilan startup Indonesia di tingkat global sangat ditentukan oleh kemampuan mereka dalam mengoptimalkan model bisnis, mendorong inovasi, dan memperkuat kolaborasi lintas sektor** sebagai strategi utama untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, beberapa rekomendasi dapat diajukan sebagai berikut:

1. **Untuk Pelaku Startup**
Diharapkan agar startup terus berinovasi dalam pengembangan produk dan layanan, serta melakukan penyesuaian model bisnis secara berkelanjutan agar tetap relevan dengan dinamika pasar global. Selain itu, penting untuk memperkuat kolaborasi strategis dengan berbagai pihak guna meningkatkan efisiensi, memperluas akses pasar, dan memperkuat ekosistem digital yang berdaya saing.
2. **Untuk Pemerintah dan Pembuat Kebijakan**
Pemerintah diharapkan dapat menciptakan kebijakan yang lebih mendukung pertumbuhan ekosistem startup, antara lain melalui kemudahan akses perizinan, peningkatan fasilitas pendanaan, serta penyediaan program pelatihan yang berfokus pada pengembangan kemampuan digital dan kewirausahaan.
3. **Untuk Peneliti Selanjutnya**
Penelitian berikutnya disarankan untuk mengombinasikan metode **kuantitatif dan kualitatif (mixed methods)** agar hasilnya lebih komprehensif dan dapat memberikan gambaran yang lebih terukur mengenai efektivitas model bisnis startup di berbagai sektor industri digital di Indonesia.

Dengan adanya hasil penelitian ini, diharapkan berbagai pihak yang terlibat dalam ekosistem startup—baik pemerintah, pelaku usaha, maupun akademisi—dapat menjadikannya sebagai acuan dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis yang lebih adaptif, berkelanjutan, dan siap bersaing di pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Andriani, D., & Suryana, Y. (2021). Analisis Model Bisnis Startup Digital di Indonesia Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital Indonesia*, 2(1), 45–57.
<https://doi.org/10.36441/jebdi.v2i1.145>.

- Fahmi, I. (2020). *Manajemen Strategis: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghazali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Metode, dan Aplikasi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasanah, U. (2022). Inovasi dan Daya Saing Startup Indonesia di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 22(3), 156–168. <https://doi.org/10.33510/jmi.v22i3.1956>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Nugroho, A., & Hidayat, R. (2020). Strategi Pengembangan Model Bisnis Startup Lokal di Tengah Kompetisi Global. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(2), 98–110. <https://doi.org/10.21009/jeb.23.2.07>.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Puspitasari, N., & Rahayu, S. (2021). Peran Inovasi Digital terhadap Keberlanjutan Bisnis Startup di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri*, 7(2), 120–133. <https://doi.org/10.31980/jtmi.v7i2.2021>.
- Rifai, M., & Hartono, D. (2023). Transformasi Digital dan Tantangan Startup dalam Menghadapi Pasar Global. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Internasional*, 5(1), 30–44. <https://doi.org/10.36774/jebi.v5i1.212>
- Situmorang, J. R. (2019). Model Bisnis dan Strategi Digital dalam Ekosistem Startup Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(4), 250–263. <https://doi.org/10.31933/jab.v10i4.1689>
- Suryanto, T., & Anggraeni, D. (2020). Optimalisasi Strategi Bisnis Startup melalui Inovasi dan Teknologi. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 1(1), 12–25.
- Teece, D. J. (2018). Business Models and Dynamic Capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007>