



Menyusun Perencanaan Bisnis *Startup* dari Ide hingga Aksi di Era Digital

Laisya Anjelina Lumbantoruan¹, Amira Zakia Siregar², Putri Yanjani Waruwu³

^{1,2,3}*Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan*

Email : laisyaanjelina@gmail.com¹, zakiaamira707@gmail.com²,

putriyanjaniiwaruwu@gmail.com³

Article Info

Article history:

Received October 10, 2025

Revised October 18, 2025

Accepted October 25, 2025

Keywords:

Digital Startup, Business

Planning, Digital Strategy,

Entrepreneurship, Technology

ABSTRACT

The rapid advancement of digital technology has created vast opportunities for the emergence of innovative and fast-growing digital startups. However, the high failure rate among startups indicates that a great idea alone is not sufficient for success. This study aims to examine the importance of comprehensive business planning in the development of digital startups, as well as to identify key planning steps and the challenges encountered during implementation. The research method used is literature review, analyzing a variety of sources including books, scientific journals, and relevant articles. The findings reveal that business planning that covers marketing, finance, operations, digital strategy, and platform-based business models is crucial in providing direction and sustainability for startups. Furthermore, user engagement and data-driven approaches play a key role in building adaptive strategies in the digital era. Business planning also plays an essential role in attracting investors, improving resource efficiency, and minimizing the risk of failure. Therefore, digital startups must not only innovate in their products but also in designing flexible, realistic, and technology-based business plans.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received October 10, 2025

Revised October 18, 2025

Accepted October 25, 2025

Keywords:

Startup Digital, Perencanaan

Bisnis, Strategi Digital,

Kewirausahaan, Teknologi

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan peluang besar bagi munculnya berbagai startup digital yang inovatif dan cepat berkembang. Namun demikian, tingginya angka kegagalan startup menunjukkan bahwa ide yang baik saja tidak cukup untuk menjamin keberhasilan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pentingnya penyusunan perencanaan bisnis secara komprehensif dalam pengembangan startup digital, serta mengidentifikasi langkah-langkah perencanaan dan tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dengan menelaah berbagai sumber pustaka seperti buku, jurnal ilmiah, dan artikel yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan bisnis yang mencakup aspek pemasaran, keuangan, operasional, strategi digital, serta model bisnis berbasis platform sangat penting untuk menjamin arah dan keberlanjutan startup. Selain itu, keterlibatan pengguna dan pendekatan berbasis data menjadi elemen penting dalam menyusun strategi yang adaptif di era digital. Perencanaan bisnis juga berperan penting dalam menarik investor, meningkatkan efisiensi sumber daya, dan meminimalkan risiko kegagalan. Oleh karena itu, startup digital dituntut untuk tidak hanya berinovasi dalam produk, tetapi juga dalam menyusun rencana bisnis yang fleksibel, realistis, dan berbasis teknologi.



This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Laisya Anjelina Lumbantoruan

Universitas Negeri Medan

E-mail: laisyaanjelina@gmail.com

PENDAHULUAN

Revolusi digital telah mengubah secara fundamental cara individu dan organisasi berinteraksi, berproduksi, dan berinovasi. Di era digital ini, munculnya startup menjadi fenomena yang semakin dominan, khususnya di Indonesia yang memiliki potensi besar dalam ekonomi digital. Startup digital yang umumnya merujuk pada usaha rintisan berbasis teknologi menjadi ujung tombak inovasi karena mampu menciptakan solusi baru atas berbagai kebutuhan masyarakat melalui pendekatan yang gesit dan adaptif.

Namun, di balik peluang besar tersebut, banyak startup yang tidak berhasil melewati fase awal karena lemahnya perencanaan bisnis. Perencanaan bisnis merupakan tahap krusial yang menentukan arah, fokus, dan keberlanjutan suatu usaha. Dalam konteks startup digital, perencanaan tidak hanya mencakup aspek konvensional seperti pemasaran, operasional, dan keuangan, tetapi juga harus mempertimbangkan model bisnis digital, strategi akuisisi pengguna, serta fleksibilitas dalam menghadapi dinamika teknologi. Data menunjukkan bahwa sebagian besar startup gagal bukan karena kurangnya ide, melainkan karena lemahnya eksekusi dan validasi pasar yang tidak tepat.

Perencanaan perusahaan sangat penting dan ini menunjukkan kesungguhan wirausaha dalam menjalankan kajian dan penelitian tentang prospek kegiatan perusahaan. Ini adalah metode paling baik dibandingkan dengan menjalankan perusahaan tanpa secara perencanaan secara tertulis. Tanpa perencanaan, suatu perusahaan akan kehilangan sasaran. Perencanaan membantu pengelola menjawab beberapa persoalan seperti berapakah tingkat pertumbuhan perusahaan, apakah fokus yang perlu ditumpukan, apakah pasar yang patut dihindarkan, apakah target keuntungan perusahaan, apakah kedudukan pesaing dan apakah peluang untuk mendapat keuntungan.

Satu persoalan penting yang perlu dilakukan dalam perencanaan perusahaan adalah berusaha menentukan arah dari operasi perusahaan dengan meramalkan tentang hal-hal yang akan berlaku pada masa yang akan datang dan merencanakan strategi yang sesuai. Perencanaan perusahaan juga memandu pengelola dan pekerja menuju sasaran yang ingin dicapai. Sekiranya setiap orang turut serta dalam merumuskan perencanaan itu, langkah tersebut akan menjadikan perencanaan perusahaan sebagai alat yang efektif untuk mengukur capaian yang sebenarnya.

Perencanaan perusahaan memberi pengelola sesuatu yang boleh dirujuk dan dinilai berdasarkan prestasi yang dicapai oleh perusahaan dan kelompok manajemen. Perencanaan perusahaan mencoba menarik perhatian investor dan pemilik dana untuk menyumbangkan modal kepada perusahaan. Oleh sebab itu, pihak wirausaha mesti membuat suatu rencana perusahaan yang baik dan teratur serta menunjukkan prospek usaha pada masa yang akan datang untuk menarik minat investor atau penyumbang modal.

Perencanaan perusahaan mempunyai beberapa tujuan, terutama dalam membimbing para pengusaha, yaitu sebagai garis petunjuk untuk mengelola perusahaan, mengurangi kesalahan, menggunakan sumber-sumber organisasi dan meningkatkan produktivitas,



memudahkan pengawasan, meyakinkan pihak-pihak berkepentingan, serta menilai prestasi dan kemajuan perusahaan.

Dalam kaitannya dengan fungsi manajemen, perencanaan (*planning*) merupakan fungsi manajerial yang berguna untuk menetapkan tujuan perusahaan dan kemudian menetapkan berbagai bentuk rencana untuk pencapaian tujuan-tujuan tersebut. Perusahaan yang hanya didukung perencanaan tentu saja tidak memperoleh hasil yang diinginkan. Tetapi tanpa rencana dan tujuan-tujuan manajerial, tentu saja hanya menemui kebingungan karena tanpa arah. Kebanyakan perusahaan menemui kegagalan karena tidak adanya perencanaan atau terjadi kegagalan dalam perencanaan.

Setelah menilai pasar dan keunggulan kompetitif, pengusaha dapat memutuskan untuk memulai bisnis tertentu. Mereka perlu menyusun rencana bisnis dengan menguraikan secara rinci tentang produk atau jasa yang ditawarkan, sumber daya yang dibutuhkan, strategi pemasaran, dan kebutuhan pendanaan. Rencana bisnis membantu pengusaha merinci cara menjalankan bisnis serta menjadi checklist atas fungsi-fungsi utama bisnis. Selain itu, rencana ini juga digunakan untuk meyakinkan investor atau kreditor agar bersedia mendanai bisnis. Jika tidak meyakinkan, pengusaha harus mengandalkan modal sendiri yang mungkin terbatas.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian dan Esensi Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis adalah proses sistematis untuk merumuskan tujuan bisnis dan strategi pencapaiannya. Menurut penelitian dalam jurnal Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi, perencanaan bisnis mencakup identifikasi peluang dan tantangan pasar, pengembangan strategi pemasaran dan penjualan, serta pengelolaan sumber daya secara efektif. Esensi dari perencanaan bisnis terletak pada kemampuannya untuk memberikan arah yang jelas dan terukur bagi startup, serta membantu dalam mengidentifikasi peluang pasar dan mengelola sumber daya secara efektif.

2. Karakteristik Startup Digital

Startup digital memiliki sejumlah karakteristik yang membedakan dari bisnis konvensional. Berikut adalah beberapa karakteristik umum dari start-up digital:

a. Teknologi-Centric

Startup digital sangat bergantung pada teknologi digital sebagai landasan utama operasional dan bagian penting dari model bisnis perusahaan dan sangat intensif memanfaatkan teknologi terkini seperti kecerdasan buatan, analisis data, dan cloud.

b. Inovasi dan Kreativitas

Startup digital berfokus pada inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk atau layanan. Perusahaan selalu mencari cara inovatif dan kreatif untuk memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhan konsumen.

c. Skalabilitas

Model bisnis startup digital sering dirancang untuk dapat diperluas dengan cepat. Perusahaan berusaha menciptakan produk atau layanan yang dapat diadaptasi dengan mudah pada skala usaha yang semakin besar seiring dengan pertumbuhan pelanggan yang pesat.



- d. **Kecepatan dan Fleksibilitas**
Startup digital dituntut untuk dapat beradaptasi cepat dengan perubahan pasar sangat dinamis. Untuk itu perusahaan memiliki struktur organisasi yang sangat fleksibel yang memungkinkan pengambilan keputusan secara lebih cepat.
- e. **Orientasi Pelanggan (*Customer-Centric*)**
Perusahaan sangat fokus pada pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Startup digital sangat intensif menggunakan umpan balik pelanggan untuk mengembangkan produk atau layanan secara berkelanjutan.
- f. **Model Bisnis Berbasis Platform**
Startup digital menggunakan model bisnis berbasis platform, yang memfasilitasi interaksi antara penjual dan pembeli atau antar pengguna secara efisien. Contohnya adalah platform e-commerce, media sosial, atau layanan berbagi ekonomi.
- g. **Keterlibatan Pengguna (*User Engagement*)**
Perusahaan memprioritaskan keterlibatan pengguna dan antarmuka pengguna yang sangat ramah dan mudah. Hal ini karena sangat disadari bahwa pengalaman pengguna yang baik merupakan menjadi kunci kesuksesan startup digital.
- h. **Keterbatasan Sumber Daya Mendorong Inovasi dan Kreativitas**
Startup digital biasanya dimulai dengan sumber daya terbatas, baik itu modal, karyawan, atau infrastruktur. Hal ini justru mendorong startup digital untuk selalu mencari cara inovatif dan kreatif untuk mencapai tujuan perusahaan.
- i. **Pendekatan Eksperimental**
Startup digital banyak menerapkan pendekatan eksperimental karena seringkali memang tidak ada preseden yang dapat digunakan sebagai acuan dalam menjalankan dan mengelola perusahaan startup digital. Perusahaan harus sering mencoba dan belajar dari kesalahan serta menggunakan data, umpan balik, dan pengalaman yang ada untuk menciptakan proses dan produk atau layanan yang semakin baik di tengah kompetisi yang sangat ketat.
- j. **Budaya Kerja yang Kolaboratif**
Budaya kerja di startup digital menuntut kolaborasi yang sangat tinggi dan sangat mendorong inovasi dan kreativitas untuk selalu tumbuh dan berkembang. Manajemen dan karyawan dituntut untuk bekerja dalam tim secara bersama-sama untuk mencapai tujuan perusahaan.
- k. **Pendanaan dari Investor Awal (*Angel Investor*)**
Sebagian besar start-up digital mendapatkan pendanaan awal dari investor awal (*angel investor*) dari berbagai bentuk, misalnya, investor ventura, investor pribadi, atau melalui program akselerator dan inkubator. Perusahaan akan melalui berbagai tahapan pendanaan untuk mendukung pertumbuhan perusahaan hingga suatu saat mampu tumbuh mandiri melalui skema pembiayaan publik dengan menjadi perusahaan publik.

3. Pentingnya Perencanaan Bisnis dalam Startup

Secara keseluruhan, perencanaan bisnis adalah fondasi keberhasilan sebuah startup di tengah persaingan pasar yang ketat. Dengan rencana yang baik, startup dapat mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, dan membangun kepercayaan investor. Dunia startup yang terus berkembang menuntut perencanaan yang tidak hanya solid tetapi juga fleksibel untuk menghadapi perubahan. Oleh karena itu, startup harus mengintegrasikan teknologi modern dan pendekatan adaptif ke dalam rencana bisnis mereka, memastikan keberlanjutan dan kesuksesan



jangka panjang. Dengan demikian, startup dapat menjadi pelopor inovasi dan pertumbuhan ekonomi di era digital.

4. Langkah-Langkah Menyusun Perencanaan Bisnis Startup Digital

a) Analisis Pasar: Mengenali Masalah Pelanggan dan Validasi Ide

Langkah pertama ini sangat krusial untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang akan dikembangkan benar-benar dibutuhkan oleh pasar. Analisis pasar meliputi:

- Mengidentifikasi siapa target pelanggan (segmen pasar).
- Memahami kebutuhan, masalah, dan preferensi pelanggan.
- Melakukan survei, wawancara, atau riset pasar untuk mengumpulkan data valid.
- Menguji ide bisnis dengan prototipe sederhana atau survei online untuk mengetahui respon pasar (validasi ide).

Tujuan utamanya adalah memastikan bahwa startup tidak membangun sesuatu yang tidak diinginkan atau tidak dibutuhkan oleh konsumen.

b) Pengembangan Produk: Membangun MVP (*Minimum Viable Product*)

MVP adalah versi awal produk yang memiliki fitur paling dasar namun cukup untuk memenuhi kebutuhan utama pelanggan dan menguji respons pasar.

- MVP memungkinkan startup meluncurkan produk dengan cepat.
- Fitur produk dikurangi seminimal mungkin agar pengembangan lebih efisien.
- Feedback dari pengguna MVP digunakan untuk perbaikan dan pengembangan produk selanjutnya.

Pendekatan ini menghindari pemborosan sumber daya untuk fitur yang belum tentu dibutuhkan.

c) Model Bisnis: Menentukan Model Revenue

Setelah produk MVP siap, penting untuk menentukan bagaimana startup menghasilkan uang. Beberapa model bisnis yang umum di startup digital adalah:

- Subscription: Pelanggan membayar biaya berlangganan secara berkala (misal bulanan).
- Freemium: Produk dasar gratis, tapi fitur premium berbayar.
- Iklan: Pendapatan berasal dari iklan yang ditampilkan dalam aplikasi/platform.
- Penjualan langsung: Menjual produk atau layanan secara langsung ke konsumen.

Pemilihan model revenue harus sesuai dengan karakteristik produk dan perilaku konsumen agar dapat berkelanjutan.

d) Strategi Pemasaran Digital

Strategi pemasaran yang efektif di era digital meliputi:

- SEO (*Search Engine Optimization*): Mengoptimalkan website atau aplikasi agar mudah ditemukan di mesin pencari seperti Google.
- Iklan Digital: Memasang iklan berbayar (Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads) untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan tersegmentasi.
- Media Sosial: Menggunakan platform seperti Instagram, TikTok, LinkedIn untuk membangun komunitas, brand awareness, dan engagement.

Strategi ini harus disesuaikan dengan target pasar dan anggaran agar pemasaran berjalan optimal.

e) Struktur Organisasi & Legalitas

Startup harus menyusun tim yang solid dan memenuhi aspek legalitas, antara lain:



- Membentuk tim inti dengan fungsi teknis (developer, engineer), pemasaran, dan operasional.
- Mengatur pembagian tugas dan tanggung jawab agar efisien.
- Memastikan legalitas usaha (pendaftaran usaha, perizinan, hak kekayaan intelektual) agar bisnis berjalan sah dan terlindungi hukum.

Organisasi yang jelas akan mempercepat pengambilan keputusan dan menjaga kelangsungan usaha.

f) **Proyeksi Keuangan: Estimasi Biaya, Keuntungan, dan ROI**

Bagian ini merinci perencanaan keuangan startup, termasuk:

- Estimasi biaya operasional (gaji karyawan, pengembangan produk, pemasaran).
- Perkiraan pendapatan berdasarkan model bisnis dan target pasar.
- Analisis Break-Even Point untuk mengetahui kapan startup mulai untung.
- ROI (*Return on Investment*) untuk mengukur efektivitas penggunaan modal.

Proyeksi keuangan membantu startup mengelola dana dengan bijak dan meyakinkan investor akan potensi bisnis.

5. Tantangan dalam Perencanaan Bisnis Startup

Startup menghadapi tantangan unik, seperti ketidakpastian pasar dan kebutuhan untuk berkembang cepat. Oleh karena itu, perencanaan bisnis di dunia startup harus dirancang untuk bersifat adaptif. Misalnya, dengan mengadopsi pendekatan lean startup, pengusaha dapat mengembangkan ide secara bertahap melalui eksperimen dan pengujian pasar sebelum melakukan investasi besar. Selain itu, fleksibilitas ini memungkinkan startup untuk merespons perubahan trend teknologi dan preferensi pelanggan dengan lebih cepat, seperti integrasi big data atau *artificial intelligence* dalam operasional mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*library research*), yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan cara menelaah berbagai sumber pustaka seperti buku, jurnal ilmiah, artikel daring, dan dokumen relevan lainnya yang berkaitan dengan topik penyusunan perencanaan bisnis startup di era digital. Studi literatur merupakan metode penelitian yang memanfaatkan sumber pustaka sebagai objek utama untuk memperoleh landasan teori, argumen ilmiah, serta temuan-temuan dari penelitian sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian yang dilakukan melalui studi literatur ini menunjukkan bahwa perencanaan bisnis memiliki peran yang sangat krusial dalam menentukan kesuksesan sebuah startup digital. Di era modern yang ditandai dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat dan persaingan pasar yang ketat, sebuah ide yang inovatif saja tidak cukup untuk menjamin keberhasilan. Banyak startup digital yang pada akhirnya gagal bukan karena kurangnya kreativitas, tetapi karena mereka tidak memiliki perencanaan bisnis yang matang dan terstruktur. Tanpa perencanaan yang jelas, startup akan kesulitan menghadapi dinamika pasar, perubahan tren teknologi, serta tuntutan konsumen yang terus berkembang.

Perencanaan bisnis tidak hanya berfungsi sebagai dokumen formal untuk memulai usaha, tetapi lebih dari itu, ia menjadi panduan strategis yang komprehensif. Rencana ini mencakup berbagai aspek penting, seperti analisis pasar untuk memahami kebutuhan dan



perilaku konsumen, model bisnis yang menjelaskan bagaimana perusahaan menciptakan dan mendapatkan nilai, strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau target pasar, serta rencana keuangan yang realistis dan terukur. Selain itu, strategi operasional yang disusun dengan baik membantu startup menjalankan kegiatan bisnis sehari-hari secara efisien dan responsif terhadap perubahan.

Dalam konteks startup digital, perencanaan bisnis juga perlu mengintegrasikan pemanfaatan teknologi terkini. Ini mencakup penggunaan platform digital untuk menjangkau pelanggan, pemanfaatan cloud computing untuk efisiensi operasional, serta analisis big data untuk mengambil keputusan yang berbasis data. Selain itu, pendekatan yang berfokus pada kebutuhan dan pengalaman pengguna (*user experience*) menjadi kunci agar produk atau layanan yang ditawarkan benar-benar relevan dan diminati pasar.

Startup digital memiliki karakteristik yang unik dibandingkan bisnis konvensional. Mereka cenderung berorientasi pada teknologi, mengedepankan inovasi, fleksibel dalam model kerja, serta sangat memperhatikan keterlibatan dan umpan balik dari pengguna. Keunggulan lain dari startup digital adalah skalabilitas tinggi, yaitu kemampuan untuk tumbuh dan berkembang dengan cepat tanpa peningkatan biaya yang sebanding. Namun, keunggulan ini juga menjadi tantangan tersendiri. Tanpa fondasi perencanaan bisnis yang kuat, startup akan kesulitan menjaga kestabilan dan konsistensi dalam jangka panjang.

Dengan perencanaan bisnis yang baik, startup dapat beradaptasi lebih cepat terhadap perubahan teknologi maupun preferensi pasar. Rencana yang terstruktur juga menjadi daya tarik bagi investor, baik itu angel investor maupun venture capital, karena menunjukkan bahwa startup memiliki arah dan strategi yang jelas. Dalam menyusun rencana bisnis, beberapa langkah penting yang harus dilakukan antara lain menentukan visi dan misi perusahaan, mengidentifikasi pasar sasaran secara spesifik, melakukan analisis terhadap pesaing, merancang strategi promosi digital yang tepat sasaran, serta menyusun proyeksi keuangan yang akurat dan realistis.

Pembahasan dalam jurnal ini menekankan bahwa meskipun startup identik dengan kecepatan, fleksibilitas, dan pendekatan eksperimental, perencanaan bisnis tetap menjadi fondasi utama yang tidak boleh diabaikan. Tanpa perencanaan, proses pengembangan usaha bisa menjadi tidak terarah dan tidak berkelanjutan. Banyak kasus kegagalan startup yang disebabkan oleh lemahnya eksekusi karena tidak adanya panduan yang jelas. Oleh karena itu, startup harus tetap berinovasi dengan didukung oleh rencana yang fleksibel namun sistematis. Dengan demikian, mereka dapat menghadapi tantangan di pasar digital yang kompetitif dan memiliki kesiapan yang lebih baik dalam mengelola risiko serta memanfaatkan peluang yang muncul.

DAFTAR PUSTAKA

- Sagala, P. M., Tarigan, K. M. B., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Analisis pentingnya perencanaan dan pengembangan bisnis dalam meningkatkan kinerja perusahaan. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 150–159.
- Siregar, P. (2024). *Pengembangan Startup Digital*. Medan: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Situmorang, J., Damayanti, M. R., Mupeningtias, R. B., Amanda, A., Hidayat, R., & Ikaningtiyas, M. (2023). Perencanaan dan pengembangan bisnis di era digital. *WANARGI: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 1(3), 28–33.



- Soeharto. (2019). Pengantar Bisnis. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yufancua, V., Puspitowati, H., & Lestari, M. S. (2023). Analisis Pemahaman Perencanaan Bisnis dalam Implementasi Strategi Startup Digital. *Jurnal Ilmiah MUSYTARI*, 6(1), 22–33.
- Valenchi, V. M., dkk. (2023). Faktor-faktor Penghambat dalam Penyusunan dan Implementasi Rencana Bisnis Startup Digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 101–110.