



EUREKA  
MEDIA AKSARA



# MILLENIAL & BISNIS

Strategi Meningkatkan Produktivitas  
Generasi Millenial dengan Berbisnis



NAILIL MUNA, S.M., M.M.

# Biografi Penulis



## **NAILIL MUNA, S.E., M.M.**

Nailil Muna, S.E., M.M. Lahir di Jepara pada tanggal 12 Juni 1997, yang mana saat ini pun beralamat di kota asalnya. Nailil Muna adalah Dosen Prodi Bisnis dan Manajemen Ritel di Politeknik Kudus. Nailil Muna menempuh pendidikan mulai dari TK sampai Magister di beberapa kota yang berbeda, yakni :

- TK Al Fatah Robayan Kalinyamatan Jepara (Lulus 2003)
- SDN 1 Manyargading Kalinyamatan Jepara (Lulus 2009)
- SMP N 1 Pecangaan Jepara (Lulus 2012)
- MAN 2 Kudus (Lulus 2015)
- S1 Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang (Lulus 2019)
- S2 Magister Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang (Lulus 2020)

Nailil Muna mengikuti program fast track dari S1 ke S2 Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung. Beberapa rencana penelitiannya telah dipresentasikan di forum Internasional sejak masa kuliah di Universitas Islam Sultan Agung dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia. Sebelum menjadi Dosen di Politeknik Kudus, Nailil Muna adalah research assistant di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.



**EUREKA  
MEDIA AKSARA**

Penerbit:  
CV. EUREKA MEDIA AKSARA  
Jl. Banjaran RT.20 RW.10  
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-5581-03-3



9 786235 581033

**MILLENIAL & BISNIS**  
**Strategi Meningkatkan Produktivitas Generasi**  
**Millenial dengan Berbisnis**

**Nailil Muna, SM.,MM**



**EUREKA**  
**MEDIA AKSARA**

**PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA**

**MILLENNIAL & BISNIS**  
**Strategi Meningkatkan Produktivitas Generasi Millenial**  
**dengan Berbisnis**

**Penulis** : Nailil Muna, SM.,MM.

**Editor** : Kustiyono, S.Kom, S.E., M.Kom., Ak., C.NHRP,  
C.PHRM, C.SM®, C.TLP

**Desain Sampul** : Eri Setiawan

**Tata Letak** : Fachri Ulil Albab

**ISBN** : 978-623-5581-03-3

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, SEPTEMBER 2021**  
**ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH**  
**NO. 225/JTE/2021**

**Redaksi** : Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10  
Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga  
Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2021

**All right reserved**

Hak Cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh  
isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun,  
termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman  
lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
BAB II BISNIS .....	3
A. Pengertian dan Istilah dalam Kegiatan Bisnis.....	4
B. Latar Belakang Kegiatan Bisnis .....	5
C. Manfaat Berbisnis .....	6
D. Tujuan Bisnis .....	7
E. Unsur-Unsur Pelaksanaan Bisnis .....	7
BAB III GENERASI MILLENNIAL.....	9
A. Pentingnya Memahami Generasi Millennial .....	10
B. Nilai dan Karakteristik Generasi Millennial.....	10
BAB IV GENERASI MILLENNIAL SEBAGAI ASET SUMBER DAYA MANUSIA .....	13
BAB V MAKNA BERBISNIS BAGI MILLENNIAL .....	16
BAB VI TREND MILLENNIAL BERBISNIS .....	18
A. Pengusaha Milenial: Startup Sukses di Indonesia .....	19
B. Alasan Bangkitnya Kewirausahaan di Kalangan Milenial di Indonesia .....	20
BAB VII PRODUKTIF DENGAN BERBISNIS BAGI MILLENNIAL	23
A. Lalu Mengapa Milenial Harus Jadi Pengusaha? .....	26
BAB VIII TANTANGAN BERBISNIS BAGI MILLENNIAL.....	31
A. Masalah Keuangan .....	32
B. Menghadapi Stereotip Usia.....	33
C. Penolakan Sosial .....	33
D. Menghadapi Kritik.....	34
E. Mengatasi Stres dan Keraguan Diri .....	34
F. Mempekerjakan Karyawan untuk Pertama Kalinya .....	35
G. Menemukan pelanggan.....	36
BAB IX STRATEGI MENJADI PEBISNIS BAGI MILLENNIAL.....	37
A. Strategi Meningkatkan Kewirausahaan Milenial.....	37
B. Sukses Menjadi Millennial Entrepreneur.....	41

BAB X IDE BISNIS UNTUK MILLENNIAL .....	45
A. Ide Usaha Kecil untuk Pengusaha Milenial .....	46
BAB XI PERAN TEKNOLOGI DALAM BISNIS .....	57
A. Alat Pemasaran Modern .....	58
B. Teknologi Pemasaran: Masa Lalu Dan Masa Depan.....	60
BAB XIIMEMANFAATKAN SOSIAL MEDIA DALAM BERBISNIS	
62	
A. Manfaat dan Tantangan Yang Terkait dengan Penggunaan Media Sosial.....	63
B. Tantangan untuk Media Sosial.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
TENTANG PENULIS .....	73

# 1

## PENDAHULUAN

Masalah keterbatasan kesempatan kerja tengah dihadapi di Indonesia, termasuk bagi para lulusan perguruan tinggi dengan semakin meningkatnya jumlah pengangguran intelektual belakangan ini. Kondisi ini semakin diperburuk saat situasi persaingan global dengan pemberlakuan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang akan menghadapkan lulusan perguruan tinggi Indonesia bersaing secara bebas dengan lulusan dari perguruan tinggi asing yang semakin sulit diproteksi. Schumpeter (1934) salah satu ekonom penggagas teori pertumbuhan ekonomi menyatakan *entrepreneur* atau pengusaha mempunyai andil besar dalam pembangunan ekonomi melalui penciptaan inovasi, lapangan kerja, dan kesejahteraan. Dunia usaha yang dibangun *entrepreneur* akan mendorong perkembangan sektor – sektor produktif. Semakin banyak suatu negara memiliki *entrepreneur*, maka pertumbuhan ekonomi negara tersebut akan semakin tinggi. Oleh karena itu, para lulusan perguruan tinggi/ sarjana lulusan perguruan tinggi perlu diarahkan dan didukung untuk tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*) namun dapat dan siap menjadi *entrepreneur*. Maka dari itu pentingnya melatih jiwa *entrepreneur* sejak remaja.

Dalam Kewirausahaan dijelaskan bahwa salah satu upaya dalam mengurangi tingkat pengangguran terdidik di Indonesia adalah dengan menciptakan lulusan-lulusan yang tidak hanya memiliki orientasi sebagai *job seeker* namun *job maker* atau yang biasa disebut wirausaha. Penciptaan lulusan perguruan tinggi yang menjadi seorang wirausahawan tidak serta merta mudah untuk dilaksanakan.

# 2

## BISNIS

Menurut Peterson & Plowman, bisnis merupakan serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan penjualan atau pembelian barang maupun jasa yang dilakukan secara konsisten dan berulang (*a series of activities related to the sale or purchase of goods and services that are consistently repeated*). Pendapat lain dari Prof. L.R Dicksee mengemukakan bahwa bisnis adalah suatu bentuk aktivitas yang utamanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan bagi yang mengusahakan atau yang berkepentingan dalam terjadinya aktivitas tersebut. Bukhori Alma mengartikan bahwa bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.

Bisnis merupakan salah satu kegiatan di bidang ekonomi. Bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu dan sekelompok orang (organisasi yang menciptakan nilai (*create value*) melalui penciptaan barang dan jasa (*create of good and service*) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris "*business*", dari kata dasar *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas. ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.



# 3

## GENERASI MILLENNIAL

Generasi adalah kelompok yang dapat diidentifikasi berdasarkan tahun lahir, usia, lokasi dan peristiwa penting yang membentuk kepribadian mereka (Guha, 2010). Sebuah generasi dapat dikembangkan oleh peristiwa kehidupan yang signifikan seperti perang, teknologi baru, atau transisi ekonomi besar. Peristiwa tersebut membentuk kepribadian, nilai, dan harapan generasi tersebut. Selama 60 tahun terakhir, ada tiga generasi yang mendominasi tempat kerja, yakni *Baby Boomer*, Generasi X, dan Milenial (Kaifi, Nafei, Khanfar, & Kaifi, 2012).

Generasi *Baby Boomer* adalah siapa saja yang lahir antara tahun 1943 dan 1960. Mereka disebut *Baby boomers* karena ketika para pria kembali dari pertempuran dalam Perang Dunia II, diikuti peningkatan besar dalam tingkat kelahiran, sehingga menciptakan ledakan bayi. *Baby boomers* dibesarkan dalam masa ekonomi yang makmur. Generasi ini tidak tumbuh bergantung pada teknologi seperti yang dimiliki generasi muda saat ini (Kaifi et al., 2012).

Generasi X atau yang juga disebut Gen X, atau Xers lahir antara tahun 1961 dan 1979. Generasi X menandai periode penurunan kelahiran setelah *baby boom* dan secara signifikan lebih kecil dari generasi sebelumnya dan generasi berikutnya (Kaifi et al., 2012). Generasi X adalah generasi pertama yang pulang dari sekolah tanpa orang tua menyapa mereka karena orang tua mereka sedang keluar bekerja. Generasi ini tumbuh di sekitar perceraian, ekonomi yang buruk, dan kejahatan yang tinggi (Cahill & Sedrak, 2012).

Generasi yang paling baru memasuki dunia kerja adalah Milenial, yaitu individu yang lahir antara tahun 1980 dan 2000-an. Disebut Milenial karena kedekatan mereka dengan milenium baru dan dibesarkan di era yang lebih digital. Generasi ini dipengaruhi oleh komputer dan penerimaan yang lebih besar dari keluarga dan nilai-nilai non-tradisional (Andert, 2011).

# 4

## **GENERASI MILLENIAL SEBAGAI ASET SUMBER DAYA MANUSIA**

Sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor penting dalam menjalankan bisnis yang menguntungkan dan berkelanjutan di masa depan. Sumber daya manusia di industri diperlukan karena dengan SDM yang baik, bisnis akan terus berkelanjutan. Karena bisnis dijalankan dengan SDM yang cukup terlatih dan didukung oleh teknologi, tentu saja akan lebih berkelanjutan. SDM memiliki efektivitas dan utilitas sebagai sumber daya yang memberikan nilai tambah untuk meningkatkan produktivitas bisnis sehingga individu perusahaan industri atau organisasi dapat berjalan dengan lancar.

Demikian pula SDM mengelola keuangan untuk meningkatkan manajemen personalia di setiap badan usaha dan asosiasi, bukan untuk menghentikan tujuan bisnis. Dari sisi SDM, perlu dilakukan upaya pemberdayaan SDM dengan teknologi. Karena hingga saat ini, keandalan teknologi tidak diragukan lagi di kalangan bisnis dan jasa pemerintah. Jadi, setidaknya bisnis akan bisa menguntungkan; sumber daya manusia harus tepat, didukung oleh teknologi untuk membantu SDM dalam proses rekrutmen, administrasi sehari-hari. Oleh karena itu, teknologi akan memberikan manfaat untuk pelatihan staf, pengelolaan aset aset di perusahaan, atau bahkan melakukan pengelolaan SDM seluruh perusahaan, yang merupakan peran dan tugas yang diberikan kepada SDM di setiap unit perusahaan. (Noe et al.,2017). Karena dengan pengelolaan SDM yang baik dan didukung dengan aplikasi teknologi yang tepat sasaran, perusahaan akan mendapatkan keuntungan dan keunggulan kompetitif yang lebih di era persaingan saat ini dan masa depan. Maka jika timbul pertanyaan mengapa sumber daya manusia dalam suatu bisnis atau organisasi

# 5

## MAKNA BERBISNIS BAGI MILLENNIAL

Makna dari objek yang terdapat di dunia nyata dihasilkan melalui pengalaman individu dengan objek tersebut. Aliran konstruktivisme memahami bahwa konsep dari makna yang dihasilkan oleh individu dikonstruksikan berdasarkan kumpulan pengetahuan (*stock of knowlegde*) individu yang dipengaruhi oleh pengalaman-pengalamannya. Realitas dari sebuah objek nyata merupakan keterkaitan individu terhadap objek tersebut (Bungin, 2011).

Keberadaan wirausaha muda yang mana dari kalangan millennial bukanlah suatu hal yang baru, fenomena yang terus berkembang hingga saat ini keberadaannya semakin banyak. Bagi wirausaha millennial, *public* sebagai pihak ketiga hanya bagian dari kehidupan mereka sehingga tidak mempengaruhi makna terhadap kehidupan yang mereka jalani. Menjalani hidup sebagai wirausaha millennial memiliki pandangan tersendiri bagi para pelakunya. Mereka merasa kondisi yang dialami adalah sebuah ujian hidup yang membuat mereka tidak menjadi manusia yang gampang putus asa dan suka berkeluh kesah. Setiap orang memiliki alasan tersendiri atas sesuatu hal yang telah mereka pilih atau putuskan. Pilihan tersebut pasti memiliki dampak bagi dirinya.

Kondisi yang dialami para millennial yang berwirausaha atau berbisnis termasuk para mahasiswa yang harus menjalankan dua aktifitas yang berbeda menjadi mahasiswa dan menjadi wirausaha muda berstatus mahasiswa merupakan sebuah aktifitas yang membuat mereka menjadi seorang anak yang lebih mandiri. Mereka menjadi anak yang mandiri karena semua biaya hidup dan perkuliahan tidak bergantung pada orang tua.

# 6

## TREND MILLENNIAL BERBISNIS

Generasi Y atau yang dikenal sebagai generasi milenial atau millenium. Ungkapan Generasi Y mulai digunakan dalam editorial sebuah surat kabar besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, pesan instan dan media sosial seperti Facebook dan Twitter, dengan kata lain Generasi Y adalah generasi yang tumbuh di internet yang sedang *booming*. Lyons (2004) mengungkapkan ciri-ciri generasi Y atau generasi millennial adalah: karakteristik setiap individu berbeda-beda, tergantung di mana ia dibesarkan, strata ekonomi, dan keluarga sosial, pola komunikasi yang sangat terbuka dibandingkan generasi sebelumnya, pengguna media sosial yang fanatik dan kehidupan mereka sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, lebih terbuka terhadap pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekitar mereka, lebih memperhatikan kekayaan.

Milenial memiliki kepercayaan diri, tingkat optimisme yang lebih besar, ekspresif, bebas, dan menyukai tantangan. Generasi milenial memiliki pikiran terbuka terhadap hal-hal baru dan selalu ingin tampil beda dari yang lain. Mereka benar-benar menggunakan kreativitas mereka untuk menciptakan sesuatu yang baru. Generasi ini berada dalam suasana kerja yang santai dan mampu melakukan beberapa hal secara bersamaan (*multi-tasking*). Diantaranya peduli terhadap gaya (*style*) dan cepat beradaptasi dengan teknologi. Di era digital ini, manusia umumnya memiliki gaya hidup baru yang tidak lepas dari perangkat elektronik, teknologi merupakan alat yang dapat membantu sebagian besar kebutuhan manusia karena teknologi dianggap mampu membuat segala pekerjaan terasa lebih mudah dan cepat untuk diselesaikan.

# 7

## PRODUKTIF DENGAN BERBISNIS BAGI MILLENIAL

Hidup di era industri 4.0 menjadi tantangan tersendiri terutama bagi generasi muda yang dikenal sebagai generasi milenial. Namun, optimisme yang mengelilingi semua orang di masa sekarang adalah bahwa bakat wirausaha dapat dikembangkan oleh siapa saja. Bakat seseorang kemudian berkembang dan diasah oleh lingkungannya. Mimpi yang diimajinasikan seseorang bergerak dinamis mengikuti proses pembelajaran. Selain bakat, keberhasilan seorang wirausaha juga dipengaruhi oleh kondisi lingkungan yang kondusif dan kesempatan untuk berlatih di tahap selanjutnya.

Industri 4.0 adalah nama tren otomatisasi dan pertukaran data terbaru dalam teknologi pabrik. Istilah ini mencakup sistem siber fisik, internet untuk segalanya, *cloud computing*, dan *cognitive computing*. Industri 4.0 menghasilkan 'pabrik pintar'. Dalam struktur modular cerdas, sistem siber-fisik mengawasi proses fisik, membuat salinan dunia fisik secara virtual, dan membuat keputusan yang tidak terpusat.

Mencerahkan penjelasan tentang Industri 4.0, berikut cuplikannya, 'Industri 4.0: Revolusi industri generasi ke-4 ditandai dengan munculnya superkomputer, robot pintar, kendaraan tanpa pengemudi, pengeditan genetik, dan perkembangan neuro-teknologi yang memungkinkan manusia untuk lebih maju. mengoptimalkan fungsi otak. Hal ini disampaikan oleh Klaus Schwab, pendiri dan ketua eksekutif forum ekonomi dunia dalam bukunya revolusi industri keempat. Sementara itu, Presiden Joko Widodo saat meresmikan roadmap bertajuk 'Making Indonesia 4.0' beberapa waktu lalu, menyampaikan harapannya agar sektor

# 8

## TANTANGAN BERBISNIS BAGI MILLENIAL

Generasi muda merupakan aset penting bagi pembangunan ekonomi suatu negara. Hal ini karena mereka memiliki vitalitas yang kuat yang diperlukan untuk pembangunan ekonomi. Selain itu, di usia muda, mereka juga masih memiliki kekuatan baik mental maupun fisik. Keterlibatan generasi millennial dalam kewirausahaan telah menjadi diskusi utama di antara pembuat kebijakan, pendidik, dan siswa di sebagian besar negara berkembang. Dengan demikian, generasi millennial telah menjadi salah satu aset penting bagi banyak negara dalam mempertahankan negara ekonomi.

Sementara itu, upaya generasi millennial untuk berwirausaha selama krisis ekonomi dipuji oleh pemerintah dan masyarakat. Keterlibatan masyarakat Malaysia dalam sektor kewirausahaan meningkat pesat. Mereka ingin terlibat dalam kewirausahaan karena kegiatan ini akan memungkinkan mereka untuk menciptakan nilai dan memberi mereka kesempatan untuk mewujudkan impian mereka menjadi kenyataan. Ditelaah lebih lanjut oleh Nor Hidayah et al (2014) telah mengklasifikasikan tiga tahapan penting wirausaha muda; yang terdiri dari remaja dengan rentang usia antara 15-19 tahun (disebut pra-wirausahawan), wirausaha pemula yang terdiri dari orang dewasa muda berusia 20-25 tahun, dan wirausaha pemula yang terdiri dari mereka yang berusia 26-30 tahun.

Seiring dengan situasi saat ini yang semakin menantang, para generasi millennial saat ini harus memiliki pekerjaan yang layak untuk menjamin kesuksesan mereka di masa depan. Oleh karena itu, penentuan karir yang tepat di kalangan generasi millennial sangat penting untuk terus hidup dengan cara yang lebih nyaman.

# 9

## STRATEGI MENJADI PEBISNIS BAGI MILLENIAL

Milenial membuat gelombang. Sebagai generasi, mereka mendefinisikan ulang apa itu karier yang sukses, dengan fokus pada pekerjaan yang fleksibel dan memuaskan, dan milenial tidak takut untuk melakukan pengorbanan finansial untuk tetap setia pada nilai-nilai ini. Dengan pemikiran ini, dikombinasikan dengan fakta bahwa banyak pria dan wanita milenial tidak dapat menemukan pekerjaan yang diinginkan saat memasuki dunia kerja, tidak mengherankan bahwa kewirausahaan menarik bagi banyak milenial.

Tetapi apakah anggota angkatan kerja ini memiliki apa yang diperlukan untuk memimpin perusahaan dan memimpin tim karyawan? Mungkin tidak, menurut kaum milenial sendiri. Satu survei menemukan bahwa hanya 27 persen pria milenial dan 21 persen wanita milenial percaya bahwa keterampilan kepemimpinan mereka “kuat.” Tak heran jika pengembangan kepemimpinan menjadi topik hangat di kalangan milenial, terutama pengusaha muda.

### **A. Strategi Meningkatkan Kewirausahaan Milenial**

*Start-up* tidak bisa eksis dalam ruang hampa. Ekosistem yang kuat sangat penting untuk memeliharanya. Beberapa strategi yang dapat ditempuh untuk meningkatkan kewirausahaan di kalangan milenial adalah:

#### 1. Kesadaran Kewirausahaan

Meningkatnya globalisasi dan pertumbuhan ekonomi perlu didorong oleh tenaga kerja yang aktif, termotivasi dan terampil. Kesadaran tentang manfaat mengadopsi kewirausahaan harus ditegaskan kembali. Oleh karena itu, pentingnya menumbuhkan lingkungan kesadaran

# 10

## IDE BISNIS UNTUK MILLENNIAL

*Entrepreneur* muda seperti Reza Nurhilman, Sunny Kamengmau dan Nicholas Kurniawan, mereka adalah pemuda yang sangat menginspirasi banyak orang khususnya yang berminat menjadi pengusaha. Mereka ada yang berasal dari pendidikan yang tinggi, bahkan ada yang tidak tamat SMA. Tetapi berwirausaha mengubah dunia mereka. Kini mereka berhasil menyandang sebagai pengusaha muda sukses. Berawal dari nol dengan berjualan kecil, kemudian memulai membuka usaha baru, mengalami jatuh bangun, bangkit lagi dan terus mengelola serta mengembangkan usahanya dengan didasari prinsip-prinsip berwirausaha, maka hasilnya pun cukup menjanjikan. Berkat kerja keras keringat mereka yang sangat melelahkan akhirnya terbayar dengan sangat bangga. Mereka sukses memasarkan produk usahanya hingga terkenal keluar negeri seperti produk tas dan makanan. Ada juga yang menjalin hubungan bisnis dengan pengusaha luar negeri. Anak muda yang mencoba menjalani usaha baru meski dengan modal kecil, pantas menjadi contoh temannya untuk berwirausaha juga. Anak muda cenderung memiliki banyak ide-ide kreatif dan wawasan luas untuk memulai usaha. Bisa merintis sendiri ataupun bekerja sama dengan temannya. Berikut beberapa jenis bidang usaha yang banyak dipilih para wirausaha baru adalah:

- Usaha Kuliner  
Seperti: makanan ringan, minuman dingin yang berasa, kue-kue, dan sebagainya.
- Usaha Aksesoris  
Seperti: jam tangan, anting, gelang, dan sebagainya.
- Usaha Pendidikan  
Seperti: pendidikan untuk anak sekolah dan umum melalui berbagai media seperti video, koran, dan seminar.



# 11

## PERAN TEKNOLOGI DALAM BISNIS

Teknologi dan Komunikasi membantu bisnis tumbuh dan berkembang, menciptakan hubungan, memperkuat efektivitas organisasi, dan memungkinkan orang untuk belajar tentang satu sama lain. Teknologi, seperti Internet, ponsel, media sosial, dan sistem manajemen hubungan pelanggan sangat mempengaruhi cara perusahaan berkomunikasi dengan calon pelanggan. Bentuk komunikasi baru ini mengubah lanskap media dan jenis strategi pengiriman pesan yang digunakan organisasi.

Banyak konsumen dan profesional bisnis mencari informasi dan terhubung dengan orang dan bisnis lain dari komputer dan telepon mereka. Dengan akses ke banyak sumber informasi dan minat pada media interaktif, konsumen dapat mengumpulkan lebih banyak informasi produk sendiri. Lingkungan kerja juga berubah, dengan lebih banyak orang memiliki kantor virtual, mengirim pesan teks di ponsel mereka, atau berkomunikasi melalui situs media sosial seperti *Facebook*, *LinkedIn*, *Pinterest*, dan *Twitter*.

Seiring perubahan lanskap media, uang yang dikeluarkan organisasi untuk berbagai jenis komunikasi dan teknologi juga akan berubah. Setelah perusahaan mengembangkan produk dan layanan, mereka harus mengomunikasikan nilai dan manfaat dari penawaran kepada pelanggan saat ini dan calon pelanggan. Populasi muda saat ini adalah bagian dari generasi milenial, dan konsumen dari generasi inilah yang mendorong perubahan menuju teknologi komunikasi baru. Konsumen muda mungkin memilih untuk mendapatkan promosi melalui pemasaran seluler.

Demikian juga, iklan di Facebook sangat populer karena bisnis terus menggunakan lebih banyak media sosial. Media tradisional seperti majalah, surat kabar, televisi bersaing dengan

# 12

## MEMANFAATKAN SOSIAL MEDIA DALAM BERBISNIS

Media sosial telah mengubah pola pikir generasi millennial dan perlu dipantau untuk memberikan arahan yang benar kepada generasi millennial tentang kegunaannya. Media sosial adalah kumpulan informasi yang dapat diambil dengan mudah dan dapat digunakan baik sebagai sumber peningkatan pengetahuan maupun penyalahgunaannya (Shabir et al., 2014). Sikap konsumen telah berubah terhadap cara mencari informasi. Konsumen lebih memilih menggunakan media sosial untuk mengumpulkan informasi daripada menggunakan teknik pengumpulan informasi yang lama karena kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh media sosial. Media sosial tidak hanya sebagai sumber informasi tetapi juga digunakan untuk mengevaluasi, mendapatkan klarifikasi, memberikan saran dan kritik tentang produk atau informasi apa pun yang ditransmisikan melalui media social. Media sosial mampu memenuhi kebutuhan rasional dan emosional konsumen karena relevansi dan penggunaannya telah meningkatkan aspek konsumen. Perusahaan sedang mencari cara untuk meningkatkan jangkauan mereka kepada pelanggan dan mengubah persepsi pelanggan. Cakupan yang lebih luas melalui media sosial telah menarik perhatian perusahaan di mana mereka berencana untuk mengambil keuntungan kompetitif dan membangun citra merek. Para peneliti percaya bahwa perusahaan dapat menggunakan media sosial secara strategis dan memanfaatkan posisi yang menguntungkan dibandingkan pesaing mereka (Putter, 2017).

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdeldayem, M.M., & Aldulaimi, S.H. (2020). *Trends and opportunities of artificial intelligence in human resource management: Aspirations for public sector in Bahrain*. International Journal of Scientific and Technology Research, 9(1), 3867-3871.
- Andert, D. (2011). *Alternating leadership as a proactive organizational intervention: addressing the needs of the baby boomers, generation xers and millennials*. Journal Of Leadership, Accountability & Ethics, 8(4), 67-83.
- Asyifaa, S. N., Hermawan, A., & Dharmawan, R. R. (2020, December). *BUILDING THE SPIRIT OF MILLENNIAL GENERATION IN ENTREPRENEURSHIP BASED ON LOCAL CULTURE IN THE DIGITAL ERA*. In *Conference Proceeding One Asia 2* (Vol. 1, No. 1, pp. 39-43).
- Block, R. (2011). *Social Persuasion: Making Sense of Social Media for Small Business*. Block Media. Fairfax, VA.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Cahill, T. F., & Sedrak, M. (2012). *Leading a Multigenerational Workforce: Strategies for Attracting and Retaining Millennials*. Frontiers Of Health Services Management, 29(1), 3-15.
- Canedo, J.C., Graen, G., Grace, M., & Johnson, R.D. (2017). *Navigating the new workplace: Technology, millennials, and accelerating HR innovation*. AIS Transactions on Human-Computer Interaction, 9(3), 243-260.
- Deal, J., Altman, D., & Rogelberg, S. (2010). *Millennials at work: what we know and what we need to do (if anything)*. Journal of Business & Psychology, 25(2), 191-199
- Deyoe, R. H., & Fox, T. L. (2011). *Identifying strategies to minimize workplace conflict due to generational differences*. Journal Of Behavioral Studies In Business, 41-17.

- Duggal, R., & Gupta, V. (2020). *Impact of social media in the growth of business: A case study on women entrepreneurs*. *Benefits*, 7(7), 2020.
- Gibson, W. J., Greenwood, R. A., & Murphy, E. F. (2010). *Analyzing Generational Values among Managers and Non-Managers for Sustainable Organizational Effectiveness*. *SAM Advanced Management Journal*, Winter, 33-43.
- Guha, A. (2010). *Motivators and hygiene factors of Generation X and Generation Y-the test of two-factor theory*. Vilakshan: The XIMB Journal Of Management, 7(2), 121-132
- H. Nor Hidayah, J. Norchahaya, and M. Marinah, *Factors influencing the involvement of Malaysian youth in entrepreneurship*, *TeSSHJ* 2014- Technology, Science Social Sciences, Humanities, 4, 2014, 645-655.
- <https://comparing.ly/blog/small-business-ideas-for-the-millennial-entrepreneur/> 2021
- <https://sgu.ac.id/why-millennial-should-be-an-entrepreneur/>
- <https://www.cekindo.com/blog/millennial-entrepreneurs>
- <https://www.skillsyouneed.com/rhubarb/young-entrepreneur-challenges.html>
- Imron, H. M. A. (2021). *Pengantar Bisnis Modern*. Desanta Publisher.
- Islam, M.A., Jantan, A.H., Yusoff, Y.M., Chong, C.W., & Hossain, M.S. (2020). *Green Human Resource Management (GHRM) practices and millennial employees' turnover intentions in tourism industry in malaysia: Moderating role of work environment*. *Global Business Review*, 0972150920907000.
- Jain, E., & Yadav, A. (2017). *Marketing and technology: role of technology in modern marketing*. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(5), 49-53.
- Kaifi, B. A., Nafei, W. A., Khanfar, N. M., & Kaifi, M. M. (2012). *A multi-generational workforce: managing and understanding millennials*. *International Journal of Business & Management*, 7(24), 88-93
- Kowske, B., Rasch, R., & Wiley, J. (2010). *Millennials' (lack of) attitude problem: an empirical examination of generational effects on work attitudes*. *Journal of Business & Psychology*, 25(2), 265-279.

- Laumer, S., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2010). Electronic human resources management in an e-business environment. *Journal of Electronic Commerce Research*, 11(4), 240
- Leibovitz, L. (2012), "Social media and holiday shopping: an analysis of consumer attitudes" available at: <http://tumblr.offerpop.com/post/35564895137/social-media-and-holiday-shopping-an-analysis-of>
- Levenson, A. (2010). *Millennials and the world of work: an economist's perspective*. *Journal of Business & Psychology*, 25(2), 257-264.
- Mathur, S., Shukla, A., & Kukreja, J. (2018). 'Millennipreneurs': The Emerging Paradigm to Sustainable Economic Development in India.
- Myers, K., & Sadaghiani, K. (2010). *Millennials in the workplace: a communication perspective on millennials' organizational relationships and performance*. *Journal of Business & Psychology*, 25(2), 225-238
- Noe, R.A., Hollenbeck, J.R., Gerhart, B., & Wright, P.M. (2017). *Human resource management: Gaining a competitive advantage*. McGraw-Hill Education New York, NY.
- Pütter, M. (2017). *The impact of social media on consumer buying intention*. *Marketing*, 3(1), 7-13
- Shabir, G., Hameed, Y. M. Y., Safdar, G., & Gilani, S. M. F. S. (2014). *The impact of social media on youth: A case study of bahawalpur city*. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 3(4), 132-151
- Tyas, E. H., & Naibaho, L. (2019, November). *The urgency of entrepreneurship learning in the industrial age of 4.0*. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1387, No. 1, p. 012032). IOP Publishing.
- Zhao, Y. (2018). *Managing Chinese millennial employees and their impact on human resource management transformation: An empirical study*. *Asia Pacific Business Review*, 24(4), 472-489.

## TENTANG PENULIS



**Nailil Muna, SM.,MM.** Lahir di Jepara pada tanggal 12 Juni 1997, yang mana saat ini pun beralamat di kota asalnya. Nailil Muna adalah Dosen Prodi Bisnis dan Manajemen Ritel di Politeknik Kudus. Nailil Muna menempuh pendidikan mulai dari TK sampai Magister di beberapa kota yang berbeda, yakni:

- TK Al Fatah Robayan Kalinyamatan Jepara (Lulus 2003)
- SDN 1 Manyargading Kalinyamatan Jepara (Lulus 2009)
- SMP N 1 Pecangaan Jepara (Lulus 2012)
- MAN 2 Kudus (Lulus 2015)
- S1 Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang (Lulus 2019)
- S2 Magister Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang (Lulus 2020)

Nailil Muna mengikuti program *fast track* dari S1 ke S2 Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung. Beberapa rencana penelitiannya telah dipresentasikan di forum Internasional sejak masa kuliah di Universitas Islam Sultan Agung dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia. Sebelum menjadi Dosen di Politeknik Kudus, Nailil Muna adalah *research assistant* di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.