

**LAPORAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT
PELATIHAN TENTANG
“EKONOMI BERBAGI DAN FORMULASI STRATEGINYA”**

Oleh:

Cut Sjahrifa, S.E., M.Si & Dr. Harris Turino



**SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN IPMI
JAKARTA
2016**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, bahwa proses yang berlangsung untuk pengabdian masyarakat ini dapat terselesaikan dengan baik. Tulisan ini merupakan laporan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat yaitu berupa “Ekonomi Berbagi dan Formulasi Strateginya” di IPMI International Business School dan bekerja sama dengan Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) Cabang Jakarta Selatan.

Pada kesempatan ini tidak lupa kami mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada Bapak Jimmy M. Rifai Gani, MPA selaku Ketua Sekolah Tinggi IPMI, Bapak Prof. Roy Sembel, Ir., MBA, Ph.D, selaku dekan IPMI, Ibu Amelia Naim, ST., MBA, selaku Kepala LPM IPMI, Ibu Yulita selaku Head of Program dan rekan rekan karyawan Sekolah Tinggi Manajemen IPMI.

Ketua Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) Cabang Jakarta Selatan atas bantuannya sehingga terlaksananya kegiatan pengabdian ini.

Kami menyadari sepenuhnya bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, dan masih terdapat kekurangan di sana – sini, oleh sebab itu dengan senang hati kami bersedia menerima saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan pada kegiatan ini. Akhir kata semoga hasil karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Jakarta, 18 Oktober 2016

Koordinator Pelaksana,



Cut Sjahrifa, SE., MSi
NIDN 304016503

RINGKASAN

“EKONOMI BERBAGI DAN FORMULASI STRATEGINYA”

Diadakan di Sekolah Tinggi Manajemen IPMI

Oleh:

Cut Sjahrifa, SE.,M.Si & Dr. Harris Turino

Tim Pengabdian Pada Masyarakat yang melaksanakan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

No.	Nama	NIDN	Jabatan dalam Pengabdian
1.	Cut Sjahrifa, SE.,MSi	0304016503	Penanggung jawab
2.	Dr. Harris Turino	0315076809	Narasumber
3.	Tuty Effendy		Ketua Pelaksana
4.	Leni Herlina		Sekretaris
5.	Andri Hamdani		Bendahara
6.	Andresy Ikhsan		Anggota
7.	Tammy T. Geneberty		Anggota

PERMASALAHAN

Perkembangan inovasi bisnis model ekonomi berbagi sedang memanas di seluruh dunia, yang mana saat ini bisnis model tersebut juga semakin merasuk ke dalam sistem perekonomian lokal.

Praktek kerja ekonomi berbagi sudah dipakai oleh berbagai usaha dalam waktu empat (4) tahun terakhir ini. Salah satu pencetus cara kerja ini adalah perusahaan Uber yang menyediakan layanan antar jemput, seolah-olah berfungsi sebagai taksi pribadi.

Dalam konteks bisnis ekonomi berbagi ini adalah peluang dan sekaligus tantangan bagi setiap pebisnis. Oleh karena itu Sekolah Tinggi Manajemen IPMI sangat mendukung pelatihan yang diberikan kepada Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) Cabang Jakarta Selatan untuk memahami mengenai prinsip ekonomi berbagi ini dan bagaimana formula strateginya agar berhasil dalam menjalankan prinsip ekonomi berbagi ini.

TUJUAN

Pada pelatihan ini, sasaran yang dituju adalah pelatihan untuk para wanita pengusaha yang bergabung di Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) Cabang Jakarta Selatan. Membekali para wanita pengusaha ini untuk mendapatkan ilmu dalam hal prinsip ekonomi berbagi dan bagaimana formula strateginya agar berhasil dalam menjalankan prinsip ekonomi berbagi ini.

MANFAAT

Agar para wanita pengusaha ini bertambah wawasannya sehingga mereka dapat:

1. Memahami konsep Ekonomi Berbagi.
2. Memahami strategi formula agar berhasil dalam menjalankan prinsip Ekonomi Berbagi.
3. Memahami keunikan bisnis atau usahanya.
4. Memahami keunggulan bisnis atau usahanya.
5. Menyusun strategi bisnis atau usahanya sehingga mampu bersaing di tengah perekonomian saat ini.

MATERI PENYULUHAN

Terlampir

PESERTA

Peserta pelatihan adalah para wanita pengusaha cabang Jakarta Selatan, dengan skala usaha kecil dan menengah yang dilaksanakan di IPMI International Business School, pada hari Selasa tanggal 18 Oktober 2016.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari uraian ringkasan tersebut dapat disimpulkan antara lain bahwa para peserta merasa mendapatkan manfaat dari kegiatan ini, dimana Sekolah Tinggi Manajemen IPMI telah membekali mereka dari sisi keilmuan manajemen strategi.

Oleh karena itu, disarankan agar perlu dilakukan lebih banyak lagi kegiatan-kegiatan seperti ini untuk membekali para pengusaha ilmu manajemen strategi agar mampu bersaing di dunia usaha dan mempertahankan kelangsungan usahanya.

PELATIHAN TENTANG “EKONOMI BERBAGI DAN FORMULASI STRATEGINYA”

Manusia pada hakekatnya adalah makhluk berbagi. Sejarah perjalanan manusia menunjukkan bahwa konsep berbagi sudah dikenal sejak jaman homo sapiens purba. Mereka berburu bersama dan membagi hasil buruannya. Demikian pula ketika peradaban manusia sudah sampai pada tahapan menetap dan bercocok tanam. Mereka berbagi pengetahuan dan lahan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Berbagi adalah hakekat dasar dari sifat manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Adam Smith (1776) dan David Ricardo (1817) sudah menjelaskan konsep ekonomi berbagi melalui perilaku *rent seeking*, di mana manusia pada hakekatnya bisa memperoleh tambahan keuntungan dengan cara menyewakan sumber daya berlebih (*underutilized resources*) yang dia miliki kepada pihak lain yang membutuhkan. Tujuannya adalah meningkatkan efisiensi sumber daya. Lloyd (1833) dan Hardin (1968) dalam *Tragedy of Commons* menjelaskan bahwa sumber daya strategis yang dikuasai oleh pihak tertentu secara berlebihan akan menimbulkan tragedi bagi manusia lain dan lingkungannya. Kesejahteraan akan meningkat bila sumber daya tersebut dibagikan dan digunakan secara bersama.

Dalam keseharian manusia modern, konsep ekonomi berbagi juga sudah dikenal lama. Bentuk yang paling sederhana dari konsep ekonomi berbagi adalah pinjam meminjam uang antar tetangga. Bank pada hakekatnya juga menerapkan konsep ekonomi berbagi, di mana bank mempertemukan antara pemilik sumber daya (para deposan) dan pemakai sumber daya (para peminjam). Lalu mengapa konsep ekonomi berbagi dipandang sebagai sesuatu yang baru ketika menjelaskan fenomena Uber, AirBnB, GoJek dan perusahaan sejenis? Di mana letak perbedaannya?

Fenomenanya sendiri memang sangat menghebohkan dunia bisnis saat ini. Uber yang sama sekali tidak memiliki aset berupa taksi adalah perusahaan taksi terbesar di dunia. Bahkan nilai perusahaan yang baru berdiri kurang dari 8 tahun ini sebesar 68,8 miliar dollar AS, lebih besar dibandingkan nilai perusahaan dari raksasa otomotif Amerika, yaitu Ford, General Motor dan Chrysler. AirBnB saat ini sudah menjadi perusahaan penyedia akomodasi terbesar di dunia, walaupun tidak memiliki aset berupa hotel dan properti. Alibaba yang didirikan oleh Jack Ma pada tahun 1999 saat ini adalah toko ritel terbesar di dunia, walaupun juga tidak memiliki aset berupa toko. Kapitalisasi pasarnya sudah melebihi toko buku *online* terbesar di dunia, Amazon, yang juga tadinya tidak punya aset fisik berupa toko buku.

Di ranah nasional, fenomena serupa juga terjadi. GoJek sudah bukan lagi hanya perusahaan “ojek” terbesar di Indonesia, tetapi sudah merambah ke jasa logistik (GoBox), pengiriman

makanan (GoFood) bahkan sampai ke jasa pijat (GoMassage). Padahal mereka juga tidak memiliki aset berupa kendaraan. Traveloka adalah perusahaan penyedia layanan tiket pesawat dan hotel terbesar di Indonesia, mengalahkan para pemain tradisional *travel agent* seperti Anta Group, Panorama dan Bayu Buana. Bukalapak yang sama sekali tidak punya lapak adalah pasar daring (*online marketplace*) terkemuka di Indonesia yang menyediakan sarana penjualan dari konsumen ke konsumen.

Perubahan yang dramatis ini tentu menggoyang keamanan para pemain tradisional di industri masing-masing. *Disruptive innovation* ini mengubah tatanan bisnis (*business landscape*) dan bahkan menjadikan bisnis semakin sulit dan rumit untuk diramalkan. Gebrakan usaha-usaha rintisan (*start-up companies*) yang menggerogoti para petahana (*incumbents*) seolah tidak menyediakan ruang gerak sama sekali bagi petahana. Sumber keunggulan bersaing (*competitive advantage*) tradisional kelihatan menjadi usang dengan munculnya pemain-pemain baru yang berbasis teknologi.

Tidak ada orang yang bisa meramalkan dengan pasti, apakah fenomena ini akan berkelanjutan dan menjadi sebuah model bisnis masa depan yang menjanjikan. Atau sebaliknya ini hanyalah sebuah gelembung hampa (*bubble*) yang bisa meletus, sama seperti *bubble* yang terjadi pada dunia *dot.com* pada tahun 1990-an dan meletus pada tahun 2001. Yang jelas, kita sebagai pelaku bisnis tidak boleh ketinggalan kereta. Peluang bisnis yang muncul dengan model bisnis ekonomi berbagi layak dijajagi tanpa mengabaikan prinsip kehati-hatian. Pendekatan *real option investment* bisa menjadi solusinya. Pemerintah sendiri harus peka dan bersikap adil serta tidak bisa menolak mentah-mentah kemajuan teknologi. Bahkan pemerintah harus mendukung perkembangan perusahaan ekonomi berbagi domestik untuk mampu bersaing, baik di ranah nasional maupun regional/global.

Di dunia akademis, diperkirakan ini bakalan menjadi sebuah *trending topic* yang menarik untuk dikuak secara lebih mendalam. Para akademisi berusaha menjelaskan fenomena ekonomi berbagi dengan menggunakan teori-teori terkait. Akar filosofisnya adalah Stakeholders Theory of the Firm oleh Freeman (1984). Fenomena ini juga bisa dijelaskan dengan Transaction Cost Economy (Koase, 1937; Williamson, 1977), Strategic Alliance (Inkpen dan Beamish, 1997; Luo, 2003), The Theory of the Growth of the Firm (Penrose, 1959), Resource Based Theory (Barney, 1986), Resource Orchestration (Sirmon et. al., 2007), Path Dependence, Generic Strategy and Competitive Strategy (Porter 1980, 1985), Competing for the Future (Hamel and Prahalat, 1990), Dynamics Capabilities (Teece et. al., 1997, 2007) dan tentu saja Creative Destruction (Schumpeter, 1942).

Metafora ekonomi berbagi juga bisa digunakan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi dalam dunia politik. Kalau dalam bisnis para pelaku memperebutkan sumber keunggulan bersaing (*competitive advantage*), maka dalam politik yang diperebutkan adalah sumber

keunggulan politik (*political advantage*). Secara tradisional satu-satunya sumber keunggulan politik adalah melalui partai politik. Fenomena Teman Ahok bisa menjadi contoh yang menarik sebagai sumber keunggulan politik yang baru.

Dikutip dari kata pengantar Prof. Djisman Simandjuntak, PhD dalam buku Meretas Konsep Ekonomi Berbagi (Turino. 2016), ekonomi berbagi (*sharing economy*) memang sudah besar walaupun masih muda. Banyak pertanyaan yang harus diteliti tentangnya seperti akibatnya terhadap pengaburan batas antara urusan pribadi dan urusan komersial dengan segala akibat peliknya terhadap kehidupan perorangan, keluarga, masyarakat dan kebijakan publik lokal, nasional, regional dan internasional. Mari kita sama – sama cermati sesuai dengan bidang peran masing-masing. Semoga kita mampu menjadikan fenomena ekonomi berbagi untuk kemaslahatan kita. Seperti kata pepatah, “*Knowledge multiplies when share.*”

DAFTAR PUSTAKA

Transaction Cost Economy (Koase, 1937; Williamson, 1977)

Strategic Alliance (Inkpen dan Beamish, 1997; Luo, 2003)

The Theory of the Growth of the Firm (Penrose, 1959)

Resource Based Theory (Barney, 1986)

Resource Orchestration (Sirmon et. al., 2007)

Path Dependence, Generic Strategy and Competitive Strategy (Porter 1980, 1985), Competing for the Future (Hamel and Prahalat, 1990)

Dynamics Capabilities (Teece et. al., 1997, 2007)

Creative Destruction (Schumpeter, 1942)

Meretas Konsep Ekonomi Berbagi (Turino. 2016)

MATERI PRESENTASI

Sharing Economy *and* Strategy Formulation

Ikatan Pengusaha Wanita Indonesia

Dr. Harris Turino

harristk@gmail.com

harristk.blogspot.com

Dr. Ir. Harris Turino, MM, MSi.

- Lahir di Tegal, 48 tahun
 - S1 – FTJE UKSW Salatiga lulus tahun 1992
 - S2 – PMBS MME X lulus tahun 1998 sebagai siswa terbaik dan dengan predikat cum laude
 - S2 – KIK STIK lulus tahun 2001
 - S3 – PPIM FE UI lulus tahun 2010 dengan predikat cum laude dan memperoleh rekor MURI
- 
- Adjunct Faculty PMBS 1998 – 2012 untuk mata ajar Keuangan Internasional
 - *Faculty Member Universitas Prasetiya Mulya dan ELI 2012 – sekarang untuk mata ajar pada ranah Manajemen Strategik*
 - Dosen Program Doktorat dan Magister PPIM FE UI 2010 – sekarang
 - Dosen PPS IKJ 2010 – sekarang
 - Dosen Program EMBA dan MBA IPMI 2010 - sekarang
 - Program S1 STIK 2001 – sekarang dan Doktorat STIK 2015 - sekarang
 - CEO Kleo Beauty Group

Uber's books still top secret, but its biggest weakness isn't

David Spiegel | @dwspiegel
Wednesday, 8 Jun 2016 | 10:17 AM ET



Uber has raised \$12.5 billion at an implied valuation of \$66 billion, all without having to show the world its books. But without intending to, Uber may have revealed a major weakness that may bring it back down to Earth: wider adoption of its business model.

The creation of **Uber** in the wake of the 2008 financial crisis can be compared to an earlier disruptive innovation: the supermarket.

GrabTaxi Raih Suntikan Dana Rp 9,6 Triliun



Iskandar
19 Agu 2015, 20:30 WIB



Total
34



Aplikasi GrabTaxi (grabtaxi.com)

Wuih! Gojek Dapat Kucuran Dana dari Investor Hingga Rp 7 Triliun

By Azizul Ghofar - August 5, 2016



KOMPAS

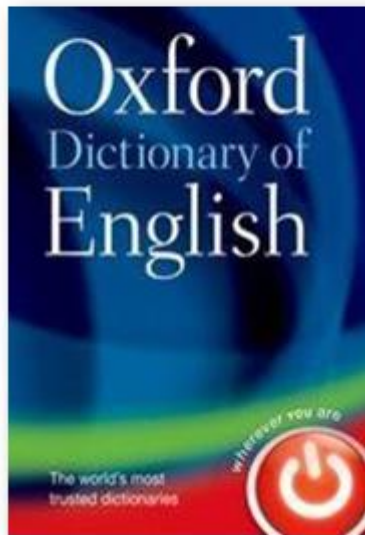
PERUSAHAAN TRANSPORTASI

		NILAI	ASET
	GOJEK	RP 17 T	-
	GARUDA INDONESIA	RP 12 T	RP 47,2 T
	BLUE BIRD	RP 10 T	RP 7,48 T
	TAXI EXPRESS	RP 403 M	RP 2,75 T

SUMBER: BEI

Sharing Economy

What is SHARE?



- SHARE is defined as
 - giving something to another (others)
 - possessing in common with others

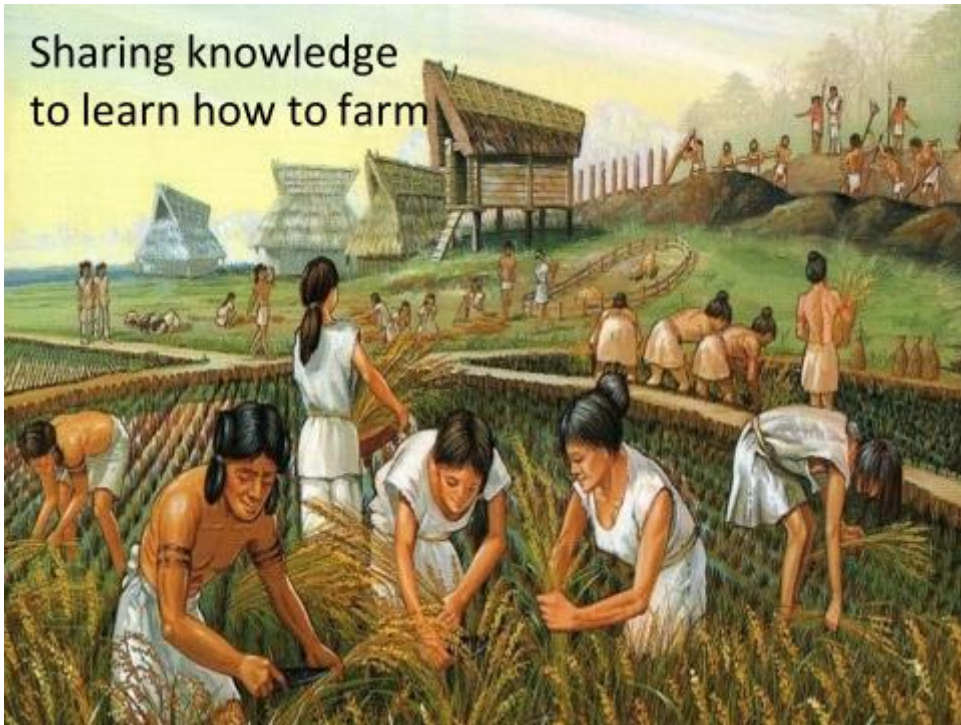
Nature of Human Sharing

- In nature, humans are sharing creatures in which it can satisfy human needs
- Through sharing, human:
 - learn how to solve the social problems (create culture)
 - express their existence in a society (e.g. bragging, complaint, reaching out something, self actualization)
 - express their conscience (e.g. generosity, altruism, justice, fairness)
 - **maximize economic benefit**





Sharing the living room





SHARING



Sharing For Economic Motive (Philosophical Thinking)

- Rent-seeking behavior (Smith, 1776; Ricardo, 1817)
 - People realized they have underutilized resources that will generate benefit (rent) if they meet others who needed it. People try to increase the efficiency (productivity) of their resources
- Tragedy of Commons (Lloyd, 1833; Hardin, 1968)
 - Resources are limited. If all parties try to own shared-resources independently (e.g. rivers, land, fish stock) and reap the greatest benefit for themselves interest, it will directly harm others who can no longer enjoy that benefit. This situation occurs when individuals neglect the well-being of society in the pursuit of personal gain that eventually harm all people in a society



Sharing in Daily Economic Context (with or without mediator)



Penyalur Tenaga Kerja :
Sopir, Pembantu, Baby Sitter, Tk. Kebun, Security

Ibu Sri Astuti

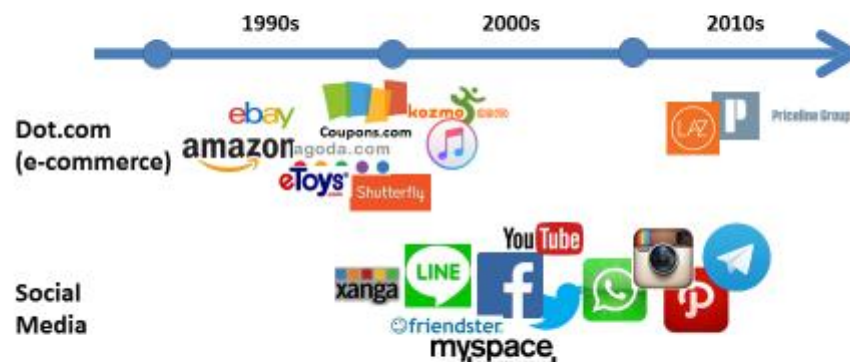
Penyalur Tenaga Kerja :
Sopir, Pembantu, Baby Sitter, Tk. Kebun, Security



What is Sharing Economy, Really?

- Definition
 - **Macro perspective**: an economic system in which people try to exploit their underutilized resources to serve other people to capture economic benefit **through online platform (as mediator)**
 - **Micro perspective**: a business model in which a firm does not try to own or buy all resources needed, but access them by renting or borrowing from other parties **through online platform (as mediator)**
- Also known as: peer-to-peer economy, on-demand economy, collaborative economy

Sharing Economy as a New Phenomenon in Internal Era



Facebook Phenomena

- Founded on February 4, 2004 in Cambridge, MA
- 1.75 billion monthly active users (USA & Canada, Brazil, India and Indonesia – 82 million) – CAGR 15%
- 450 million pictures being shared per day (WA 700 mio, Instagrams 70 mio, Snapchat 750 mio)
- Server capacity 300 Petabyte (1 PB = 1 mio GB)
- 4.5 billion Likes per day
- Boasted 22% worldwide mobile internet ads revenue
- Market value \$ 340 billion

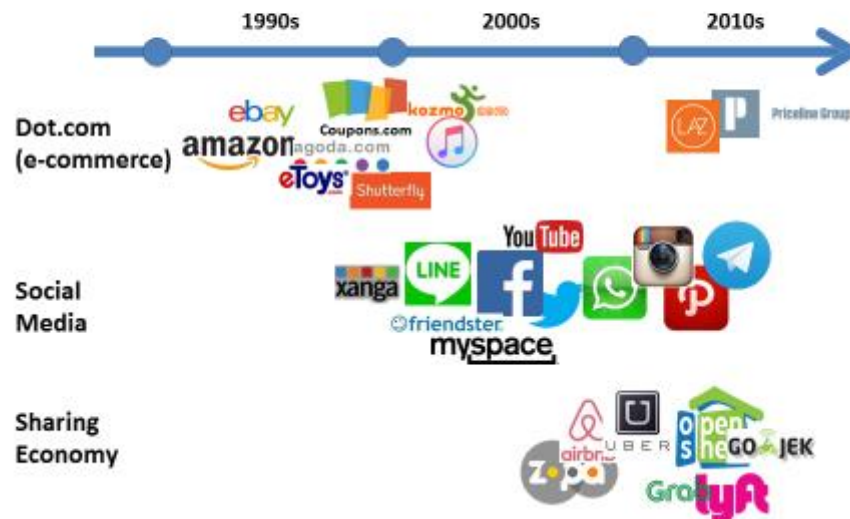
Facebook Impact

- Radically change the way people communicate
- The biggest citizen journalist in the world
- People power in Egypt
- Intelligence effort decreased by more than 50% due to social media
- Influencing people perception
- Social unrest and monastery burns in Tanjung Balai

Facebook Challenge

- Less growth among the Younger generation
- Weak in Messenger
- Confidentiality issue with Facebook
- Crime using Facebook as the media
- Relation with Government

Sharing Economy as a New Phenomenon in Internal Era

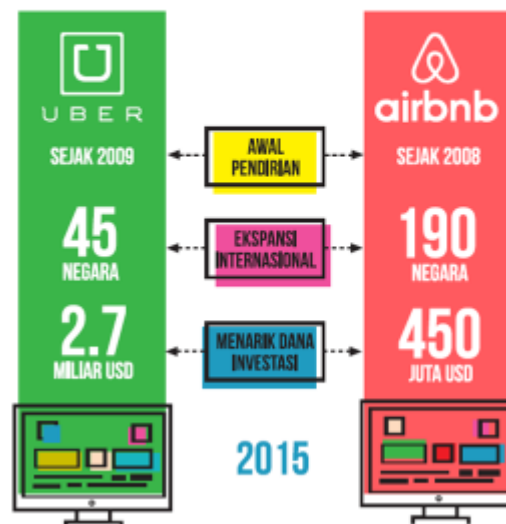


Similar Characteristics

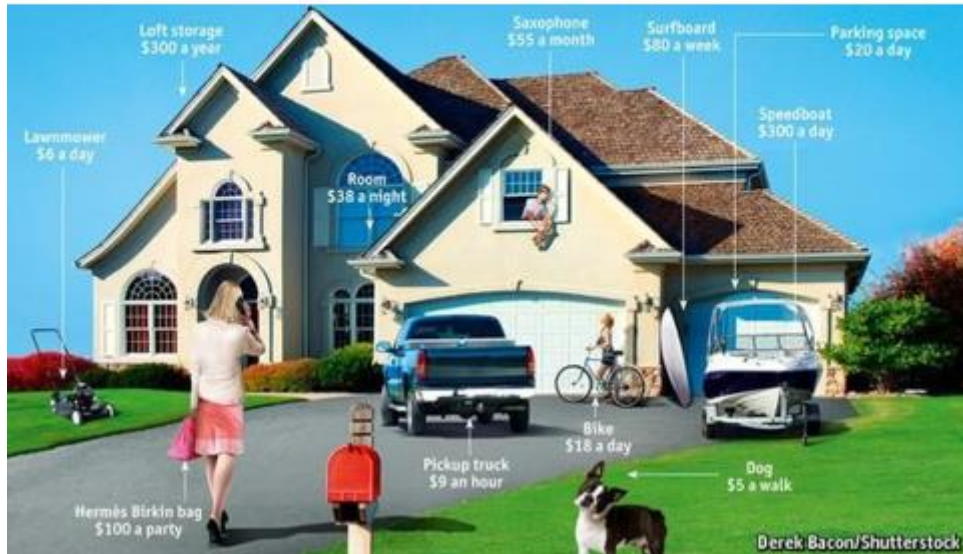
- Built on online platform (application)
- Cheaper price
- Faster information delivery and can be accessed everywhere
- Connecting people
- Sharing something among people
- Disrupting the competition
- Blurring between dot.com, social media, and sharing economy

Airbnb and Uber

Airbnb (lodging) and Uber (transportation) are leading sharing economy firms that successfully attract big investor fund



You Can Rent Almost Everything (Make Money From Your Unused Stuff)



Sharing Economy may change people
habbits, from buying to borrowing

I do not need a drill.
I need a hole in the wall



Growth Strategy for Sharing Economy Company

Why does Sharing Economy Become Trending Topic?



- Creative Destruction (Schumpeter, 1942)
 - Creative way to disrupt the established competition in an industry
 - In modern era, we know it as radical innovation
- Sharing economy has capacity to substitute almost all conventional business

Sharing Economy Product/Service

PROs:

- **Relatively cheaper**
 - ❖ Resources are borrowed (not bought)
 - ❖ Cost efficiency
- **Offer unique experience and comfort**
 - ❖ Information can be accessed anywhere, more detail, and faster
 - ❖ Reduce risk to consume

CONs:

- **Low consistency in delivery**
 - ❖ Provided by many parties
- **Need trust (among resource owners, mediator, resource users) before they make transaction**

Strategy Sharing Economy Firms

- Sharing economy firms as mediator in the context “from society, by society, for society”
- Focus more on capital gain rather than dividend
- Critical factor: how to achieve mass transaction (crowding) as soon as possible (sizeable to attract bigger investor)
 - **Case: Go Jek**
 - Change in customer habits, trust building, consistent product delivery, quality of online platform
- Critical resources: database, online technology, reputation, and relation with government

Keep Innovating



Strategy for Incumbents

What should Incumbents Do

- Make Their Resources More Efficient



Why in-imitable?

- Path dependent
 - Case: Anlene
- Causal Ambiguity
 - Case: Walmart and Ikea
- Socially complex
 - Eg.: Culture and reputation

Walmart 



Beware of Substitutable!!!!!!



Now, we analyze the
resources in
your company

fppt.com

What are the key resources of
your company to build the
source of CA?

From all those resources, which
are the VRIO resources of your
company?

fppt.com

What your company has been doing to isolate their VRIO resources?

How will be your company's VRIO resources compared to the global players?

fppt.com

What should Incumbents Do

- **Strengthening Our Strategic Position**
 - Analyzing source of CA from external perspective
 - Aligning all the activities to create unique and valuable offering
 - Isolating the uniqueness

Michael Porter on
London Business Leaders 2008

fppt.com

Michael Porter

What is Strategy

(Porter, 1980)

- Competitive strategy is the creation of a **unique and valuable position** in the market through selecting a **different set of activities**.

COMPETITIVE STRATEGY



fppt.com

Strategic Position



- Being different compares to existing offerings in the market
- Customers are attracted to try different experience, and remember it in mind
- Uniqueness creates positive image in mind

- Fulfill unmet customers' need, or solve customers' problem
- Customers are willing to pay with appropriate price
- Valuable creates profit for company

Competitive Advantage

fppt.com

Mistakes About Strategy

- ❑ **Worst mistake:** No strategy at all
- ❑ **Common mistake:** Competing for the best i.s.o for uniqueness
- ❑ **Technical mistake:**
 - ❑ Overestimating the strength of the company
 - ❑ Efficiency as a strategy

Now, we analyze the
Strategic Position of
your company

Are those uniqueness coming
from the perception of the
customers?

Are all core activities in your
company coherently enhancing
those source of CA?

fppt.com

What your company has been
doing to isolate your source of
CA?

Is that enough to compete in the
new global business landscape?

fppt.com


Thank You

THANK YOU

NOW *IT'S* **YOUR TIME!**

Jl. Rawajati Timur 1/1, Kalibata,
Jakarta Selatan 12750, Indonesia
☎ +62 21 797 8888

 IPMI International Business School
 IPMI_Campus
 IPMI International Business School
 IPMI Campus

 undergraduate.program@ipmi.ac.id
graduate.program@ipmi.ac.id
www.ipmi.ac.id