

## STRATEGI INOVATIF PENGEMBANGAN BISNIS: IMPLEMENTASI *BUSINESS DEVELOPMENT* DI PT XYZ

Lintang Kusumah Putri<sup>1)</sup> dan Sumiati<sup>2)</sup>

<sup>1),2)</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

e-mail: [20032010148@student.upnjatim.ac.id](mailto:20032010148@student.upnjatim.ac.id)<sup>1)</sup>, [sumiati.ti@upnjatim.ac.id](mailto:sumiati.ti@upnjatim.ac.id)<sup>2)</sup>

### Abstract

*PT XYZ, a business entity active in the Education technology (EdTech) sector, plays an important role in facing challenges and opportunities in the current business environment. Therefore, it is necessary to develop appropriate strategies to overcome obstacles and continue to innovate in providing effective, efficient and sustainable educational solutions. This research uses qualitative research methods to provide an overview of business development strategies at PT XYZ in the business development division. Through this research, it is hoped that a holistic understanding of business development strategies at PT XYZ can be found.*

### Article History

*Submitted 27 desember 2023*

*Accepted 1 Desember 2023*

*Published 2 Januari 2024*

### Key Words

*Business Development, EdTech, Strategy.*

### Abstrak

PT XYZ, sebuah entitas bisnis yang aktif di bidang *Education Technology (EdTech)*, memainkan peran penting dalam menghadapi tantangan dan peluang dalam lingkup bisnis saat ini. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan strategi yang tepat untuk mengatasi hambatan dan terus berinovasi dalam menyediakan solusi pendidikan yang efektif, efisien, dan berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memberikan gambaran strategi pengembangan bisnis di PT XYZ pada divisi *business development*. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan pemahaman yang holistik tentang strategi pengembangan bisnis di PT XYZ.

### Sejarah Artikel

*Submitted 27 desember 2023*

*Accepted 1 Desember 2023*

*Published 2 Januari 2024*

### Kata Kunci

*EdTech, Pengembangan Bisnis, Strategi.*

## Pendahuluan

Dalam era globalisasi yang berkembang pesat, perkembangan bisnis *startup* di Indonesia meningkat secara signifikan. Perkembangan *startup* yang terjadi belakangan ini mempunyai peran tersendiri pada perkembangan di dunia pendidikan. Hal ini ditandai dengan munculnya *startup Education technology (EdTech)* di Indonesia yang sangat banyak. Peningkatan pesat dalam industri pendidikan dan teknologi telah menciptakan tantangan sekaligus peluang yang signifikan bagi perusahaan yang bergerak di bidang *Education technology (EdTech)*. PT XYZ, sebagai entitas yang berdedikasi untuk memberikan solusi inovatif dalam dunia pendidikan, merespons perubahan dinamis ini dengan memperkenalkan strategi inovatif dalam pengembangan bisnis mereka. Peluang bisnis di industri *EdTech (Education technology)* di Indonesia sangat besar, didorong oleh perkembangan teknologi, meningkatnya akses internet, dan kebutuhan akan inovasi dalam sektor pendidikan. Namun di sisi lain, bisnis di bidang *EdTech (Education technology)* menghadapi

sejumlah tantangan yang unik seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan dalam paradigma pendidikan.

Persaingan di industri *EdTech* (*Education technology*) merupakan arena yang dinamis dan penuh inovasi. Strategi pengembangan bisnis menjadi krusial bagi perusahaan yang beroperasi di sektor ini. PT XYZ, sebuah entitas bisnis yang aktif di dunia pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia, memainkan peran penting dalam menghadapi tantangan dan peluang dalam lingkup bisnis saat ini. PT XYZ harus mengatasi tantangan mengenai kebutuhan dan preferensi pasar dalam sektor ini dapat berubah dengan cepat. Perusahaan harus responsif terhadap perubahan ini dan mampu menghadirkan Solusi yang relevan dan inovatif. Selain itu, perusahaan juga bersaing untuk membentuk kemitraan strategis dengan lembaga pendidikan, perusahaan, atau pemerintah. Aliansi ini dapat memperluas jangkauan dan dampak solusi untuk perusahaan ini. Pentingnya strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan daya saing suatu perusahaan menjadi semakin nyata dalam konteks PT XYZ. Perusahaan ini telah menunjukkan komitmennya dalam menghadirkan inovasi di sektor pendidikan dan pelatihan, sehingga menjadikan penelitian ini relevan untuk mengeksplorasi bagaimana PT XYZ mengelola dan merancang strategi bisnisnya di tengah persaingan global yang semakin ketat. Dengan memahami dan merespons tantangan yang ada, PT XYZ dapat mengembangkan strategi diferensiasi yang kuat untuk bertahan dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan strategi yang tepat untuk mengatasi hambatan dan terus berinovasi dalam menyediakan solusi pendidikan yang efektif, efisien, dan berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dan menganalisis strategi pengembangan bisnis di PT XYZ, dengan fokus khusus pada divisi *Business development*. Dalam konteks ini, pertimbangan utama melibatkan peninjauan dan evaluasi terhadap pendekatan, metode, dan kebijakan yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan untuk memperluas cakupannya. Penelitian ini juga melibatkan pemahaman lebih dalam tentang peran *Business development* di PT XYZ. Divisi ini memiliki tugas strategis dalam mengidentifikasi peluang bisnis, membangun kemitraan, dan merumuskan langkah-langkah untuk pertumbuhan perusahaan.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran umum tentang strategi pengembangan bisnis, tetapi juga menggali spesifikasinya dalam konteks PT XYZ. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan wawasan yang mendalam dan solusi yang relevan bagi PT XYZ, sekaligus memberikan kontribusi bagi pemahaman kita tentang strategi pengembangan bisnis dalam konteks perusahaan pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia di tingkat global.

## Kajian Literatur

### A. *Education Technology Startup*

*EdTech* adalah istilah untuk teknologi yang digunakan untuk mengembangkan dan menerapkan perangkat seperti *software* dan *hardware*, yang bertujuan untuk mempromosikan pendidikan. Berbagai *startup* dan perusahaan teknologi yang menjalankan bisnis di sektor ini telah

memperkenalkan berbagai metode yang bisa membuat sistem pendidikan menjadi lebih efektif, efisien, dan bisa dijangkau oleh semua pihak. *Startup* bidang Pendidikan, jenis *startup* yang tengah naik daun di Indonesia, yaitu perusahaan rintisan yang bergerak di bidang pendidikan. Beberapa pemilik jenis *startup* ini menyediakan situs dan *platform* sebagai media belajar yang seru dan menyenangkan. Materi pembelajaran dikemas dalam sebuah video interaktif, sehingga pengguna tidak mudah merasa bosan. Lebih dari itu, beberapa *platform* pendidikan saat ini bahkan menyediakan soal-soal latihan yang dapat dimanfaatkan untuk mengasah kemampuan seorang siswa sebagai penggunaanya (Jabat, D dan Saragih, V., 2021).

Perkembangan *startup* bidang pendidikan sejalan dengan masih banyak persoalan pendidikan di Indonesia masih perlu diselesaikan. Oleh karena itu, banyak bermunculan *startup-startup* yang bergerak di bidang pendidikan. Banyak jenis model bisnis *startup* pendidikan di Indonesia, antara lain menyediakan jasa bimbel *online*. Terdapat beberapa dimensi di dalam *startup EdTech* yang akan membuat sebuah ekosistem di *Startup EdTech* menjadi lebih baik. Diantaranya yaitu : perusahaan, pendanaan, komunitas, dukungan dan *test bed*. Dimensi perusahaan yang dimaksud adalah yang mana terus terjadinya pertumbuhan perusahaan-perusahaan *startup* di bidang Pendidikan (Maula, N., 2020).

Perusahaan *startup* biasanya masih dalam proses pengembangan dan penelitian untuk menemukan pasar yang tepat. Namun, perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat semakin banyak perusahaan *startup* berbasis teknologi bermunculan. Perusahaan *startup* lebih dikenal sebagai perusahaan yang bergerak di bidang teknologi dan *website*. *Startup* identik dengan perusahaan rintisan yang menggunakan teknologi informasi dalam produknya. Jika tidak menggunakan unsur teknologi informasi, bisnis tersebut hanya disebut sebagai Usaha Kecil Menengah (UKM). *Startup* pendidikan adalah jenis usaha yang berfokus pada penyediaan pendidikan, dengan kegiatan utama pada pembelajaran atau edukasi. Era baru *Education Technology (EdTech)* telah membawa perubahan bagi manusia untuk mendapatkan pengetahuan dan keahlian dalam mencapai kesuksesan dalam hidup. *EdTech* adalah teknologi yang digunakan dalam mengembangkan dan mengimplementasikan alat (perangkat lunak dan perangkat keras) untuk memajukan pendidikan. *Startup* pendidikan telah memperkenalkan berbagai metode yang dapat membuat sistem pendidikan menjadi lebih efektif, efisien, dan dapat diakses oleh semua pihak. Sistem pendidikan di seluruh dunia (termasuk Indonesia) telah mengalami perubahan yang cukup signifikan dengan hadirnya *EdTech* yang diwujudkan dalam bentuk model bisnis *startup* pendidikan. *Startup* pendidikan memiliki peluang besar untuk melihat ketimpangan pendidikan (Yulianto dkk, 2023).

## **B. Business development**

*Business development* diperlukan untuk mencapai pertumbuhan melalui perolehan pelanggan baru yang menguntungkan dan perluasan pelanggan yang sudah ada. Walaupun pertumbuhan sebuah perusahaan dicapai melalui akuisisi, pada dasarnya pelanggan baru tetap diperoleh. Pelanggan yang sudah ada juga dimiliki, dan peluang pertumbuhan yang ada pada pelanggan yang sudah ada (atau pelanggan historis) sering diabaikan oleh banyak perusahaan.

*Business development* memberikan pendekatan disiplin dalam menciptakan penawaran, membawanya ke pasar, memperoleh pelanggan, mengembangkan perusahaan untuk meningkatkan kesuksesan, dan bermitra dengan pihak lain untuk tumbuh lebih jauh (Kennedy, A. 2015). *Business development* yang berkelanjutan merupakan pusat perhatian perusahaan, yang dapat dicapai dengan mengadopsi strategi dan aktivitas bisnis yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan serta para pemegang saham, sembari melindungi, mempertahankan, dan memperkuat sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan. Konsep *business development* muncul dari sektor swasta, menitikberatkan pada upaya mengidentifikasi kesempatan bisnis di tengah pasar. Secara umum, tujuan *business development* adalah menciptakan keuntungan melalui penciptaan bisnis dalam rangka memanfaatkan pasar dan kesempatan bisnis, serta untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Selain itu pengembangan bisnis dapat didefinisikan sebagai penanaman modal atau waktu yang berdampak pada pertumbuhan dan perluasan perusahaan. Pengembangan bisnis adalah proses memajukan bisnis pada suatu titik dimana perusahaan dapat menyediakan barang dan jasa pada seluruh pihak eksternal yang membutuhkannya. Dari sisi pemasaran perusahaan, *business development* adalah proses promosi untuk membangun dan mempertahankan hubungan kerja yang terkait dengan tujuan bisnis. *Business development* melingkupi seluruh aktivitas perusahaan yang bertujuan untuk:

1. Menciptakan nilai dan potensi pemasukan bagi perusahaan;
2. Mengembangkan produk dan teknologi yang bisa dikomersialkan; dan
3. Membangun relasi dengan rekanan, konsumen, dan pemangku kepentingan potensial, demi kepentingan perusahaan.

### C. Strategi Pengembangan Bisnis

Strategi dapat didefinisikan sebagai alat untuk mencapai tujuan karena suatu strategi pada dasarnya merupakan suatu skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang besar (Suryadi, S., 2021). Manajemen strategis adalah seni dan ilmu untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan di seluruh definisinya; ini berfokus pada penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai tujuan, dan mengalokasikan sumber daya untuk mengimplementasikan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi. Tahapan-tahapan manajemen strategis adalah perumusan strategi melalui perbaikan metode misi, mengetahui eksternal perusahaan eksternal perusahaan, mengetahui peluang dan ancaman eksternal perusahaan, membuat keputusan tentang kemampuan dan kekurangan internal, membuat keputusan objektif jangka panjang, menghasilkan langkah-langkah solusi, dan memilih strategi spesifik untuk dijalankan. Kedua, implementasi strategi, dimana implementasi strategi berarti memobilisasi karyawan dan manajer untuk mengubah rencana yang telah dirumuskan menjadi tindakan. Sering dianggap sebagai bagian yang menantang dari manajemen manajemen kritis, implementasi strategi membutuhkan disiplin pribadi, prinsip, dan pengorbanan. Implementasi strategi yang sukses tergantung pada kekuatan manajer untuk memotivasi karyawan, yang yang lebih merupakan seni daripada pendidikan. Meskipun strategi

yang telah dirumuskan tidak diimplementasikan, strategi yang telah dirumuskan tidak akan ada gunanya. Ketiga, Evaluasi Strategi bertujuan untuk meninjau faktor eksternal dan internal sebagai fundamental dari sistem saat ini; Mengukur kinerja; Memutuskan tindakan perbaikan. Evaluasi strategi perusahaan bertujuan untuk Strategi perusahaan berusaha untuk menentukan sikap perusahaan secara keseluruhan terhadap pertumbuhan dan bagaimana mengelola bisnis atau lini produknya.

Di sisi lain, strategi cenderung memiliki cakupan yang lebih luas. Strategi bisnis menguraikan bagaimana bisnis akan mencapai tujuannya dan mencakup respons organisasi terhadap tantangan dan kebutuhan baru. Pendekatan yang dirumuskan dengan baik sangat penting untuk keberhasilan bisnis (Suryadi, dkk., 2022). Strategi pengembangan bisnis adalah bagian dari strategi bisnis, dan tidak dapat dipisahkan dari model bisnis. Dalam rangka mengembangkan bisnis secara berkelanjutan, suatu perusahaan harus terus-menerus melakukan penilaian atas strategi bisnis yang dijalkannya. Analisis strategi bisnis merupakan langkah penting dalam merancang model bisnis yang dapat bertahan lama, sehingga berdampak pada hidup perusahaan yang berlangsung lama pula. Strategi pengembangan bisnis harus memiliki kualitas berikut: *consistency*, *consonance*, *advantage*, dan *feasibility*. Kualitas *consistency* mengandung makna bahwa strategi pengembangan bisnis harus memuat tujuan dan kebijakan yang konsisten. *Consonance* artinya bahwa strategi tersebut harus merepresentasikan respon adaptif perusahaan terhadap lingkungan eksternal dan perubahan-perubahan yang terjadi di dalamnya. *Advantage*, artinya bahwa strategi bisnis harus menyediakan tempat bagi penciptaan atau perbaikan keuntungan kompetitif di bidang yang dijalani. *Feasibility*, mengandung makna bahwa strategi bisnis tidak boleh melangkahi sumber daya yang tersedia atau menciptakan permasalahan yang tidak bisa diselesaikan.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memberikan gambaran strategi pengembangan bisnis di PT XYZ pada divisi *business development*. Teknik pengumpulan dan analisis data yaitu dengan studi kasus, *focus group discussion* (FGD), dan penelitian aksi. Studi kasus melibatkan pengumpulan data dari satu atau beberapa kasus secara mendalam. Data dikumpulkan melalui teknik observasi strategi pengembangan bisnis sebelumnya. FGD melibatkan diskusi kelompok kecil dengan partisipan yang memiliki pengalaman atau pandangan yang relevan dengan topik penelitian. FGD ini melibatkan manajer dan *business development intern*. Peneliti mencari konsensus atau perbedaan dalam pandangan para peserta untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang strategi pengembangan bisnis. Selanjutnya, dalam penelitian ini melibatkan kolaborasi antara peneliti dan partisipan untuk merancang dan menerapkan perubahan yang diinginkan. Dalam konteks PT XYZ, partisipan mungkin terlibat dalam perencanaan dan implementasi strategi pengembangan bisnis tertentu, dan data dikumpulkan melalui refleksi, observasi, dan dokumentasi selama proses aksi. Analisis data penelitian aksi fokus pada dampak dari tindakan yang diambil. Peneliti mengevaluasi sejauh mana perubahan yang diimplementasikan berhasil mencapai tujuan strategis dan membawa perubahan positif di tingkat bisnis.

Penggunaan kombinasi metode tersebut memungkinkan penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang holistik tentang strategi pengembangan bisnis di PT XYZ, mencakup perspektif individu, kelompok, dan dampak perubahan yang diimplementasikan.

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan analisis dalam pengembangan bisnis di PT XYZ, terdapat beberapa langkah kurang tepat yang kerap dilakukan oleh tim *business development* dalam perusahaan ini. Salah satu kekeliruan yang sering terjadi adalah kurangnya pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan tantangan pelanggan. Terkadang, tim *business development* terlalu fokus pada menawarkan produk atau layanan tanpa memahami secara menyeluruh kebutuhan spesifik yang dihadapi oleh klien potensial. Ini dapat mengakibatkan penawaran yang tidak relevan atau tidak memenuhi harapan pelanggan. Ketidaksesuaian antara penawaran dan kapabilitas perusahaan juga menjadi kesalahan dalam pengembangan bisnis di PT XYZ. Terkadang, perusahaan terlalu optimis dalam menawarkan produk atau layanan tanpa memiliki kapabilitas yang memadai untuk memenuhi permintaan tersebut.

Selain itu, perusahaan ini masih belum beradaptasi dengan maksimal terhadap perubahan pasar dan teknologi, hal ini dapat menjadi kesalahan serius dalam pengembangan bisnis di perusahaan ini. Oleh karena itu, *business development* perlu selalu memantau tren industri dan teknologi untuk tetap relevan dan inovatif.

Hal-hal tersebut akan dapat merugikan reputasi perusahaan dan menyebabkan kekecewaan klien. Menghindari kesalahan-kesalahan tersebut memerlukan pendekatan yang holistik dan pemahaman yang mendalam terhadap pasar, mitra, serta kemampuan dan strategi perusahaan. Untuk seorang *business development* di bidang *EdTech*, membutuhkan pendekatan inovatif yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pasar dan potensi mitra. Mengembangkan bisnis di bidang *EdTech* memerlukan strategi yang cermat dan terfokus. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat membantu dalam *business development* di PT XYZ.

### 1. Memahami Kebutuhan Pasar dan Kapasitas Perusahaan

Untuk menjaga penawaran yang diberikan tim *business development* tetap relevan, tim dapat melakukan pendekatan yang menekankan pada memberikan nilai tambah kepada klien daripada sekedar menjual produk. Perusahaan ini mungkin mengadopsi strategi yang lebih berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan tantangan klien, kemudian menawarkan solusi yang tidak hanya memenuhi ekspektasi tetapi juga manfaat yang signifikan. Pendekatan ini dapat melibatkan pengembangan program pendidikan atau pelatihan khusus disesuaikan dengan kebutuhan klien, penyedia layanan konsultasi yang personal, atau kehadiran solusi inovatif yang tidak hanya menjawab masalah klien saat ini tetapi juga mendukung pertumbuhan dan berkelanjutan bisnis mereka di masa depan.

Dengan fokus pada memberikan nilai tambah, PT XYZ dapat membangun hubungan yang kuat dengan klien, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan reputasi yang positif di dalam industri pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia.

Solusi strategis yang dapat diimplementasikan untuk mengatasi ketidaksesuaian antara penawaran dan kapabilitas perusahaan di PT XYZ melibatkan pendekatan yang hati-hati dan terencana. Berikut hal-hal yang perlu dilakukan tim.

- a. Audit kapabilitas internal yang melibatkan peninjauan menyeluruh terhadap sumber daya manusia, teknologi, keuangan, dan infrastruktur perusahaan. Dengan memahami dengan jelas apa yang dapat dilakukan oleh perusahaan, PT XYZ dapat menyesuaikan penawaran dengan kapabilitas yang sebenarnya.
- b. Peninjauan portofolio produk dan layanan menjadi langkah penting. Perusahaan perlu memastikan bahwa penawaran mereka sejalan dengan keunggulan kompetitif, keahlian internal, dan kemampuan untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan.
- c. Keterlibatan tim teknis dalam menyusun penawaran juga menjadi aspek krusial, karena mereka dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang kemampuan teknis perusahaan.
- d. Komitmen pada pengembangan karyawan juga menjadi solusi yang relevan. Saat ini, perusahaan hanya fokus memberikan pelatihan untuk mitra bisnisnya, padahal sumber daya manusianya sendiri juga perlu pelatihan tersebut. PT XYZ dapat mengembangkan karyawan dan tim internal agar memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mendukung penawaran perusahaan. Dukungan pendidikan dan pelatihan dapat meningkatkan kapabilitas internal secara keseluruhan.
- e. Pentingnya pengelolaan ekspektasi yang realistis juga tidak boleh diabaikan. Perusahaan harus memastikan bahwa ekspektasi yang dihasilkan dari aktivitas *business development* tetap realistis. Komunikasi terbuka dan jujur kepada pelanggan dan mitra bisnis tentang kapabilitas perusahaan dapat menghindari janji yang tidak dapat dipenuhi.
- f. PT XYZ dapat mengadopsi pendekatan pengembangan bisnis yang bersifat *incremental*. Ini berarti mempertimbangkan untuk menawarkan produk atau layanan secara bertahap, dengan fokus pada kualitas dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
- g. Pentingnya mendapatkan *feedback* pelanggan yang sistematis juga sangat ditekankan. Membangun mekanisme untuk mendapatkan *feedback* pelanggan secara teratur dapat memberikan wawasan berharga tentang sejauh mana penawaran saat ini sesuai dengan harapan mereka dan membantu menyesuaikan strategi bisnis.

Dengan menerapkan solusi ini secara hati-hati, PT XYZ dapat meningkatkan kesesuaian antara penawaran dan kapabilitas perusahaan, menciptakan dasar yang lebih kuat untuk pengembangan bisnis yang berkelanjutan.

## 2. Inovasi Pengembangan Berbasis Teknologi

Dengan berkembangnya teknologi saat ini, tim *business development* dapat memanfaatkan tren ini dalam mengembangkan kemitraan bisnis di PT XYZ, yaitu dengan menggunakan bantuan *tools* prospek. Pemanfaatan *tools* prospek (*prospecting tools*) dalam kegiatan pengembangan bisnis di PT XYZ memberikan sejumlah keuntungan yang signifikan. Salah satu manfaat utama yang diperoleh adalah identifikasi prospek yang tepat. *Tools* prospek memainkan peran kunci dalam membantu tim pengembangan bisnis mengenali mitra bisnis yang paling sesuai dengan profil ideal. Dengan demikian, risiko *targeting* yang tidak tepat dapat diminimalkan, dan efisiensi dalam mendekati peluang yang benar-benar berpotensi dapat ditingkatkan.

Selain itu, penggunaan *tools* prospek juga memberikan penghematan waktu yang substansial. Tim dapat mengurangi waktu yang seharusnya dihabiskan untuk pencarian dan pengumpulan informasi manual, karena *tools* ini secara otomatis menyaring dan menyajikan data yang relevan. Ini memungkinkan tim untuk fokus pada aktivitas strategis dan orientasi pada hasil

yang lebih optimal. Keuntungan lainnya adalah penyajian data yang lengkap. *Tools* prospek menyediakan informasi menyeluruh mengenai calon klien, termasuk data kontak, informasi perusahaan, dan sejarah interaksi sebelumnya. Dengan pemahaman yang lebih baik terhadap kebutuhan klien, tim dapat menyusun pendekatan yang lebih personal dan relevan.

Selanjutnya, *tools* prospek dilengkapi dengan fitur analisis data yang mendalam. Ini memungkinkan tim untuk mengevaluasi tren pasar, perilaku pelanggan, dan kesuksesan kampanye sebelumnya. Analisis ini membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik untuk merancang strategi pengembangan bisnis di PT XYZ yang lebih efektif. Peningkatan peluang penjualan juga menjadi dampak positif dari pemanfaatan *tools* prospek. Data yang lebih akurat dan relevan memungkinkan tim untuk menyusun pesan yang lebih disesuaikan dengan kebutuhan prospek, sehingga meningkatkan kemungkinan kesepakatan berhasil. Banyak *tools* prospek juga terintegrasi dengan sistem *Customer Relationship Management* (CRM), memberikan pengelolaan hubungan klien yang efisien. Tim *business development* dapat melacak setiap interaksi dengan pelanggan, mengelola tawaran, dan memantau progres dari satu *platform* yang terpusat. Akses ke informasi pelanggan secara *real-time*, pemantauan aktivitas prospek, dan peningkatan efektivitas kampanye pemasaran juga termasuk dalam keuntungan-keuntungan lain dari penggunaan *tools* prospek. *Tools* ini secara teratur memperbarui basis data mereka secara otomatis, memastikan bahwa tim *business development* selalu memiliki akses ke informasi terbaru dan akurat. Dengan demikian, pemanfaatan *tools* prospek menjadi suatu aset penting dalam mencapai tujuan pengembangan bisnis di PT XYZ.

Kebutuhan pasar saat ini sangat beragam dan unik, hal ini diakibatkan karena semakin banyak teknologi buatan yang dapat memudahkan setiap aktivitas. Penggunaan *Virtual Reality* (VR) dan *Augmented Reality* (AR) dalam pembelajaran memberikan pengalaman pembelajaran yang lebih mendalam. PT XYZ dapat mengembangkan aplikasi atau konten yang memanfaatkan teknologi ini. Implementasi *Virtual Reality* (VR) dan *Augmented Reality* (AR) dalam konteks pendidikan telah membawa dampak positif yang signifikan terhadap pengalaman belajar.

VR dan AR memungkinkan siswa untuk terlibat dalam pembelajaran interaktif dengan menjelajahi lingkungan 3D yang menyerupai tempat-tempat di dunia nyata. VR digunakan untuk membuat simulasi keterampilan praktis, memungkinkan pengguna mengasah keterampilan mereka dalam lingkungan terkendali sebelum menghadapi situasi nyata. VR dan AR dapat digunakan untuk menggambarkan konsep-konsep abstrak secara visual..

Bagi pelaku bisnis dan profesional, VR digunakan untuk pelatihan realistis dalam berbagai bidang, termasuk medis, manajemen risiko, dan keamanan di lingkungan kerja. Selain itu, AR memperkaya interaksi sosial dalam pembelajaran dengan menambahkan elemen digital ke dunia nyata, seperti melihat informasi tambahan saat berinteraksi dengan buku atau objek fisik lainnya. Dengan terus berkembangnya teknologi VR dan AR, integrasi yang cerdas dan terukur dari teknologi ini memiliki potensi untuk menciptakan pengalaman belajar atau pelatihan yang menarik, efektif, dan relevan dengan kebutuhan di era modern.

### 3. Menghasilkan prospek dengan strategis

Pembuatan prospek adalah aset terpenting dalam penjualan suatu produk atau layanan. Terlebih lagi pada perusahaan ini, jika tim *business development* tidak mengadakan pertemuan dengan klien maka perusahaan ini tidak dapat benar-benar menjual produk atau layanan yang

ditawarkan PT XYZ. Terdapat tujuh kunci yang dapat dilakukan tim *business development* dalam hal menghasilkan prospek.

- a. *Keep the pipeline filled with prospects*: Dalam konteks *business development* di PT XYZ, menjaga *pipeline* tetap terisi dengan prospek merupakan langkah krusial. Tim pengembangan bisnis perlu secara proaktif mencari dan menambahkan prospek baru ke dalam *pipeline* agar terus memiliki peluang yang memadai untuk pertumbuhan bisnis. Tim harus memaksimalkan potensi jangkauan dengan menjaga *platform* yang digunakan tetap penuh dengan peluang potensial. Lakukan pendekatan di *platform* yang berbeda dengan *lead* yang berbeda pula dengan jumlah *approach* yang konsisten. Hal ini dilakukan untuk menghindari pemblokiran pada *platform* yang tim gunakan. Dengan langkah ini, peluang kemitraan juga dapat semakin terbuka.
- b. *Leverage warm introductions*: Manfaatkan perkenalan yang hangat dalam konteks bisnis development PT XYZ dapat mencakup pemanfaatan hubungan yang sudah ada, baik dengan pelanggan potensial, mitra bisnis, atau pihak terkait lainnya. Memanfaatkan jaringan yang ada dapat membuka pintu untuk perkenalan yang lebih lancar dan membangun kepercayaan. Buatlah komunikasi dengan klien menjadi lebih santai namun tetap profesional. Melalui hal tersebut, komunikasi dengan mitra menjadi lebih fleksibel dan mudah tersampaikan.
- c. *Connect with decision maker*: Dalam bisnis pendidikan *online*, terhubung dengan para pengambil keputusan di institusi pendidikan atau mitra potensial adalah langkah penting. Membangun relasi dengan mereka memungkinkan penyampaian pesan dan penawaran yang lebih efektif, serta mempercepat proses pengambilan keputusan. Terhubung dengan pemimpin kunci di bidang kerjasama pada suatu institusi dapat memudahkan tim *business development* dalam penyampaian maksud dan tujuan. Tim juga diharuskan untuk tidak memberikan terlalu banyak informasi pada saat *approaching*, karena tidak semua mitra bisnis memahami nilai pendukungnya. Tim dapat memberikan informasi yang cukup agar mitra bisnis menyetujui pertemuan untuk membahas potensi kerjasama serta bagaimana PT XYZ dapat menyelesaikan masalah.
- d. *Identify pains in your market*: Melalui identifikasi masalah di pasar pendidikan *online*, PT XYZ dapat menghadirkan solusi yang lebih efektif. Memahami tantangan dan kebutuhan dalam industri dapat membantu perusahaan mengembangkan produk dan layanan yang relevan dan memberikan nilai tambah. Tim harus memiliki tindakan yang jelas saat melakukan *approaching* dengan klien. Sehingga calon pelanggan tahu persis apa yang harus dilakukan jika mereka tertarik dengan produk atau layanan PT XYZ.
- e. *Listen more than you speak*: Prinsip mendengarkan lebih banyak daripada berbicara adalah kunci dalam aktivitas *business development*. Tim perlu memahami kebutuhan dan keinginan calon pelanggan serta mitra bisnis, sehingga dapat menyusun pendekatan yang lebih tepat dan memberikan solusi yang sesuai. Selain itu, tim juga perlu melakukan *follow up* kepada klien untuk menindaklanjuti kebutuhan dan keinginan mereka.
- f. *Control your sales cycle*: Mengendalikan siklus penjualan adalah langkah penting dalam mengelola proses *business development* di PT XYZ. Hal ini melibatkan pemahaman mendalam terhadap tahapan penjualan, mulai dari pendekatan pertama hingga penutupan kesepakatan, sehingga memastikan efisiensi dan keberhasilan keseluruhan. Jika tim

melakukan sesuatu pada saat penjualan dan berhasil mendapatkan kesepakatan dengan klien, maka gunakan cara tersebut dan perluas skalanya. Setelah itu, tim perlu menganalisis mengapa hal tersebut dapat berhasil agar dapat lebih memahami yang pasar butuhkan. Melalui hal tersebut, prospek dengan klien akan menjadi lebih efisien.

- g. *Overdeliver on what you promised*: Dalam industri pendidikan *online*, memberikan lebih dari apa yang dijanjikan menjadi kunci untuk membangun reputasi yang baik. PT XYZ perlu memastikan bahwa produk dan layanan yang disediakan tidak hanya memenuhi ekspektasi tetapi juga memberikan nilai tambah yang dapat membuat pelanggan dan mitra bisnis puas.

Dari strategi tersebut ada beberapa yang sudah diimplementasikan oleh PT XYZ. Ada beberapa dampak positif yang timbul dari implementasi strategi inovatif dalam *business development* termasuk peningkatan daya saing, ekspansi pasar, dan peningkatan efisiensi operasional. Implementasi strategi inovatif dapat membawa perubahan pada *business development* di PT XYZ dengan membuka peluang baru untuk kerja sama dan kemitraan bisnis. Inovasi dalam produk atau layanan dapat menarik minat pelanggan baru dan meningkatkan nilai yang ditawarkan kepada klien. Selain itu, kemungkinan adopsi teknologi baru atau metode kerja yang inovatif dapat meningkatkan efisiensi tim *business development* dalam mengidentifikasi, menarik, dan mempertahankan klien.

Untuk meraih hasil yang maksimal dari strategi inovatif yang belum diimplementasikan, PT XYZ dapat mengambil beberapa langkah. Pertama, perusahaan perlu melakukan evaluasi menyeluruh untuk memahami hambatan atau kendala yang mungkin muncul selama implementasi. Selanjutnya, perlu ada komunikasi yang jelas dan efektif ke seluruh tim terkait agar semua pihak memahami perubahan yang akan dilakukan dan memiliki keterlibatan aktif. Selain itu, memprioritaskan pelatihan dan pengembangan karyawan dalam menghadapi perubahan strategis dapat membantu memastikan bahwa tim memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mendukung implementasi. Selama proses implementasi, penting untuk memantau kinerja dan menerima umpan balik secara terus-menerus untuk dapat menyesuaikan strategi dengan perubahan keadaan yang mungkin terjadi. Terakhir, kepemimpinan yang kuat dan komitmen dari semua tingkatan organisasi akan menjadi kunci kesuksesan implementasi strategi inovatif khususnya pada *business development*. Dengan demikian, PT XYZ dapat memastikan bahwa setiap tahap dari strategi inovatif dapat direalisasikan dengan efektif.

## Kesimpulan

*Business development* di PT XYZ memiliki proses pengembangan bisnis yang belum tepat sehingga dapat merugikan reputasi perusahaan dan menyebabkan kekecewaan klien. Menghindari kesalahan-kesalahan tersebut memerlukan pendekatan yang holistik dan pemahaman yang mendalam terhadap pasar, mitra, serta kemampuan dan strategi perusahaan. Terdapat beberapa yang dapat membantu dalam *business development* di PT XYZ, yaitu dengan memahami kebutuhan pasar dan kapasitas perusahaan. Tim *business development* dapat melakukan pendekatan yang menekankan pada memberikan nilai tambah kepada klien daripada sekedar menjual produk. Selain itu, tim perlu melakukan inovasi pengembangan berbasis teknologi baik dalam proses prospek maupun dalam pengembangan produk. Perusahaan juga dapat menghasilkan prospek dengan strategis. Terdapat tujuh hal yang dapat tim *business development* perhatikan pada

saat melakukan prospek dengan mitra bisnis. Hal tersebut meliputi, *Keep Your Pipeline Filled With Prospects, Leverage Warm Introductions, Connect With Decision Makers, Identify Pains In Your Market, Listen More Than You Speak, Control Your Sales Cycle, dan Overdeliver On What You Promised*. Beberapa dampak positif timbul dari implementasi strategi inovatif dalam *business development* termasuk peningkatan daya saing, ekspansi pasar, dan peningkatan efisiensi operasional. Lalu untuk strategi yang belum sempat diimplementasikan, PT XYZ dapat mengambil sikap yang mencakup evaluasi ulang, komitmen untuk implementasi, keterlibatan dan komunikasi, penyesuaian strategi, manajemen risiko, dan prioritas strategis sesuai dengan kepentingan Perusahaan. Dengan demikian, PT XYZ dapat memastikan bahwa setiap fase dari strategi inovatif dapat diimplementasikan secara efisien

## Referensi

- Jabat, D. E. B., & Saragih, V. (2021). Perkembangan Startup Teknologi Pendidikan (EdTech) di Masa Pandemi Covid-19. *SKYLANDSEA PROFESIONAL Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Teknologi, 1(2)*, 75-80.
- Kennedy, A. (2015). *Business Development For Dummies*. Germany: Wiley.
- Maula, N. (2020). Analisis Pengaruh Eksternal Pada Perusahaan Start-Up Bidang Pendidikan: Penggunaan Teknik Analisis PEST di CV. Big Edu Indonesia. *Khazanah Intelektual, 4(1)*, 645-658.
- Suryadi, S. (2021). Penerapan Analisis SOAR Dalam Strategi Pengembangan Bisnis Clothing Line Parasite Cloth. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 9(2)*.
- Suryadi, S., Fatahurazak, F., Adhayanto, O., & Arianto, B. (2022). Strategic Study on The Business Development of Regional Owned Enterprises in Tanjungpinang City. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business, 2(2)*, 108-129.
- Yulianto, H., Sumardi, S., Nursyamsi, I., & Pakki, E. (2023, May). Does Any Research Gap On Education Startup (Edtech) In Indonesia. In *Proceeding Of International Conference On Education, Society And Humanity* (Vol. 1, No. 1, pp. 705-712).