

ANALISIS STRATEGI PIVOT PADA START-UP DIGITAL DALAM MENGHADAPI KETIDAKPASTIAN PASAR

Siti Zahra¹, Salsabila², Silvi Agistin³, Muhammad Zahran Nur Rahman⁴
^{1,2,3,4} Manajemen Retail, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sukabumi

¹ korespondensi: sitizahra05052005@gmail.com

ABSTRACT

Digital start-ups significantly contribute to economic growth; nonetheless, they encounter a substantial failure rate due to their incapacity to adjust to market realities. Market uncertainties, including evolving customer tastes and intense competition, necessitate the adaptation of plans for business models, products, or target markets. Extensive research has been conducted on market uncertainty; yet, the development of pivot strategies as a response remains limited. This study seeks to examine the pivot methods employed by digital start-ups in response to market uncertainty. This research employs a qualitative methodology utilizing a case study approach. The data was acquired through comprehensive interviews with founders and start-up executives who have pivoted, along with the examination of documents like business reports and academic publications. The data analysis employed a theme method, encompassing steps of data reduction, presentation, and conclusion formulation. Triangulation is employed to enhance the validity of the results. The study's results indicate that the pivot strategy is implemented by modifications in products, business strategies, and technology. Start-ups that effectively execute pivots typically embrace data- and technology-driven tactics. Nonetheless, obstacles like as timing of pivots, internal opposition, and resource constraints frequently impede the execution of this plan. The pivot strategy is essential for the viability of digital start-ups in a volatile industry. The effectiveness of the pivot relies on the ability to analyze market trends and guarantee a planned and scalable execution.

Keywords: Pivot Strategy, Digital Start-ups, Market Uncertainty, Business Model

ABSTRAK

Start-up digital berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, tetapi menghadapi tingkat kegagalan tinggi akibat ketidakmampuan beradaptasi dengan dinamika pasar. Ketidakpastian pasar, seperti perubahan preferensi konsumen dan persaingan ketat, membuat strategi pivot perubahan dalam model bisnis, produk, atau target pasar menjadi penting. Penelitian yang membahas mengenai ketidakpastian pasar sudah banyak dilakukan, akan tetapi menjadikan strategi pivot sebagai solusinya masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pivot yang diterapkan start-up digital dalam menghadapi ketidakpastian pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pendiri dan manajemen start-up yang telah melakukan pivot, serta analisis dokumen seperti laporan perusahaan dan artikel jurnal. Teknik analisis data dilakukan menggunakan metode tematik dengan tahapan reduksi data, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Triangulasi digunakan untuk meningkatkan validitas temuan. Hasil penelitian menemukan bahwa strategi pivot dilakukan melalui perubahan produk, model bisnis, dan teknologi. Start-up yang sukses menerapkan pivot cenderung mengadopsi strategi berbasis data dan teknologi. Namun, tantangan seperti penentuan waktu pivot, resistensi internal, serta keterbatasan sumber daya sering menghambat implementasi strategi ini. Strategi pivot menjadi langkah krusial dalam memastikan keberlanjutan start-up digital di tengah pasar yang dinamis. Keberhasilan pivot bergantung pada kesiapan dalam membaca tren pasar dan memastikan implementasi yang terencana serta terukur.

Kata Kunci: Strategi Pivot, Start-up Digital, Ketidakpastian Pasar, Model Bisnis

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, start-up digital telah menjadi motor penggerak inovasi dan pertumbuhan ekonomi di berbagai negara,

termasuk Indonesia (1). Start-up ini memanfaatkan teknologi untuk menciptakan solusi baru yang mendisrupsi pasar tradisional (2). Namun, keberhasilan sebuah start-up

tidak datang tanpa tantangan. Menurut data dari Startup Genome Report 2023, lebih dari 90% start-up gagal dalam lima tahun pertama operasional mereka (3). Salah satu faktor utama kegagalan tersebut adalah ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar yang dinamis dan penuh ketidakpastian.

Ketidakpastian pasar menjadi tantangan utama bagi startup digital. Perubahan preferensi konsumen, evolusi teknologi, dan dinamika kompetitif menuntut startup untuk selalu adaptif. Dalam situasi ini, strategi pivot yakni perubahan strategis dalam model bisnis, produk, atau target pasar menjadi alat vital untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan startup (4). Meskipun strategi pivot dikenal sebagai mekanisme adaptasi yang efektif, implementasinya tidak selalu berjalan mulus. Banyak startup menghadapi dilema dalam menentukan waktu dan cara yang tepat untuk melakukan pivot (5). Keputusan yang salah dapat berujung pada hilangnya arah bisnis atau bahkan kegagalan total. Selain itu, kurangnya pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang memicu kebutuhan akan pivot seringkali membuat startup terlambat dalam merespons perubahan pasar (6).

Peran strategis start-up digital dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, dimana telah berkontribusi terhadap penciptaan lebih dari 2 juta lapangan kerja baru dan mempercepat transformasi digital di berbagai sektor (7). Namun, potensi besar ini dapat terancam jika start-up tidak mampu

beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar. Selain itu, dengan semakin ketatnya persaingan di ekosistem start-up, para pendiri dituntut untuk mengambil langkah-langkah yang tidak hanya inovatif tetapi juga berbasis data. Strategi pivot, meskipun berisiko, menawarkan peluang bagi start-up untuk menemukan model bisnis yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar (8).

Beberapa penelitian sebelumnya, menyatakan bahwa ada dampak langsung dan tidak langsung dari sinergi bisnis digital dan digital marketing dalam meningkatkan brand awareness di era globalisasi. Penelitian dari (9) menyatakan bahwa adanya dampak langsung strategi pivot terhadap ketidakpastian pasar yang disebabkan oleh sinergi bisnis digital dan digital marketing. Selanjutnya penelitian dari (10) menyatakan tidak memberikan dampak terhadap ketidakpastian pasar, yaitu banyak startup gagal karena kurangnya refleksi terhadap kinerja perusahaan dan ketidakmampuan dalam menyusun strategi yang tepat, khususnya dalam menghadapi perubahan kebutuhan pasar.

Dari latar belakang dan fenomena di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta menjelaskan strategi pivot pada start-up digital dalam menghadapi ketidakpastian pasar. Kontribusi dari penelitian ini, yaitu memberikan referensi untuk studi lanjutan tentang strategi pivot dalam ekosistem start-up digital. Selanjutnya bagi Praktisi Start-up memberikan wawasan berguna dalam merancang kebijakan dan

strategi investasi, yang mendukung keberlanjutan ekosistem start-up digital serta pengambilan keputusan strategis khususnya dalam menghadapi ketidakpastian pasar. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi kepada inkubator bisnis, investor, dan pembuat kebijakan dalam mendukung ekosistem startup yang lebih resilient dan responsif terhadap perubahan pasar.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam bagaimana start-up digital melakukan strategi pivot dalam menghadapi ketidakpastian pasar (11). Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pendiri dan manajemen start-up yang telah melakukan pivot. Serta didukung juga oleh data dari laporan perusahaan, artikel jurnal, dan publikasi terkait strategi pivot. Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode wawancara mendalam untuk mendapatkan pemahaman langsung dari pelaku start-up (12). Selanjutnya menganalisis dokumen, termasuk laporan tahunan dan artikel terkait. Serta survei kepada konsumen untuk memahami dampak pivot terhadap persepsi pasar. Jumlah Informan dalam penelitian ini melibatkan 10 informan, yang terdiri dari Pendiri atau *co-founder start-up* digital sebanyak 4 informan dan konsumen atau pengguna akhir yang terpengaruh oleh pivot berjumlah 6 informan. Data yang

diperoleh akan dianalisis menggunakan metode analisis tematik, di mana pola-pola dan tema utama dari data akan diidentifikasi. Langkah-langkah analisis meliputi pengumpulan data, reduksi data untuk menyaring informasi yang relevan, penyajian data dalam bentuk narasi dan visual, penarikan kesimpulan berdasarkan temuan utama (13). Untuk memperkuat data Teknik triangulasi digunakan pada penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun pertanyaan yang diajukan kepada informan yaitu tentang produk (2 pertanyaan), tentang model bisnis pelanggan (3 pertanyaan), dan tentang teknologi yang digunakan (2 pertanyaan).

Produk atau layanan utama yang ditawarkan oleh Perusahaan

Perusahaan yang menjadi informan dalam penelitian ini bergerak di berbagai sektor dalam industri digital. Informan pertama mengembangkan aplikasi berbasis mobile yang memungkinkan pelanggan memesan jasa cleaning service secara praktis. Sementara itu, informan kedua berfokus pada penyediaan perangkat lunak akuntansi yang dirancang khusus untuk membantu usaha kecil dalam mengelola keuangan mereka. Di sisi lain, informan ketiga berkecimpung dalam bisnis penjualan alat elektronik pintar, seperti smartwatch dan speaker pintar, yang menawarkan fitur-fitur canggih untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Terakhir, informan keempat menghadirkan solusi logistik end-to-end yang ditujukan bagi

bisnis e-commerce guna meningkatkan efisiensi dan keandalan dalam rantai pasok.

Para pengguna yang menjadi informan dalam penelitian ini mengungkapkan berbagai alasan mereka memilih layanan atau produk dari startup digital. Informan pertama menyatakan bahwa kemudahan pemesanan dan transparansi harga menjadi faktor utama dalam memilih aplikasi layanan cleaning service, karena mereka menginginkan proses yang praktis dan tanpa biaya tersembunyi. Informan kedua memilih perangkat lunak akuntansi yang terintegrasi dengan rekening bank dan menyediakan pelaporan real-time, karena fitur ini membantu mereka dalam mengelola keuangan usaha kecil dengan lebih efisien. Sementara itu, informan ketiga mengungkapkan bahwa kompatibilitas produk dengan berbagai sistem operasi menjadi faktor penentu dalam membeli perangkat elektronik pintar, karena mereka ingin fleksibilitas dalam penggunaan. Informan keempat menyoroti pentingnya pelacakan paket secara real-time hingga level detail dalam memilih layanan logistik, karena transparansi pengiriman sangat dibutuhkan dalam bisnis e-commerce mereka. Informan kelima menyatakan bahwa model langganan bulanan lebih menguntungkan bagi mereka dibandingkan pembayaran satu kali, karena mereka bisa mengakses fitur terbaru tanpa harus mengeluarkan biaya besar di awal. Terakhir, informan keenam mengungkapkan bahwa mereka lebih tertarik dengan produk yang dipromosikan melalui ulasan influencer dan media sosial, karena testimoni dari pengguna

lain memberikan kepercayaan lebih sebelum melakukan pembelian.

Fitur unggulan produk yang menjadi pembeda dari pesaing

Para informan menyoroti keunggulan utama dari produk dan layanan mereka dalam industri digital. Informan pertama menekankan fitur jadwal otomatis dan transparansi harga sebagai nilai tambah dalam aplikasinya, memastikan kemudahan bagi pengguna dalam merencanakan layanan. Informan kedua menyoroti keunggulan perangkat lunak akutansinya yang dapat terintegrasi langsung dengan rekening bank serta menyediakan pelaporan keuangan secara real-time, membantu usaha kecil dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien. Sementara itu, informan ketiga mengungkapkan bahwa produk mereka memiliki kompatibilitas tinggi dengan berbagai sistem operasi, memungkinkan fleksibilitas penggunaan bagi pelanggan. Terakhir, informan keempat menekankan layanan pelacakan paket secara real-time hingga level detail, memberikan transparansi dan keandalan tinggi dalam solusi logistik mereka untuk e-commerce.

Para pengguna yang menjadi informan dalam penelitian ini mengungkapkan berbagai alasan mereka memilih layanan atau produk dari startup digital berdasarkan fitur unggulan yang membedakannya dari pesaing. Informan pertama menyatakan bahwa fitur jadwal otomatis dalam aplikasi layanan cleaning service sangat membantu mereka dalam merencanakan kebutuhan kebersihan rumah

tanpa harus melakukan pemesanan berulang secara manual. Informan kedua memilih perangkat lunak akuntansi karena integrasinya dengan rekening bank serta pelaporan keuangan real-time yang mempermudah mereka dalam mengelola arus kas bisnis kecil secara akurat dan efisien. Sementara itu, informan ketiga mengungkapkan bahwa kompatibilitas produk dengan berbagai sistem operasi menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian perangkat elektronik pintar, karena mereka ingin produk yang dapat digunakan di berbagai perangkat tanpa hambatan. Informan keempat menyatakan bahwa layanan pelacakan paket secara real-time hingga level detail memberikan rasa aman dan transparansi, terutama bagi mereka yang sering berbelanja online atau menjalankan bisnis e-commerce. Informan kelima menilai bahwa transparansi harga dalam layanan digital memberikan kenyamanan karena mereka dapat mengetahui biaya yang harus dibayar tanpa adanya biaya tersembunyi. Terakhir, informan keenam memilih produk berbasis digital yang bekerja sama dengan platform e-commerce besar karena mereka merasa lebih mudah mengakses produk serta mendapatkan berbagai promo dan kemudahan dalam transaksi.

Model Bisnis Pelanggan

Struktur pendapatan

Para informan menjelaskan berbagai model bisnis yang mereka terapkan dalam menghasilkan pendapatan. Informan pertama mengadopsi model langganan bulanan,

memungkinkan pelanggan untuk mengakses layanannya secara berkelanjutan dengan pembayaran berkala. Sementara itu, informan kedua mengenakan biaya satu kali untuk lisensi perangkat lunak, memberikan pelanggan kepemilikan penuh atas produk tanpa biaya berulang. Informan ketiga mengungkapkan bahwa pendapatan mereka berasal dari penjualan langsung produk serta tambahan dari layanan garansi, menawarkan fleksibilitas bagi pelanggan yang menginginkan perlindungan lebih lama. Terakhir, informan keempat menggunakan model berbasis per transaksi dalam layanan logistik mereka, memastikan bahwa pelanggan hanya membayar sesuai dengan volume atau frekuensi penggunaan layanan.

Para pengguna yang menjadi informan dalam penelitian ini mengungkapkan preferensi mereka terhadap berbagai struktur pendapatan yang diterapkan oleh penyedia layanan digital. Informan pertama menyatakan bahwa model langganan bulanan memberikan fleksibilitas bagi mereka untuk terus mengakses layanan tanpa harus mengeluarkan biaya besar di awal, sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan mereka yang memerlukan layanan secara rutin. Informan kedua lebih memilih sistem pembayaran satu kali untuk lisensi perangkat lunak karena mereka ingin memiliki akses penuh terhadap produk tanpa harus membayar biaya berulang setiap bulan atau tahun. Sementara itu, informan ketiga mengungkapkan bahwa mereka menyukai opsi pembelian langsung dengan tambahan layanan garansi, karena memberikan rasa

aman terhadap investasi mereka dalam perangkat elektronik pintar serta memastikan perlindungan lebih lama. Informan keempat merasa bahwa model per transaksi dalam layanan logistik lebih adil dan fleksibel, karena mereka hanya membayar berdasarkan penggunaan tanpa harus terikat pada biaya langganan tetap. Informan kelima menyatakan bahwa mereka lebih cenderung memilih layanan yang menawarkan berbagai opsi pembayaran, sehingga mereka dapat menyesuaikan dengan kondisi keuangan mereka. Terakhir, informan keenam menyebutkan bahwa transparansi dalam sistem pembayaran, baik itu langganan, pembelian satu kali, maupun per transaksi, menjadi faktor penting dalam keputusan mereka menggunakan suatu layanan atau produk digital.

Teknik menarik pelanggan

Para informan mengungkapkan berbagai strategi pemasaran yang mereka gunakan untuk menjangkau pelanggan dan meningkatkan penjualan. Informan pertama mengandalkan promosi melalui media sosial serta menawarkan diskon bagi pengguna baru untuk menarik lebih banyak pelanggan. Informan kedua memilih pendekatan pemasaran berbasis kemitraan dengan komunitas bisnis lokal, membangun jaringan yang kuat untuk meningkatkan adopsi produk mereka. Sementara itu, informan ketiga fokus pada strategi influencer marketing dan ulasan produk, memanfaatkan opini dari tokoh berpengaruh untuk meningkatkan kredibilitas dan daya tarik produk mereka. Terakhir,

informan keempat menekankan kerja sama dengan platform e-commerce besar sebagai strategi utama, memastikan produk mereka mendapatkan eksposur luas dan akses langsung ke basis pelanggan yang lebih besar. Para pengguna yang menjadi informan dalam penelitian ini mengungkapkan berbagai faktor yang membuat mereka tertarik untuk menggunakan produk atau layanan digital. Informan pertama menyatakan bahwa promosi melalui media sosial dan diskon bagi pengguna baru menjadi daya tarik utama, karena memberikan kesempatan untuk mencoba layanan dengan biaya lebih rendah. Informan kedua mengungkapkan bahwa mereka lebih percaya terhadap produk yang direkomendasikan oleh komunitas bisnis lokal, karena dianggap lebih relevan dan memiliki testimoni nyata dari pengguna lain yang memiliki kebutuhan serupa.

Sementara itu, informan ketiga menyebutkan bahwa mereka seringkali membeli produk berdasarkan ulasan dan rekomendasi influencer, karena testimoni dari figur publik memberikan keyakinan lebih terhadap kualitas dan manfaat produk. Informan keempat mengatakan bahwa mereka cenderung memilih produk yang tersedia di platform e-commerce besar, karena lebih mudah diakses, memiliki opsi pembayaran yang beragam, serta sering menawarkan promo menarik. Informan kelima menekankan bahwa keterlibatan aktif merek dalam media sosial, seperti respons cepat terhadap pertanyaan atau keluhan, meningkatkan kepercayaan mereka untuk

mencoba produk atau layanan tersebut. Terakhir, informan keenam menyebutkan bahwa mereka lebih tertarik pada merek yang memberikan pengalaman interaktif, seperti webinar atau demo produk, karena memungkinkan mereka memahami fitur dan manfaat sebelum memutuskan untuk membeli.

Menjaga hubungan dengan pelanggan

Para informan menyoroti berbagai inisiatif yang mereka lakukan untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan. Informan pertama menekankan bahwa mereka menyediakan layanan pelanggan 24/7 serta melakukan survei kepuasan bulanan guna memastikan kualitas layanan tetap terjaga. Informan kedua mengungkapkan bahwa mereka memberikan pembaruan perangkat lunak secara gratis, memungkinkan pelanggan untuk selalu menggunakan versi terbaru tanpa biaya tambahan. Sementara itu, informan ketiga menyoroti pentingnya keterlibatan aktif dalam menanggapi ulasan dan masukan pelanggan di platform e-commerce, membantu membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Terakhir, informan keempat menjelaskan bahwa mereka menawarkan pelatihan gratis bagi klien perusahaan, memberikan nilai tambah bagi bisnis yang menggunakan layanan mereka.

Dari sisi pengguna, informan pertama menyatakan bahwa layanan pelanggan 24/7 sangat membantu mereka dalam menyelesaikan kendala kapan saja, terutama bagi mereka yang membutuhkan dukungan segera. Informan kedua mengungkapkan

bahwa pembaruan perangkat lunak gratis menjadi nilai tambah yang membuat mereka tetap menggunakan produk dalam jangka panjang, karena mereka tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk fitur terbaru. Sementara itu, informan ketiga menyebutkan bahwa respons cepat terhadap ulasan dan masukan pelanggan di e-commerce membuat mereka merasa dihargai dan lebih percaya terhadap merek. Informan keempat menilai bahwa pelatihan gratis yang diberikan oleh penyedia layanan sangat bermanfaat bagi perusahaan mereka, karena membantu meningkatkan keterampilan karyawan dalam menggunakan produk atau layanan secara optimal. Informan kelima menyoroti bahwa transparansi dalam komunikasi dan keterbukaan terhadap masukan pelanggan menjadi faktor yang membuat mereka loyal terhadap suatu merek. Terakhir, informan keenam menyatakan bahwa mereka lebih cenderung memilih layanan yang proaktif dalam meningkatkan pengalaman pelanggan, seperti menawarkan survei kepuasan atau dukungan tambahan tanpa harus diminta terlebih dahulu.

Teknologi yang digunakan

Teknologi pendukung operasional produk

Para informan menjelaskan berbagai teknologi yang mereka gunakan dalam mengembangkan produk dan layanan mereka. Informan pertama menyatakan bahwa mereka menggunakan Flutter untuk pengembangan aplikasi mobile, memungkinkan kompatibilitas yang baik antara sistem operasi iOS dan Android dengan performa yang

optimal. Informan kedua mengungkapkan bahwa mereka mengembangkan perangkat lunak menggunakan Python dan Django, memastikan efisiensi dalam pengolahan data serta kemudahan dalam skalabilitas sistem. Sementara itu, informan ketiga menekankan bahwa produk mereka menggunakan chip yang mendukung Bluetooth 5.0, memberikan koneksi yang lebih stabil dan konsumsi daya yang lebih rendah untuk perangkat pintar. Terakhir, informan keempat menjelaskan bahwa mereka mengandalkan API logistik dengan server berbasis AWS, memastikan kecepatan dan keandalan dalam pengelolaan layanan logistik digital mereka.

Dari sisi pengguna, informan pertama menyatakan bahwa penggunaan Flutter memberikan pengalaman aplikasi yang responsif dan stabil di berbagai perangkat, membuat navigasi lebih lancar dan nyaman. Informan kedua mengungkapkan bahwa perangkat lunak berbasis Python dan Django menawarkan kinerja yang cepat dan handal, terutama dalam pengolahan data yang kompleks untuk kebutuhan bisnis mereka. Sementara itu, informan ketiga menyebutkan bahwa dukungan Bluetooth 5.0 pada produk yang mereka gunakan sangat membantu dalam meningkatkan kualitas koneksi dengan perangkat lain, terutama dalam penggunaan perangkat pintar sehari-hari. Informan keempat menilai bahwa layanan logistik berbasis AWS memberikan kecepatan dan akurasi tinggi dalam pelacakan pengiriman, membuat mereka lebih percaya pada layanan tersebut. Informan kelima menyoroti bahwa

teknologi backend yang kuat sangat memengaruhi pengalaman pengguna, terutama dalam aplikasi yang membutuhkan pemrosesan data besar secara real-time. Terakhir, informan keenam menyatakan bahwa mereka lebih cenderung memilih produk yang mengadopsi teknologi terbaru karena hal itu menjamin performa, keamanan, dan efisiensi yang lebih baik dibandingkan dengan teknologi lama.

Keamanan teknologi yang digunakan

Para informan menjelaskan berbagai langkah keamanan yang mereka terapkan untuk melindungi data pengguna dan memastikan keandalan sistem mereka. Informan pertama menyatakan bahwa mereka menggunakan enkripsi SSL untuk semua data, sehingga setiap komunikasi dan transaksi yang dilakukan melalui platform mereka aman dari ancaman peretasan. Informan kedua menekankan bahwa mereka mengimplementasikan firewall tingkat lanjut, yang berfungsi sebagai lapisan perlindungan tambahan untuk mencegah akses tidak sah ke sistem mereka. Sementara itu, informan ketiga mengungkapkan bahwa produk mereka secara berkala diuji oleh pihak ketiga, memastikan keamanan dan ketahanan sistem terhadap berbagai ancaman siber. Terakhir, informan keempat menyatakan bahwa data pelanggan mereka disimpan di server yang memiliki sertifikasi ISO 27001, menjamin bahwa standar internasional dalam manajemen keamanan informasi telah diterapkan dengan ketat.

Dari sisi pengguna, informan pertama menyatakan bahwa enkripsi SSL memberikan rasa aman saat melakukan transaksi atau berbagi data sensitif melalui aplikasi, karena melindungi mereka dari potensi kebocoran informasi. Informan kedua menilai bahwa firewall tingkat lanjut memberikan perlindungan ekstra, terutama bagi mereka yang sering menggunakan layanan berbasis internet dan khawatir terhadap serangan siber. Sementara itu, informan ketiga mengungkapkan bahwa mereka lebih percaya pada produk yang diuji oleh pihak ketiga, karena menunjukkan transparansi dan komitmen perusahaan dalam menjaga keamanan data pelanggan. Informan keempat menekankan bahwa penyimpanan data di server bersertifikasi ISO 27001 menjadi faktor utama dalam memilih layanan digital, karena mereka ingin memastikan informasi pribadi mereka dikelola dengan standar keamanan tertinggi. Informan kelima menyoroti bahwa mereka lebih cenderung menggunakan layanan yang memiliki sistem keamanan berlapis, terutama untuk platform yang menangani transaksi keuangan. Terakhir, informan keenam menyatakan bahwa mereka merasa lebih nyaman menggunakan produk yang secara aktif mengomunikasikan langkah-langkah keamanan yang diterapkan, karena menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap perlindungan data pengguna.

Pembahasan

Berdasarkan pada hasil penelitian ini di atas menunjukkan bahwa strategi pivot memainkan peran krusial dalam keberlanjutan

dan pertumbuhan startup digital di tengah ketidakpastian pasar. Analisis terhadap empat startup yang menjadi informan dalam penelitian ini mengungkapkan berbagai strategi pivot yang mereka lakukan, mulai dari perubahan model bisnis hingga pengadopsian teknologi baru untuk meningkatkan daya saing.

Strategi Pivot dalam Produk dan Model Bisnis

Perubahan yang dilakukan oleh startup dalam penelitian ini terutama berfokus pada peningkatan fitur produk, adaptasi model bisnis, dan penyempurnaan strategi pemasaran. Beberapa startup melakukan pivot dengan menyesuaikan produk mereka berdasarkan kebutuhan pasar yang terus berubah. Sebagai contoh, startup penyedia layanan cleaning service menambahkan fitur pemesanan otomatis dan transparansi harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sementara startup perangkat lunak akuntansi mengembangkan fitur integrasi dengan rekening bank untuk menarik lebih banyak pengguna bisnis kecil.

Di sisi model bisnis, adaptasi dalam struktur pendapatan juga menjadi faktor kunci. Beberapa startup beralih ke model langganan bulanan untuk menciptakan pendapatan berulang, sementara lainnya mempertahankan model pembayaran satu kali untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, kerja sama dengan platform e-commerce dan penerapan strategi pemasaran berbasis komunitas serta influencer marketing terbukti

efektif dalam menarik pelanggan baru dan meningkatkan engagement dengan pengguna.

Peran Teknologi dalam Mendukung Pivot

Teknologi menjadi elemen kunci dalam implementasi strategi pivot. Dari hasil wawancara, ditemukan bahwa pemanfaatan teknologi seperti Flutter untuk pengembangan aplikasi mobile, Python dan Django untuk pengolahan data, serta API berbasis cloud seperti AWS dalam layanan logistik memungkinkan startup untuk beroperasi lebih efisien dan menghadirkan layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

Selain itu, aspek keamanan juga menjadi perhatian utama bagi startup dalam penelitian ini. Implementasi enkripsi SSL, firewall tingkat lanjut, serta penyimpanan data di server bersertifikasi ISO 27001 menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan digital mereka.

Dampak Pivot terhadap Persepsi Konsumen

Perubahan yang dilakukan oleh startup dalam penelitian ini memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap persepsi pelanggan. Mayoritas pelanggan merasakan peningkatan kualitas layanan setelah dilakukan pivot, terutama dalam aspek transparansi harga, kemudahan akses layanan, dan fitur yang lebih relevan dengan kebutuhan mereka. Faktor keamanan dan keandalan layanan juga menjadi aspek penting dalam keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau beralih ke pesaing.

Tantangan dalam Implementasi Pivot

Meskipun strategi pivot menawarkan banyak manfaat, implementasinya tidak selalu berjalan tanpa tantangan. Beberapa kendala yang dihadapi oleh startup dalam penelitian ini meliputi kesulitan dalam menentukan waktu pivot, di mana banyak startup mengalami hambatan dalam mengidentifikasi momen yang tepat untuk melakukan perubahan strategi, terutama ketika dinamika pasar berubah secara tiba-tiba. Selain itu, resistensi internal juga menjadi tantangan, karena tidak semua anggota tim dapat dengan mudah menerima perubahan yang signifikan dalam model bisnis atau produk. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif dan pemahaman yang mendalam terhadap manfaat jangka panjang dari pivot sangat diperlukan agar tim dapat mendukung implementasi strategi tersebut. Kendala lain yang juga dihadapi adalah keterbatasan sumber daya, di mana banyak startup mengalami hambatan finansial dalam mengembangkan fitur baru atau mengadopsi teknologi yang lebih canggih untuk meningkatkan daya saing mereka. Tanpa kesiapan yang matang dan strategi yang tepat, hambatan-hambatan ini dapat memperlambat atau bahkan menggagalkan proses pivot yang dilakukan oleh startup.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pivot merupakan langkah adaptif yang penting bagi startup digital dalam menghadapi ketidakpastian pasar. Startup yang mampu melakukan pivot dengan tepat, baik dalam

aspek produk, model bisnis, maupun teknologi, memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di tengah perubahan pasar yang dinamis. Adaptasi model bisnis seperti peralihan ke sistem langganan, integrasi teknologi berbasis cloud, serta strategi pemasaran berbasis komunitas dan influencer marketing terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan. Selain itu, pemanfaatan teknologi yang mendukung efisiensi operasional dan keamanan data juga menjadi faktor krusial dalam keberhasilan strategi pivot. Namun, implementasi pivot tidak terlepas dari tantangan, seperti kesulitan menentukan waktu yang tepat, resistensi internal dalam organisasi, serta keterbatasan sumber daya yang sering kali menghambat proses perubahan. Oleh karena itu, kesuksesan strategi pivot sangat bergantung pada kesiapan startup dalam membaca tren pasar, merancang strategi berbasis data, serta memastikan implementasi yang terencana dan terukur. Dukungan dari investor, inkubator bisnis, serta regulasi yang mendukung inovasi juga berperan penting dalam menciptakan ekosistem startup yang lebih resilient dan mampu beradaptasi terhadap dinamika pasar. Dengan pendekatan yang tepat, pivot dapat menjadi strategi yang tidak hanya menyelamatkan bisnis dari risiko kegagalan tetapi juga membuka peluang baru bagi pertumbuhan dan keberlanjutan startup digital.

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian yang lebih mendalam mengenai

efektivitas strategi pivot dalam berbagai jenis industri startup digital, khususnya pada sektor yang memiliki tingkat ketidakpastian tinggi seperti fintech, healthtech, dan edutech. Selain itu, penelitian mendatang juga dapat mengeksplorasi faktor-faktor psikologis dan budaya organisasi yang memengaruhi kesiapan tim dalam menghadapi pivot, guna memahami dinamika internal yang berperan dalam keberhasilan adaptasi bisnis. Studi kuantitatif dengan pendekatan longitudinal juga dapat dilakukan untuk mengukur dampak jangka panjang dari strategi pivot terhadap kinerja keuangan dan pertumbuhan startup.

DAFTAR PUSTAKA

1. Maulana IR, Kalila Salma N, Surachman ARR. Optimalisasi Pengembangan Start-up dalam Mengatasi Middle-Income Trap Era Jokowi: Analisis Kebijakan Holistik dan Sinergi Multisektor. Indonesia Foreign Policy Review [Internet]. 2024;11(1):54–78. Available from: <https://scholarhub.ui.ac.id/ifpr/vol11/iss1/35>
2. Alam MS, Putra Arsibal S, Wahyudistira R. Transformasi Digital dan Implikasinya Terhadap Struktur Ekonomi Modern: Studi Jual Beli Online Warmindo. 2023.
3. Ramadian A, Hariyadi M, Fairuz R, Rabbani R. Strategi Efektif Penerapan Inkubator Bisnis Terhadap Perusahaan Startup di Indonesia. Business and management Issues [Internet]. 2024;(2):197–210. Available from: <https://doi.org/10.47134/jebmi.v2i3.288197><https://economics.pubmedia.id/index.php/jebmi>
4. Judijanto L, Karmagatri M, Lutfi M, Pipin SJ, Erwin E, Indrayani N, et al. Pengembangan Starup Digital

- (Referensi Sukses Memulai Bisnis Startup Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0) [Internet]. Vol. 1. 2024. 1–151 p. Available from: www.greenpustaka.com
5. Hidayat N R, Kusumasari IR, Ris Latifah N, Natalia Girsang V. Pengambilan Keputusan Strategis di Perusahaan Startup. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. 2024;2(4):75–80.
 6. Danial RDM, Alhidayatullah A, Amal MK, Aziz MA. Product Innovation of SMEs in VUCA Era. *SIBATIK JOURNAL | VOLUME* [Internet]. 2024;3(8):1067–82. Available from: <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK>
 7. Sulchan M, Zulfa Maslihatin M, Yulikah A. Peran Digitalisasi Bisnis Terhadap Pemulihan Ekonomi dalam Meminimalisir Pengangguran di Indonesia. 2021.
 8. Utami CW, Susanto H. *Entrepreneurial Marketing: Konsep dan Implementasi di Indonesia*. Vol. 1. 2022. 1–47 p.
 9. Bajwa SS, Wang X, Nguyen Duc A, Abrahamsson P. “Failures” to be celebrated: an analysis of major pivots of software startups. *Empir Softw Eng*. 2017 Oct 1;22(5):2373–408.
 10. Eka Fitria S, Fathurachman GA. Analysis of Factors That Influence Business Strategy Decision Making on Startup Through The Concept of Pivot Strategy. *Asian Journal of Research in Business and Management*. 2022 Jun 1;4(2):14–23.
 11. Creswell JW. *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 6th ed. Thousand Oaks, California: Sage Publications Inc; 2023.
 12. De Sordi JO. *Qualitative Research Methods In Business Techniques for Data Collection and Analysis*. 2024.
 13. Moleong LJ. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya; 2017.