

NFT (Non Fungible Token) As A Digital Asset And Alternative Marketplace To Improve Value Added Student Activities

NFT (Non Fungible Token) Sebagai Aset Digital Dan Alternatif Marketplace Untuk Meningkatkan Aktivitas Mahasiswa Bernilai Tambah

Dwi Epty Hidayaty¹, Dexi Triadinda²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan

Karawang^{1,2}

dwi.epty@ubpkarawang.ac.id¹, dexidinda@ubpkarawang.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to obtain an overview of how UBP Karawang students who are in Karawang Regency build their existing businesses to become more advanced because the support for creativity that is developed from creative ideas on products that are marketed can have added value. The design of this research activity starts from a literature study on UBP Karawang students who have businesses, startup businesses or startup businesses. This type of research is field research using descriptive qualitative analysis techniques. The research results are in the form of an overview of ideas and creativity as well as strategies used by students who also have businesses as young creative startup business people in Karawang Regency who can make a positive contribution to their place of business and the surrounding community environment as well as a new breakthrough in the world of the digital economy. The results of the research that have been summarized, one of the technological advances that are currently developing is the use of NFT (Non-Fungible Token) as a digital asset that can be an alternative marketplace and as a way for students who own businesses and become value-added.

Keywords: NFT (Non Fungible Token), Digital Asset, Marketplace, Startup, Value Added.

ABSTRAK

Salah satu kemajuan teknologi dapat menjadi alternatif marketplace yang sedang trend kalangan generasi millennial ataupun generasi Z. Namun terkadang para mahasiswa belum mengetahui tentang manfaat penggunaan teknologi seperti NFT dapat menjadikan usahanya berkembang lebih pesat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana para mahasiswa UBP Karawang mengembangkan usahanya yang sudah berjalan menjadi lebih maju dengan dukungan kreativitas dari ide-ide kreatif pada produk yang dipasarkan dapat bernilai tambah. Rancangan kegiatan penelitian ini dimulai dari studi literatur pada mahasiswa UBP Karawang yang memiliki usaha, bisnis rintisan atau bisnis *startup*. Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitian yang berupa gambaran ide dan kreativitas serta strategi yang digunakan oleh mahasiswa yang juga mempunyai usaha sebagai pelaku bisnis *startup* muda kreatif di Kabupaten Karawang yang dapat memberikan kontribusi positif terhadap tempat usahanya dan lingkungan masyarakat sekitarnya serta adanya dobrakan baru terhadap dunia perekonomian digital. Hasil penelitian yang telah dirangkum, salah satu kemajuan teknologi yang sedang berkembang yaitu pada penggunaan NFT (*Non Fungible Token*) sebagai *aset digital* yang dapat menjadi alternatif *marketplace* dan sebagai jalan bagi para mahasiswa yang memiliki usaha dan menjadi bernilai tambah.

Kata Kunci: NFT (*Non Fungible Token*), Aset Digital, Marketplace, Startup, Bernilai tambah (*Value Added*).

1. Pendahuluan

Perubahan dinamis terhadap dunia perekonomian yang terjadi sangat berdampak hampir di setiap negara. Kondisi dimana setiap negara pun harus tetap menjalani meskipun bisa dikatakan siap atau tidak siap terhadap perubahan tersebut yang terjadi dibeberapa tahun terakhir. Salah satu tren terkini yaitu semua aspek merambah ke dunia digital. Sedikit

mengulas tentang pasar yang sedang benar-benar dikenal saat ini, dan pada momen terbesarnya, dengan adanya ketentuan tidak ingin berhenti dalam waktu dekat, pasar internet atau pasar online, yang telah memungkinkan untuk maju secara luas di beberapa sektor, baik itu di bidang hiburan, interaksi sosial, teknologi dan khususnya di sektor bagian jual beli produk, ide, dan barang digital. Di sinilah bisa terlihat pada bagian terakhir di mana minat mayoritas terungkap, karena banyak teknologi baru yang meningkatkan pasar ekonomi, baik digital maupun fisik. Dengan internet, penjual akan memiliki kemudahan dalam mempromosikan dan menjual produk di pasar yang lebih luas. Dalam proses pembuatan website, analisis, perancangan, pengkodean program, pengujian dan pemeliharaan sangat diperlukan.

Adapun dampak dan permasalahan yang terjadi yaitu para mahasiswa yang saat ini juga selain aktivitasnya menempuh proses belajar dan mencari ilmu di lingkungan kampus, tidak sedikit dari mereka juga ternyata menjadi pelaku bisnis rintisan atau biasa disebut juga *startup*. Makin majunya teknologi menyebabkan perusahaan *startup* semakin menjamur. *Startup* merupakan bisnis baru dirintis dengan memanfaatkan teknologi digital. Perusahaan *startup* memiliki ciri sendiri yakni usaha yang masih berkaitan erat dengan teknologi seperti, web, aplikasi ataupun jenis lainnya. Saat membangun *startup* tidak hanya harus memiliki modal banyak saja, tetapi ada beberapa hal lain yang harus diperhatikan. Seperti dengan membentuk tim solid, kepercayaan diri dan masih banyak lagi. Di Indonesia, bisnis *startup* masih memiliki peluang besar.

Berdasarkan data *startupranking.com*, jumlah *startup* di Indonesia mencapai 2.219 perusahaan. Nomor satu diduduki oleh Amerika Serikat (AS) dengan jumlah *startup* 66.806 perusahaan, disusul oleh India 9.349 perusahaan, Inggris 5.548 perusahaan dan Kanada 2.850 perusahaan. Dan Indonesia menduduki *Top five* jumlah *startup* terbanyak di dunia. Tujuan khusus penelitian ini adalah untuk menganalisis mahasiswa yang juga sebagai pelaku usaha bisnis rintisan atau *startup* sebagai *entrepreneur* muda di Kabupaten Karawang dalam aktivitas bernilai tambah. Indikator pengukuran aktivitas bernilai tambah, maka aktivitas tersebut harus memenuhi 3 kriteria, yaitu aktivitas menyebabkan adanya perubahan fisik dan bentuk, perubahan fisik dan bentuk tidak dapat dilakukan oleh aktivitas sebelumnya, dan aktivitas yang memungkinkan aktivitas lain untuk dilaksanakan.

Urgensi dalam penelitian ini diharapkan pada ide dan kreativitas mahasiswa serta strategi yang digunakan mahasiswa sebagai pelaku bisnis *startup* muda kreatif di Kabupaten Karawang yang dapat memberikan kontribusi positif terhadap tempat usahanya dan lingkungan masyarakat sekitar, serta adanya dobrakan baru terhadap dunia perekonomian digital.

2. Tinjauan Pustaka

NFT (*Non Fungible Token*)

NFT yang merupakan singkatan dari "*Non Fungible Token*", adalah versi digital, token, atau unit yang dibuat oleh perusahaan hukum atau perorangan, yang memiliki validitas penggunaan yang unik dengan perusahaan yang membuatnya atau dapat digunakan untuk perlindungan dan pengiriman data tertentu, sedangkan konsepnya adalah non-konsumsi, membahas karakter unik dari sesuatu yang tidak dapat diganti, dimodifikasi, dipertukarkan atau dikonversi dengan cara apa pun oleh orang lain yang setara [5]. NFT dianggap sebagai aset digital, berdasarkan *Blockchain* yang menyajikan kode kepada pengguna, enkripsi metadata (pengelompokan data yang menggambarkan konten atau sumber daya) benar-benar berbeda satu sama lain, yang membuat mereka unik dan dapat diidentifikasi, tetapi memiliki kemampuan untuk bekerja dengan satu sama lain, bahkan memberikan titik penggabungan satu sama lain dan menciptakan yang baru dan berbeda dari asli. Dari yang "sekedarnya" berinvestasi di instrumen emas, hingga surat berharga, di era internet, aset digital mampu menjadi instrumen investasi yang diandalkan. Aset digital yang kini umum ditemui yakni mata

uang digital, atau yang biasa disebut dengan *cryptocurrency* [6]. NFT sendiri merupakan aset digital yang berbentuk karya seni maupun barang koleksi yang bisa dipergunakan untuk membeli sesuatu secara virtual. Semua aset digital tersebut akan terverifikasi melalui blockchain. NFT dapat digunakan mahasiswa sebagai pelaku *startup* menjadi media ide-ide dan kreativitas untuk dapat mengembangkan bisnisnya.

Aset Digital

Aset digital adalah segala macam tulisan atau media yang diformat dalam bentuk file biner. Aset digital ini bisa dilihat sebagai barang nyata yang kita klaim kepemilikan dan kontrol atas nilainya. Seiring majunya teknologi, aset digital ini merupakan data-data yang terus hadir terlepas dari perangkat tempat aset digital itu disimpan atau dibuat. Pertumbuhan manajemen aset digital juga turut melonjak. Secara umum, aset digital adalah segala sesuatu yang disimpan secara digital dan memberikan nilai bagi individu atau perusahaan. Hal ini dapat berupa gambar/foto, teks, video, audio, PDF, desain/grafis, slide presentasi, spreadsheets, dan website [9]. Ada 3 elemen kunci yang menjadikan file atau dokumen sebagai aset digital:

1. Aset digital harus berbentuk file digital milik individu/perusahaan
2. File tersebut harus memberikan nilai bagi individu/perusahaan
3. Kemudian harus mudah diakses, dicari, dan didistribusikan

Di era teknologi ini segala sesuatu dapat berubah menjadi aset digital jika kita dapat memanfaatkan aset tersebut hingga memberikan nilai. Berikut adalah beberapa contoh aset digital yang populer:

1. Crypto

Jenis aset digital mata uang crypto atau *cryptocurrency* adalah salah satu bentuk investasi aset digital yang paling kontroversial. Aset digital dalam bentuk mata uang crypto dirancang sebagai media pertukaran menggunakan kriptografi. Crypto tidak dilindungi oleh otoritas keuangan di Indonesia karena terlalu beresiko dan dikendalikan oleh miliarder.

2. Saham dan Reksa Dana

Saham dan reksa dana memiliki konsep yang sama dengan crypto. Investasi dalam bentuk aset digital saham dan reksa dana sudah banyak dilakukan oleh masyarakat karena kemudahan transaksinya yang bisa dilakukan secara online.

3. Sosial Media

Akun sosial media milik perusahaan, selebgram, atau *influencer* yang telah membangun jejak digital atau *image* dan dapat mempengaruhi pengikutnya dengan banyaknya jumlah *follower* di akun media sosial dan dapat memberikan pengaruh kepada mereka, akun media sosial berhasil memberikan nilai dan menjadi salah satu bentuk aset digital yang berharga di zaman ini.

Marketplace

E-marketplace adalah sebuah sistem informasi antar organisasi dimana pembeli dan penjual di pasar mengkomunikasikan informasi tentang harga, produk dan mampu menyelesaikan transaksi melalui saluran komunikasi elektronik. Suatu e-marketplace merepresentasikan suatu struktur sosial, konsep ekonomi pasar, dan penggunaan teknologi. E-marketplace dapat memberikan peluang untuk melakukan bisnis dan melaksanakan transaksi melalui saluran elektronik, biasanya pada platform yang berbasis internet. Marketplace adalah pemakaian data elektronik serta aplikasi perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, harga sebuah ide, distribusi barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang sesuai dengan tujuan.

Pelaku Bisnis *Startup* Muda

Istilah *startup* banyak dikaitkan dengan segala yang berbau teknologi, internet, dan hal-hal yang berhubungan dengan dua hal tersebut. Informasi mengenai karakteristik dari sebuah perusahaan *startup* adalah:

- a. Usia perusahaan kurang dari 3 tahun.
- b. Jumlah pegawai kurang dari 20 orang.
- c. Pendapatan kurang dari 100.000 Dollar/tahun.
- d. Masih dalam tahap berkembang dan umumnya beroperasi dalam bidang teknologi.
- e. Produk yang dibuat berupa aplikasi dalam bentuk digital.
- f. Biasanya beroperasi melalui website.

Dari poin karakteristik *startup* yang disebutkan dapat dilihat jika saat ini, *startup* tidak hanya menghasilkan produk dalam bentuk digital. Saat ini, banyak *startup* yang menghasilkan produk makanan/minuman, alat kesehatan, minyak atsiri, dan masih banyak lainnya. Generasi millennial dan generasi Z dengan rentang usia 18-39 tahun masuk kategori pelaku bisnis *startup* yang sebagian diantaranya berstatus sebagai mahasiswa.

Aktivitas Bernilai Tambah (*Value Added*)

Aktivitas bernilai tambah adalah aktivitas yang memberi kontribusi terhadap nilai pelanggan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan atau organisasi yang membutuhkannya. Aktivitas bernilai tambah merupakan aktivitas-aktivitas yang memang seharusnya dilakukan dan benar benar diperlukan dalam penyediaan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan pencapaian tujuan manajemen perusahaan. Misalnya, aktivitas perancangan produk, pemrosesan oleh tenaga kerja langsung, penambahan bahan langsung, dan aktivitas yang berkaitan dengan mesin dan pengiriman produk. *Value Added Activity* merupakan aktivitas yang diperlukan agar dapat bertahan dalam dunia bisnis. Jika aktivitas ini dihilangkan sudah pasti akan menurunkan kualitas dari produk yang dihasilkan yang akan berpengaruh terhadap konsumen dalam jangka panjang [13]. Aktivitas bernilai tambah (*value added activities*) adalah aktivitas yang memberikan value kepada customer [14].

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden. Kegiatan penelitian ini dimulai dengan pengumpulan data dan informasi yang dilakukan dengan metode observasi dan wawancara kepada para mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang yang juga sebagai pelaku bisnis *startup*. Tujuan penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu untuk mengamati secara langsung tanpa mediator bagaimana para mahasiswa membuat rancangan ide-ide dan kreativitasnya sebagai pelaku bisnis *startup* muda dalam meningkatkan aktivitas yang bernilai tambah.

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti guna mengumpulkan data-data baik dari informan yang juga sebagai responden. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden [1].

Tim peneliti melakukan penelitian sesuai dengan diagram Alir yang dibuat sebelumnya, yaitu mulai dari:

- a. Tahap persiapan
 - Melakukan pengamatan awal, peneliti mengamati secara langsung gejala-gejala umum permasalahan seperti aktivitas mahasiswa sebagai pelaku bisnis *startup*.

- Menentukan permasalahan bersifat tentative dari hasil pengamatan awal. Persiapan ini diantaranya melakukan pengamatan langsung kepada tempat usaha milik mahasiswa sebagai informan, kemudian menentukan permasalahan yang ada dari tiap masing-masing informan. Selain itu meliputi data-data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam kepada responden yaitu mahasiswa yang memiliki usaha dan juga wawancara pakar baik praktisi baik dibidang digitalisasi dalam hal ini praktisi yang berkaitan dengan NFT, Aset Digital dan Marketplace, maupun pengusaha /founder yang menggunakan sistem digitalisasi dalam memajukan usahanya.

b. Studi Lapangan dan Studi Literatur

- Studi lapangan untuk mendapatkan berbagai informasi yang berkaitan dengan aktivitas mahasiswa yang juga berwirausaha sebagai pelaku bisnis *startup* muda kreatif di Kabupaten Karawang
- Studi literatur untuk perbanyak literasi sebagai bahan penunjang meliputi teori tentang penggunaan NFT, indikator aset digital, *marketplace*, bisnis *startup* dan kriteria untuk aktivitas yang bernilai tambah (*value added*).
- Pengumpulan data dengan observasi dan wawancara langsung kepada responden yaitu para mahasiswa UBP Karawang yang juga berwirausaha dan kepada partisipan dalam hal ini praktisi dibidang kaitan dengan fokus penelitian.

Berdasarkan pengisian data survei yang diisi oleh para mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang yang berwirausaha dengan berbagai jenis usaha, mulai dari Produk/Furniture, Jasa/konveksi, Barbershop/cukur rambut, Tempat Wisata dan Kuliner, Café, Jasa Perbaikan Komputer, Main Couse dan lainnya, rata-rata dari mereka sudah mengenal dengan adanya NFT, Aset Digital dan juga beberapa diantaranya aktif pemasaran di marketplace yang sudah tersedia dan ternama.

Tim peneliti juga melakukan wawancara kepada partisipan yaitu praktisi maupun pakar dibidang yang berkaitan dengan fokus penelitian yaitu :

1. Dr. Andri Alamsyah, S.Si., M.Sc (Pakar bidang Blockchain terkait NFT dan Metaverse)
2. Muchammad Iskandar Zulkarnain Al Gazali Alfredo (Founder Vauzzatamma dan Ezy Industry)

c. Reduksi Data

Reduksi data yang berhasil dirangkum dari hasil wawancara dan menyimak pembahasan mendalam oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Terkait NFT berharga atau tidaknya, pada dasarnya NFT hanyalah sebuah token digital, atau sertifikat digital yang unik dan hanya ada satu di dunia dan keasliannya disertifikasi menggunakan blockchain. Urusan berharga atau tidak berharga, tergantung permintaan dan penawaran (atau tergantung developernya cukup kreatif atau tidak untuk menciptakan permintaan dan penawaran).
2. NFT dapat menjadi nilai tambah untuk suatu barang atau jasa, bisa dikatakan ya, bisa juga tidak. Tergantung bagaimana cara penjual (atau developer) membuat *supply* dan *demandnya*, tergantung kreatifitasnya, kalo menurut pakar, bisa. Intinya harus paham kalo NFT adalah sebuah sertifikat unik secara digital.
3. NFT bisa jadi instrumen investasi apabila suatu saat bisa dijual lebih tinggi dan ada yang membeli karya yang di NFT-kan.
4. Bagi pelaku bisnis dalam hal ini mahasiswa yang berwirausaha, NFT dapat bermanfaat tergantung kreatifitas mahasiswanya, banyak kemampuan yang diperlukan untuk membuat ini jadi besar, mulai kemampuan develop nft, kemampuan komunikasi marketing, kemampuan value creation, kemampuan financial modelling (bisa jadi investasi, atau hanya komoditi jual beli aja, atau value2 keuangan yang lain), kemampuan develop manajemen bisnis proses (seperti tadi yang mau party di gedung utter masuknya harus pake token, ini

semacam ngehijack 1 "proses" yang mengharuskan pake token, yaitu masuk gedung, yang bikin token tersebut berharga.

Tabel 1. Triangulasi Sumber Pemili Usaha

NO	ITEM PERTANYAAN	INFORMAN 1 (Sdri D. Nimah)	INFORMAN 2 (Sdra Ranly. B)	INFORMAN 3 (Sdra S. Akhyar)	INTERPRETASI DATA
1	sudah berapa lama usaha anda berdiri ?	kurang lebih 2 tahun, semenjak pandemi dimulai kami lebih aktif	kurang lebih dua tahun sejak 2019, terutama sejak pandemi	kurang lebih dua tahun sejak 2019, terutama sejak pandemi	masing-masing informan memulai usahanya kurang lebih dua tahunan sejak 2019, terutama saat pandemi aktivitas bisnis makin meningkat.
2	siapa saja segmen produk anda ?	segmen saya adalah kalangan menengah dan menengah atas.	segmen saya kalangan menengah	Lebih banyak kalangan Mahasiswa, karena lokasi area dekat dengan kampus (ada 2 kampus besar)	konsumen kalangan menengah menjadi segmen utama
3	strategi apa yang ada utamakan dalam memasarkan produk ?	saya menggunakan strategi kualitas produk, jadi memang harga di tempat saya lebih mahal dari pada di marketplace tapi saya menjamin kualitas produknya.	yang menjadi prioritas saya adalah kualitas produk, tidak papa harga saya lebih mahal sedikit dibanding kompetitor namun kualitas produk adalah yang utama	Service excellent kepada para pelanggan, dan selain standby ditoko ada juga dengan sistem jemput bola	masing-masing pemilik usaha lebih concern pada kualitas produk dibandingkan harus perang harga.
4	siapa saja selama ini yang sudah menjadi konsumen anda?	konsumen saya biasanya perusahaan-perusahaan seperti kantor perbankan, Mall, konsumen perorangan	konsumen kebanyakan dari sekolah-sekolah ataupun dari perusahaan biasanya pesan secara partai (banyak)	Mahasiswa, karyawan, Dosen dan kalangan masyarakat Umum baik di dalam maupun diluar kota	konsumen dari perusahaan maupun perorangan.
5	apakah produk anda hanya dipasarkan di wilayah kabupaten karawang ?	produk sudah dipasarkan di karawang maupun luar kabupaten karawang atau dikota-kota lain sampai ke jakarta, bandung	produk saya sudah sampai di luar negeri yaitu amerika, dan beberapa kota di Indonesia.	Pelanggan berasal dari dalam kota Karawang dan luar Karawang	selain dari kabupaten karawang, pelanggan juga berasal dari beberapa kota di Indonesia.
6	apakah anda sudah memanfaatkan pemasaran digital?	sudah, hanya terbatas pada satu media sosial yaitu instagram	sudah dikelola, namun hanya pada media sosial instagram	Sudah aktif dengan pemasaran digital dan marketplace (seringnya khusus media pembayaran diluar kota)	instagram merupakan satu-satunya platform untuk memasarkan produk dan share beberapa konten yang berhubungan dengan produk.
7	apakah anda sudah memiliki akun khusus di marketplace untuk usaha anda?	belum, karena saya terkendala dalam pengiriman produk. Saya khawatir jika ada pemesanan di daerah yang jauh dari karawang konsumen akan terbelah pada biaya kirim produk.	belum, karena saya masih terkendala pada SDM, jadi khawatirnya ada PO yang jumlahnya banyak dari marketplace sehingga kami tidak mampu memenuhi permintaan pelanggan karena terkendala dari proses produksi, tetapi sudah memiliki alamat Web, yaitu braveryproject id	Sudah aktif menggunakan marketplace ternama	para pelaku usaha hanya memanfaatkan instagram sebagai media pemasaran produk, belum memiliki akun di marketplace
8	apakah logo dari usaha anda ini sudah anda hak patenkan ?	masih belum	masih belum	Belum, setelah wawancara baru tertarik dan akan diproses untuk paten dan hak cipta dari logo usaha	para pelaku usaha belum mendaftarkan hak paten terhadap logo brand nya.
9	apakah anda sudah mengenali istilah metaverse ?	pernah dengar tapi saya belum paham betul itu apa	hanya tau dari media sosial dan berita-berita tapi belum tau bagaimana manfaatnya	Sudah mengetahui, tetapi info nya sedikit	para pelaku usaha belum memahami seputar metaverse
10	apakah anda memahami makna aset digital untuk usaha anda?	saya belum memahami	saya belum terpikirkan dan juga belum paham	Masih belum terlalu paham	pelaku usaha belum memahami tentang makna aset digital bagi usahanya.
11	apakah anda tertarik untuk menambah aset digital anda dengan memperjualbelikan logo ataupun design anda di metaverse ?	untuk saat ini saya masih banyak kendala pada sistem pengiriman barang yang biayanya selalu dipersepsikan mahal oleh konsumen karena memang size dari produk cukup besar, dan juga belum ada tim yang solid, sehingga untuk mengelola usaha saya ini dengan menambah aset digital masih belum ada rencana dalam jangka pendek.	karena saya masih terkendala pada bidang SDM yang berujung pada kegiatan produksi, maka saya masih concern untuk membenahi hal tersebut jika sudah saya berencana menambah market share dengan memanfaatkan e-commerce ataupun marketplace, untuk selanjutnya saya akan merencanakan untuk mengikuti trend saat ini dimana saya bisa menambah aset digital saya di metaverse dengan memperjual belikan design atau logo brand saya., dan memasuki dunia digital fashion.	Masih menimbang dan akan mencari tau lebih jelas terkait Metaverse, Alat pembayaran digital (Crypto) dan NFT yang ada pada dunia digital	para pelaku usaha masih banyak kendala internal perusahaan yang harus diselesaikan sebelum mereka memulai menambah aset digital di metaverse.
12	Apakah terdapat pesaing usaha sejenis?	Ya. Home with décor	Ya, nekadshop	Ya, Brother Computer, Tanpa Titik Computer, Karib IT Solution	Walaupun pelaku usaha memiliki pesaing untuk usaha sejenis, namun mereka tetap konsisten dan ada target pencapaian yang membuat mereka terus bertahan dalam usaha
13	Nilai tambah/Value Added apa yang diharapkan dari produk usaha yang saat ini dijalankan?	Dapat menjadi produksi dan sewa beambag dengan kualitas, pelayanan, dan bergaransi untuk konsumen.	Ketutamaan kualitas	Citra merek yang positif, dikenal di dunia nyata maupun di dunia maya	Masing-masing pelaku usaha tetap mengutamakan kualitas dan menjaga citra merek usahanya
14	Bagaimana rencana/planning pengembangan usaha kedepan?	Ikuti trend, Menggunakan Digitalisasi, Melakukan ekspansi di luar karawang. Memperluas relasi, memperkuat aspek manajemen, penjualan dan strategi.	Ikuti trend	Ikuti trend	Masing-masing pelaku usaha dikarenakan masih berjiwa muda, semangat usahanya bisa mengikuti trend karena dari ketiganya sudah melek digital
15	Setelah melakukan wawancara ini dan mengetahui NFT, apakah saudara berminat buat NFT?	Tidak, karena masih mempertimbangkan resiko	Mungkin, namun ada ketertarikan	Ya, tertarik mendaftar	Masing-masing masih mempertimbangkan resiko, dikarenakan NFT menjadi hal baru bagi mereka

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

d. Penyajian Data

1. Analisis Data

Dari hasil analisis data, peneliti menemukan model strategi bisnis untuk para mahasiswa mengembangkan ide-ide dan kreativitas, baik melalui media digital seperti penggunaan NFT dan alternatif marketplace yang dapat meningkatkan aktivitas nilai tambah mahasiswa. Pengujian untuk mahasiswa akan adanya peningkatan nilai tambah aktivitasnya dapat dilakukan dengan mengambil random sampling dari responden yaitu sebanyak 3 perwakilan mahasiswa yang memiliki usaha tersebut dari indikator pengukuran aktivitas bernilai

tambah yang ditentukan dapat memenuhi 3 (tiga) kriteria: aktivitas menyebabkan adanya perubahan fisik dan bentuk, perubahan fisik dan bentuk tidak dapat dilakukan oleh aktivitas sebelumnya, dan aktivitas yang memungkinkan aktivitas lain untuk dilaksanakan [3].

2. Display Data

Peneliti menyajikan data dalam penelitian kualitatif ini dari hasil wawancara sebagai berikut:

1. Setiap Produk yang dihasilkan atau diproduksi, dapat meningkatkan ataupun menurunkan pendapatan, semua tergantung produknya, khusus di NFT, produk yang dibuat itu terbatas, artinya setiap satu satuan produk dibuat NFT per satuan.
2. Di Indonesia, NFT itu bisa naik tetapi bisa turun juga, karena dilihatnya bentuk representasi dari karya.
3. Yang membuat NFT berharga karena ada sifat turunan dari Blockchain, transparan, setiap catatan tidak bisa diubah, penyimpanan aman seperti bentuk wallet pada masa sekarang, kuat badan hukumnya

5. Penutup

Kesimpulan

1. NFT adalah aset digital, itu semua tergantung mahasiswa yang berwirausaha apakah memiliki nilai dengan mampu mengembangkan ide-ide kreatif yang bernilai tinggi dan tidak ada duanya.
2. NFT juga bisa menjadi sarana investasi jika suatu saat bisa dijual dengan harga lebih tinggi dan ada yang membelinya, jika tidak ada yang membeli maka bukannya menjadi investor tetapi menjadi rugi.
3. Banyak skill yang dibutuhkan untuk menjadi pengusaha atau memiliki bisnis besar, tergantung kreatifitas mahasiswa itu sendiri mulai dari mengembangkan *NFT skill*, *marketing communication skill*, *value creation skill*, *financial modeling skill* (bisa berupa investasi, atau sekedar *buying* dan menjual komoditas, atau nilai keuangan lainnya), kemampuan mengembangkan manajemen proses bisnis.

Daftar Pustaka

- Bhaskoro, A. T. (2021, November 15). Retrieved from [dailysocial.id: https://dailysocial.id/post/tren-aset-digital-kian-meningkat-ada-peluang-bangun-startup-berekosistem-blockchain](https://dailysocial.id/post/tren-aset-digital-kian-meningkat-ada-peluang-bangun-startup-berekosistem-blockchain)
- Hansen dan Mowen, 2012. (2020, Januari 17). Retrieved from [shiftindonesia.com: http://shiftindonesia.com/3-kriteria-aktivitas-disebut-memiliki-nilai-tambah-value-add/](http://shiftindonesia.com/3-kriteria-aktivitas-disebut-memiliki-nilai-tambah-value-add/)
- Hardiyanto, L. (2018). Motivasi Mahasiswa Menjadi Start up Digital Entrepreneur (Technopreneurship). *Jurnal Ilmu Pendidikan STKIP Kusuma Negara*, vol 10 No 1.
- Indonesia, C. (2022, Januari 19). Retrieved from [cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220119074437-92-748423/sama-sama-aset-digital-apa-beda-nft-dengan-kripto](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220119074437-92-748423/sama-sama-aset-digital-apa-beda-nft-dengan-kripto)
- Karsandi, R. (2017, Agustus). *Mengenal Bisnis Startup di Indonesia*. Retrieved from [grevia.com: http://www.grevia.com/article/45/mengenal-bisnis-startup-di-indonesia](http://www.grevia.com/article/45/mengenal-bisnis-startup-di-indonesia)
- Matthieu Nadini, L. F. (2021). Mapping the NFT revolution: market trends, trade networks, and visual features. *https://www.nature.com/Scientific Reports*, 20902
- Peterson, S. T. (2022). 1. 2022 Professional investments in NFT Market trends, forecasts and tutorials for buying and selling NFTs by Peterson, Sam Tomas. <https://in.b-ok.as/book/18689463/e1420a>. Retrieved from <https://in.b-ok.as/book/18689463/e1420a>
- populix.co. (2021, Mei 14). *Mengenal Apa itu Marketplace, Ini Bedanya dari E-Commerce menurut para ahli (Strauss)*. Retrieved from [populix.co: url](https://populix.co)

- Prastiwi, M. (2021, 11 14). Retrieved from Kompas.com: <https://edukasi.kompas.com/read/2021/11/14/060700971/mahasiswa-perhatikan-5-tips-bangun-startup-yang-perlu-diketahui?page=all>
- Qatros.com. (2022). Retrieved from Qatros.com: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220119074437-92-748423/sama-sama-aset-digital-apa-beda-nft-dengan-kripto>
- Qisqus2. (2022, February 10). Retrieved from qisqus.com: <https://www.qiscus.com/id/blog/aset-digital/>
- Rahmat Wirnawan, F. A. (2010). Retrieved from wordpress.com: <https://gaharuchrome.blogspot.wordpress.com/2010/07/15/bab-3-metode-penelitian>
- Riwayadi. (2014). *Akuntansi Biaya. Pendekatan Tradisional dan Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Robert Marco, B. T. (2017). Analisis Sistem Informasi E-Marketplace pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Bambu Dusun Brajan. *Jurnal ilmiah DASI (Data Manajemen dan Teknologi Informasi)*, vol 18 No 2. Retrieved from <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/dasi/article/view/1916>
- Siregar., B. d. (2013). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Utami, S. S. (2021, Maret 05). Retrieved from Medcom.id: <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/GbmqrQxb-erick-jumlah-startup-indonesia-masuk-top-5-dunia>
- Y. Rahmadi, Y. A. P. dan M. A. H, Pengembangan Modul Freemium Aplikasi Tell-Us (Telkom University Store) Menggunakan Metode Iterative Incremental dan Framework Laravel, vol. I, p. 3