

Pemanfaatan Aplikasi Telegram Sebagai Platform Bisnis Digital : Perspektif Pelajar Sebagai Pengguna Aktif Telegram

Listari Noviyanti

Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Indonesia

Email: 2205050046@student.umrah.ac.id

Alamat: Jl. Raya Dompok, Dompok, Kec. Bukit Bestari, Kota Tanjung Pinang, Kepulauan Riau 29115

Korespondensi penulis: 2205050046@student.umrah.ac.id

Abstract. Nowadays, advances in information and communication technology have opened up new opportunities in the world of digital business, including the use of the Telegram application as a business platform. This research aims to understand how students, as the digital native generation and active users of Telegram, utilize this application to carry out digital business activities. The author conducted the research using a descriptive qualitative approach, and collected data through interviews, observations, and library studies involving six informants aged 14-17 years. The results of this study show that the Telegram App, with features such as channels, large-capacity groups, and automated bots, provides flexibility and efficiency that support students in running small businesses, such as selling services, digital products, and community management. However, challenges such as fraud risk and fierce competition are also major obstacles. This research highlights the potential of Telegram in supporting students to develop creativity, communication skills and entrepreneurial spirit early on, while contributing to economic empowerment in the digital era.

Keywords : Telegram, Digital Business, Students

Abstrak. Pada zaman sekarang ini kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru dalam dunia bisnis digital, termasuk pemanfaatan aplikasi Telegram sebagai platform bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana para pelajar, sebagai generasi digital native dan pengguna aktif Telegram, memanfaatkan aplikasi ini untuk menjalankan aktivitas bisnis digital. Penulis melakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dan mengumpulkan data melalui kegiatan wawancara, observasi, dan studi kepustakaan yang melibatkan enam informan berusia 14-17 tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Aplikasi Telegram, dengan fitur-fitur seperti channel, grup berkapasitas besar, dan bot otomatis, memberikan fleksibilitas dan efisiensi yang mendukung para pelajar dalam menjalankan bisnis kecil-kecilan, seperti menjual jasa, produk digital, hingga pengelolaan komunitas. Meskipun demikian, tantangan seperti risiko penipuan dan persaingan yang ketat juga menjadi hambatan utama. Penelitian ini menyoroti potensi Telegram dalam mendukung pelajar untuk mengembangkan kreativitas, keterampilan komunikasi, dan jiwa kewirausahaan sejak dini, sekaligus berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi di era digital.

Kata Kunci : Telegram, Bisnis Digital, Pelajar

1. LATAR BELAKANG

Seiring berkembangnya zaman, kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi telah berhasil membawa perubahan yang sangat besar termasuk dalam berbagai aspek kehidupan, misalnya cara orang berkomunikasi dan berbisnis. Pada era sekarang ini, digitalisasi menjadi salah satu elemen utama dalam transformasi global yang telah mengubah cara individu, organisasi, dan negara berinteraksi satu sama lain. Salah satu dampak paling signifikan dari digitalisasi adalah munculnya berbagai platform komunikasi berbasis internet, seperti media sosial, aplikasi perpesanan, dan sistem berbasis cloud, yang memungkinkan konektivitas lintas batas tanpa hambatan geografis.

Salah satu teknologi yang semakin populer digunakan pada saat ini adalah platform komunikasi instan, seperti Telegram. Telegram sebagai salah satu platform komunikasi berbasis internet telah berkembang pesat sejak pertama kali dirilis pada tahun 2013. Hal yang membuat aplikasi telegram ini banyak diminati adalah karena aplikasi ini dilengkapi dengan fitur-fitur unggulan seperti saluran (channels), grup berkapasitas besar, bot otomatis, serta keamanan dengan enkripsi end-to-end. Telegram tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi pribadi, tetapi juga menjadi alat penting dalam menjalankan bisnis digital. Bisnis digital mengacu pada aktivitas promosi suatu merek atau produk yang dilakukan melalui media elektronik. Di era globalisasi saat ini, Telegram digunakan secara luas untuk mendukung berbagai aktivitas bisnis, seperti digital marketing, manajemen komunitas, dan pengembangan bisnis berbasis teknologi. Proses transformasi digital telah memberikan dampak signifikan pada dunia bisnis, mempercepat berbagai kegiatan dan proses kerja, sehingga memungkinkan pemanfaatan peluang secara lebih strategis (Junita, 2020).

Untuk memulai bisnis kini tidak lagi terbatas pada usia, profesi, atau pengalaman. Pada era digital ini, kemudahan untuk mengakses teknologi dan platform daring memungkinkan siapa saja untuk berinovasi dan memanfaatkan peluang bisnis termasuk para pelajar. Memulai bisnis bagi para pelajar bukan hanya untuk menghasilkan uang jajan tambahan. Namun, juga berfungsi sebagai media untuk mempelajari bagaimana cara mengelola keuangan, melatih kemampuan berkomunikasi, dan mengembangkan jiwa kewirausahaan sejak dini. Salah satu platform yang populer di kalangan pelajar untuk memulai bisnis adalah Telegram. Telegram sendiri memberikan kemudahan bagi para pelajar dengan menawarkan fleksibilitas dan efisiensi yang dapat mendukung mereka menjalankan aktivitas bisnis sambil tetap mengelola kewajiban akademik.

Telegram sendiri menyediakan fitur-fitur yang mendukung, seperti channel, grup, dan bot otomatis sehingga membuat telegram menjadi alat yang efektif untuk memasarkan produk, menjangkau pelanggan, dan menjalankan transaksi. Kemudahan penggunaan Telegram juga memungkinkan pelajar menjalankan bisnis tanpa harus mengganggu aktivitas belajar mereka. Pelajar sebagai generasi digital native memiliki kemampuan adaptasi yang cepat terhadap teknologi baru, sehingga menjadikan mereka sebagai salah satu pengguna aktif yang memanfaatkan Telegram untuk kebutuhan bisnis. Dengan menggali perspektif pelajar sebagai pengguna aktif Telegram, penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana aplikasi ini mendukung kegiatan bisnis mereka, apa saja kendala yang dihadapi, serta potensi yang dapat dikembangkan untuk penggunaan Telegram secara lebih efektif di masa depan.

2. KAJIAN TEORITIS

Telegram sebagai Media Digital dan Platform Bisnis

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong adopsi media digital dalam berbagai aktivitas bisnis. Media digital, termasuk aplikasi seperti Telegram, yang memungkinkan komunikasi menjadi lebih cepat, efisien, dan fleksibel. Menurut (Puti et al., 2018), Romli (2012) Menyatakan bahwa media online mencakup seluruh platform digital yang dapat diakses melalui internet dan digunakan untuk berbagi informasi dalam berbagai jenis format, misalnya seperti teks, gambar, video, dan suara. Telegram sendiri menampilkan fitur-fitur seperti channel, grup, dan bot, dianggap sebagai salah satu aplikasi yang secara efektif mendukung bisnis digital. karena mampu mengelola interaksi pelanggan dan menyediakan solusi otomatisasi.

Telegram adalah aplikasi berbasis cloud dengan berbagai fitur seperti channel, grup, dan bot otomatisasi, yang memberikan fleksibilitas tinggi dalam mendukung bisnis digital. Fitur channel memungkinkan penyebaran informasi secara luas, sementara bot dapat digunakan untuk pengelolaan pelanggan, otomatisasi layanan, dan pemasaran digital (Zikrullah et al., 2023). Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa Telegram secara efektif digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui konten interaktif.

Selain itu, Telegram mendukung pengiriman file besar dan akses tanpa batas waktu melalui sinkronisasi cloud, menjadikannya alat yang ideal bagi pelajar untuk menjalankan bisnis kecil-kecilan, seperti reseller produk atau penyedia layanan digital (Saputra, 2021).

Perspektif Pelajar sebagai Pengguna Aktif

Sebagai generasi digital native, pelajar memanfaatkan Telegram untuk berbagai aktivitas, baik dalam pembelajaran maupun bisnis. Penelitian oleh Maulidiyah (2023) menunjukkan bahwa pelajar cenderung menggunakan Telegram untuk belajar kolaboratif dan berkomunikasi dalam kelompok proyek. Mereka juga memanfaatkan fitur bot untuk mendukung aktivitas bisnis kecil-kecilan, seperti pemasaran melalui channel atau transaksi digital.

Potensi Telegram sebagai Platform Bisnis Digital

Dalam konteks bisnis digital, Telegram menawarkan efisiensi dan fleksibilitas untuk mendukung kegiatan pemasaran, seperti distribusi informasi melalui channel dan interaksi pelanggan melalui chatbot. Studi kasus di PT. LCI menunjukkan bahwa media ini efektif meningkatkan return on investment (ROI) dalam pemasaran digital (Zikrullah et al., 2023).

Telegram telah banyak digunakan dalam konteks bisnis, seperti yang diterapkan oleh PT Pos Indonesia. Aplikasi ini mempermudah penyebaran informasi dan komunikasi internal di antara pegawai melalui grup dan saluran khusus. Selain itu, Telegram memungkinkan penyelesaian keluhan pelanggan secara lebih cepat dan terorganisir, sehingga meningkatkan efisiensi operasional (Jom Fisip, 2018.) Di sektor lain, Telegram digunakan untuk pemasaran digital, seperti pengelolaan komunitas dan promosi produk. Menurut (Jom Fisip, 2018), Taufik & Ayuningtyas (2020) mencatat bahwa teknologi komunikasi berbasis aplikasi ini telah menjadi strategi penting dalam membangun loyalitas pelanggan di era transformasi digital.

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis memilih untuk menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melakukan berbagai teknik pengumpulan data seperti melakukan kegiatan wawancara, observasi, dan juga studi kepustakaan. Selain itu dalam penelitian ini penulis melibatkan 6 informan, yaitu 4 orang pelajar perempuan dan 2 orang pelajar laki-laki berusia 14-17 tahun, dan merupakan pengguna aktif aplikasi Telegram. Bogdan dan Tylor menyatakan dalam penelitiannya bahwa Penelitian kualitatif merupakan suatu tahap yang digunakan dalam melaksanakan penelitian, dan juga berguna untuk menghasilkan data-data yang berbentuk deskriptif berupa kata-kata, baik secara tertulis maupun yang tidak tertulis. Data ini dapat diperoleh dari perilaku individu atau kelompok yang dapat diamati dan dipahami. (Lexy J. Moleong, 2010: 4). Selain itu Metode kualitatif deskriptif dapat memberikan kesempatan bagi peneliti dan informan untuk menciptakan keselarasan pandangan. Pemilihan metode ini didasarkan pada fokus analisis yang tidak terletak pada angka, melainkan pada penjelasan fenomena yang nyata di masyarakat. Penulis melakukan penelitian ini secara bertahap sesuai langkah- langkah yang sudah ditetapkan, agar dapat memperoleh data yang komprehensif. Setelah itu data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara dan juga observasi, lalu disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan bahasa yang sederhana.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

data, Aplikasi Telegram adalah sebuah platform media sosial yang memiliki jutaan pengguna aktif yang tersebar diseluruh dunia. Seperti platform media sosial lainnya, Telegram juga memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, seperti berbagi cerita, berdiskusi, dan aktivitas lainnya. Kepopuleran Aplikasi telegram inilah yang menarik perhatian para pembisnis sehingga mereka berlomba-lomba untuk mencoba keberuntungan dengan melakukan promosi di platform tersebut. Selain itu juga semakin banyak para pelanggan yang tertarik untuk berkomunikasi langsung dengan para pelaku bisnis melalui Aplikasi Telegram.

Berdasarkan keterangan tersebut menjadi alasan yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul, ” Pemanfaatan Aplikasi Telegram Sebagai Platform Bisnis Digital : Perspektif Para Pelajar Sebagai Pengguna Aktif Telegram. ” Alasan penulis memilih para pelajar sebagai subjek utama dalam melakukan penelitian ini adalah karena berdasarkan pengalaman pribadi penulis sendiri yang juga sebagai pengguna aktif aplikasi Telegram, sekaligus pelaku bisnis di aplikasi Telegram ini. Penulis seringkali menemukan banyak para pelajar yang memanfaatkan Aplikasi telegram sebagai platform bisnis untuk menambah penghasilan mereka. Dari Fenomena inilah penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan memilih para pelajar dari berbagai daerah sebagai Narasumber, karena penulis ingin melihat bagaimana perspektif secara luas dari para pelajar selaku pengguna aktif Telegram sekaligus pelaku bisnis di aplikasi Telegram. Setelah selesai melakukan wawancara dan observasi, penulis dapat menjelaskan tentang pemanfaatan aplikasi Telegram sebagai platform bisnis digital berdasarkan perspektif pelajar sebagai pengguna aktif. Dalam penelitian ini, penulis berhasil memperoleh jawaban dari 6 orang narasumber yang merupakan 4 pelajar perempuan, dan 2 pelajar laki-laki, dengan melakukan wawancara melalui obrolan vidio grup di telegram.

Informan yang pertama bernama Bunga Lestari yang merupakan seorang pelajar berusia 17 tahun dan berasal dari lampung. Ia sudah menggunakan aplikasi telegram sejak tahun 2020 hingga saat ini, dan ia mengatakan bahwa aplikasi telegram ini telah memberikan banyak manfaat untuk dirinya.. Berdasarkan pengakuan bunga, dulu nya aplikasi telegram ini hanya merupakan platform yang digunakan untuk berkomunikasi biasa sama seperti whatsapp. Namun sejak tahun 2022, aplikasi telegram ini mulai beranjak berubah menjadi platform yang bisa menghasilkan uang. Menurut bunga sangat mudah untuk menghasilkan uang melalui aplikasi telegram ini, karena ada banyak sekali fitur-fitur dan lapak yang sudah

tersedia untuk melakukan promosi jualan nya. Bunga sendiri membuka bisnis up followers ig dan juga up like ig, yang dimana ia menetapkan harga untuk 100 up followers dan up like sekitar Rp.3000 dan berlaku kelipatan.

Bunga mempromosikan usaha nya lewat fitur chanel telegram, dan juga lewat lapak promosi yang banyak tersedia di telegram. Bunga mengatakan bahwa penghasilan yang ia dapatkan melalui bisnisnya itu mencapai sekitar Rp. 1.000.000 dalam satu bulan. Karena ia pribadi sudah memiliki banyak pelanggan tidak hanya dari pengguna telegram saja, bahkan ia juga pernah mendapat pesanan dari selebgram yang instagram nya sudah verified badge. Disisi lain, bunga mengatakan bahwa meskipun sangat mudah untuk membuka bisnis dan menghasilkan uang di telegram, namun ada juga tantangan yang seringkali dihadapi oleh penjual maupun pembeli di telegram.

Bunga mengatakan bahwa tantangan yang paling besar dan seringkali dialami oleh dirinya adalah penipuan. Banyak orang yang menyalahgunakan aplikasi telegram ini, dan mencoba mengambil keuntungan yang lebih besar dengan menipu orang lain. Bunga mengatakan bahwa kemanan di aplikasi telegram ini perlu ditingkatkan, misalnya dengan dihilangkannya fitur penghapusan pesan dari kedua belah pihak agar para penipu tidak dengan mudah menghilang dan masih meninggalkan jejak. Untuk kedepannya bunga berharap bahwa aplikasi telegram ini terus dikembangkan dan di support untuk menjadikan aplikasi ini sebagai platform bisnis digital. Karena menurut bunga dengan membuka bisnis melalui aplikasi telegram ini benar-benar sangat menjanjikan, dan sangat cocok bagi para pelajar.

Informan yang kedua bernama Rifa Yunia Ramadhani yang merupakan seorang pelajar berusia 15 tahun dan berasal dari sidoarjo. Rifa mulai aktif menggunakan aplikasi telegram sejak tahun 2023. Rifa mengatakan bahwa awalnya ia ditawarkan oleh temannya untuk menjadi admin di sebuah grup mutualan di telegram, dan dibayar setiap minggu sebesar Rp.50.000. Sebagai admin ia hanya diberikan tugas untuk meramaikan grup tersebut, dan membantumenyebarkan link grup kesetiap lapak promosi untuk mengundang orang agar ikut bergabung kedalam grup tersebut. Tidak hanya sampai disitu, Rifa juga mulai membuka bisnis memperjual belikan grup bekas tahunan telegram. Dari memperjual belikan grup bekas tahunan tersebut, biasanya keuntungan yang ia dapatkan untuk satu grup berkisaran Rp.10.000 sampai Rp.15.000. Selain itu grup yang diperjual belikan adalah grup bekas yang dibuat sejak tahun 2017-2021. Rifa mengatakan bahwa semakin lama tahun pembuatan grup tersebut, maka semakin tinggi harga jualnya.

Rifa mengatakan bahwa selama lebih dari satu tahun ia bermain telegram ia berhasil membeli satu buah handphone dari uang yang ia dapatkan selama bekerjasebagai admin grup mutualan, dan darikeuntungan bisnis jual beli grup bekas tahunan telegram yang ia jalankan. Rifa mengatakan banyak tantangan yang sudah dihadapi selama lebih dari satu tahun ia menjalankan bisnis tersebut. Sama seperti yang dikatakan oleh Bunga Lestari, bahwa aplikasi telegram ini sangat rawan dengan penipuan. Rifa sendiri memiliki pengalaman ditipu dan mengalami kerugian sebanyak Rp.100.000. Selain itu tantangan lainnya adalah besarnya persaingan penjualan di lapak promosi telegram sehingga ia pribadi kesulitan untuk mencari pembeli.

Menurut Rifa aplikasi telegram ini sangat bermanfaat untuknya, karena dari aplikasi inilah ia bisa memiliki penghasilan sendiri untuk membeli keperluan yang ia inginkan. Ia berharap para pelajar diluar sana dapat memanfaatkan peluang agar mereka memiliki kegiatan yang lebih positif dengan membuka bisniskecil-kecilan melalui aplikasi telegram.

Informan yang ketiga bernama Nayra Apriliani yang merupakan seorang pelajar berusia 17 tahun dan berasal dari jambi. Nayra sendiri sudah aktif bermain aplikasi telegram sejak tahun 2019, dan memainkan role player yang pada saat itu sedang hitz dimainkan oleh para pengguna telegram. Nayra mengaku ia sangat senang selama bermain telegram, karena dari sinilah ia menjadi lebih kreatif terutama dalam bidang editing. Selama ia bermain role player ia telah membuat beberapa grup komunitas atau yang akrab disebut Squad. Didalam squad ini tersendiri memiliki logo/lambang yang menjadi pembeda antara satu squad dengan squad yang lain. Nayra mengaku bahwa ia sendiri yang mengedit segala kebutuhan squad yang ia dirikan, dari logo, vidio promosi squad, vidio konten para member squad, dll.

Dari sinilah awal bermulanya terbentuk bisnis yang didirikan oleh Nayra, Ia mulai menjual jasa editing yang dibuatnya berdasarkan request para pembeli. Pada awalnya ia hanya menjual jasa editing logo squad, namun setelah tahun 2022 role player sudah tidak banyak lagi peminatnya. Oleh karena itu Nayra mencari cara lain untuk menghasilkan uang dengan menjual berbagai design kebutuhan jualan seperti proof needs, setup ba, dan kebutuhan chanel lainnya. Meskipun banyak persaingan, namun Nayra pribadi tidak memperlmasalahkannya karena ia sudah berbisnis sejak lama dan pastinya sudah memiliki banyak testie penjualan. Menurut Nayra testie dalam berbisnis itu sangat diperlukan, terutama sangat ingin membuka bisnis di telegram. Karena di telegram ini rawan sekali terhadap penipuan, jadi dengan memiliki testie penjualan yang valid dapat menarik perhatian pembeli sehingga mereka merasa aman dan percaya untuk membeli ditempat kita.

Selama membuka bisnis di telegram ini Nayra mengaku sudah memiliki tabungan dari penghasilannya sendiri, dan ia tidak pernah lagi meminta uang orang tua nya untuk membeli sesuatu yang ia inginkan. Menurut Nayra telegram ini sangat memiliki potensi yang besar dalam menjalankan bisnis digital, Karena setiap tahun telegram memberikan update terbaru yang mendukung para pelaku bisnis digital di aplikasi telegram ini. Nayra percaya bahwa kedepannya akan lebih banyak lagi para pelajar yang seperti dirinya, berani untuk membuka usaha sendiri dan lebih kreatif dalam memanfaatkan peluang usaha.

Informan yang keempat bernama Mikayla Putri Cintami yang merupakan seorang pelajar berusia 14 tahun dan berasal dari Jakarta. Menurut Mikayla, pemanfaatan aplikasi Telegram sebagai platform bisnis digital memberikan peluang besar bagi pelajar untuk memulai usaha kecil-kecilan dengan cara yang fleksibel dan tidak mengganggu aktivitas pembelajaran di sekolah. Mikayla mulai aktif menggunakan Telegram sejak awal tahun 2024 setelah melihat keberhasilan temannya yang bergabung dalam sebuah agensi bisnis digital, yaitu Feegency Bisnis. Awalnya, ia merasa ragu bahwa aplikasi seperti Telegram dapat menghasilkan uang. Namun, setelah melihat testimoni nyata dari temannya, Mikayla akhirnya bergabung dengan agensi tersebut dengan biaya pendaftaran awal sebesar Rp15.000.

Di Feegency Bisnis, Mikayla mendapatkan berbagai fasilitas, seperti bimbingan langsung dari pemilik agensi dan peluang untuk menjalankan beragam jenis usaha, termasuk penjualan pulsa, kuota internet, token listrik, top up game, menjadi reseller atau dropshipper, hingga merekrut anggota baru untuk bergabung dalam agensi. Menurutnya, agensi ini sangat membantu pelajar seperti dirinya yang ingin belajar berbisnis secara mandiri tanpa memerlukan fasilitas besar seperti aplikasi khusus atau website. Mikayla menjelaskan bahwa salah satu tantangan terbesar dalam menjalankan bisnis di Telegram adalah persaingan yang ketat dengan penjual lain serta risiko penipuan dalam transaksi. Mikayla sendiri menggunakan aplikasi dompet digital, seperti Dana, untuk mempermudah dan mengamankan transaksi bisnisnya. Ia bahkan menggunakan KTP orang tuanya untuk mendaftar akun premium Dana agar dapat menjalankan usahanya dengan lebih lancar. Bagi Mikayla, bisnis ini memberikan banyak manfaat, terutama dalam hal menambah penghasilan yang ia gunakan untuk uang jajan sehari-hari dan membeli barang-barang yang diinginkannya. Ia merasa bahwa Telegram sebagai platform digital memberikan peluang besar bagi pelajar untuk belajar berwirausaha sejak dini, memanfaatkan teknologi, dan membangun kemandirian finansial meski di usia muda.

Informan yang kelima bernama Muhammad Agam yang merupakan seorang pelajar berusia 16 tahun dan berasal dari Kota Kudus, Jawa Tengah. Agam sendiri mulai aktif

menggunakan aplikasi Telegram pada tahun 2021, dan tujuan awalnya hanya untuk sebagai sarana komunikasi dan mencari teman virtual. Namun semakin lama agam memanfaatkan peluang bisnis dengan fitur-fitur yang tersedia di Telegram. Agam merasa bahwa aplikasi ini dapat mendukung kegiatan bisnis digital, khususnya bagi pelajar yang ingin mencoba membuka usaha dengan modal terbatas.

Pada tahun 2023, Agam memutuskan untuk memulai bisnis kecil-kecilan melalui Telegram. Ia memilih untuk menawarkan jasa berupa review aplikasi dan review Google Maps. Layanan ini ditujukan kepada pelaku usaha kecil, pengembang aplikasi, atau pemilik bisnis lokal yang ingin meningkatkan rating dan ulasan positif pada platform digital mereka. Agam menyadari bahwa reputasi online merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran digital, sehingga ia yakin jasa yang ditawarkannya akan diminati. Dalam operasionalnya, Agam memanfaatkan berbagai fitur Telegram, seperti grup, saluran, dan bot otomatis untuk mempermudah komunikasi dan pengelolaan pesanan dari pelanggan.

Menurut Agam, salah satu alasan ia memilih Telegram dibandingkan platform lain adalah karena Telegram menawarkan berbagai keunggulan. Fitur seperti kapasitas grup yang besar, anonimitas pengguna, serta kemudahan berbagi informasi dalam berbagai format menjadi nilai tambah yang tidak ditemukan di aplikasi lainnya. Selain itu, Telegram juga memiliki jangkauan yang luas, sehingga memungkinkan Agam untuk memperluas jaringan bisnisnya hingga ke luar daerah. Hal ini, menurutnya, menjadi peluang besar bagi pelajar seperti dirinya yang ingin belajar berbisnis secara mandiri tanpa memerlukan modal besar atau infrastruktur yang rumit.

Lebih lanjut, Agam menjelaskan bahwa meskipun ia masih berstatus sebagai pelajar, ia tetap berusaha untuk mengelola waktu antara kegiatan sekolah dan bisnisnya. Menurut Agam, aplikasi Telegram merupakan sebuah pilihan yang tepat untuk para pelajar yang ingin menjalankan bisnis karena fleksibilitasnya sehingga membuat bisnis ini dapat dilakukan kapan pun dan di mana pun tanpa mengganggu jadwal pembelajaran mereka. Dengan cara ini, ia dapat memperoleh penghasilan tambahan sekaligus mengembangkan keterampilan kewirausahaan sejak usia muda. Pengalaman Agam ini menggambarkan bagaimana aplikasi Telegram dapat dimanfaatkan secara kreatif oleh pelajar untuk mendukung kegiatan bisnis digital. Karena hal ini lah yang menunjukkan bahwa apabila teknologi dimanfaatkan dengan baik, maka akan menjadikannya sebagai sarana peningkatan ekonomi bahkan bagi para remaja yang masih dalam tahap pendidikan formal. Telegram, dengan segala fitur dan kemudahan yang ditawarkannya, telah membuka peluang baru bagi generasi muda untuk berinovasi dan berkontribusi di era ekonomi digital.

Informan yang keenam bernama Faizal Ramadhan yang merupakan seorang pelajar berusia 17 tahun dan berasal dari Palembang. Faizal mulai aktif bermain telegram sejak tahun 2020, dan alasannya bermain telegram pada saat itu adalah untuk bermain role player. Namun pada tahun 2022 setelah popularitas role player berkurang, Faizal menjadi Reseller yang menjual berbagai layanan untuk berlangganan aplikasi premium seperti, Youtube, Canva, Capcut, Wetv, dan masih banyak lagi. Setelah memasuki tahun 2023 bisnis yang dijalankan Faizal semakin berkembang, terlebih lagi setelah diluncurkannya fitur baru telegram yaitu telegram premium, sehingga membuat faizal memanfaatkan hal tersebut untuk menjadikannya sebagai bisnis. Faizal menjadi Reseller Aplikasi telegram premium, dan mendapatkan lebih banyak keuntungan.

Faizal sering kali mengadakan Give away Telegram premium secara gratis dan mengajak berbagai chanel store lain untuk berkolaborasi dalam memasarkan produk jualan mereka.

Dalam Give away tersebut, setiap chanel store yang ingin ikut berpartisipasi dan mempromosikan jualannya wajib membayar uang pendaftaran seharga Rp. 25.000. Keuntungan yang didapatkan dengan mengikuti Give away ini sendiri adalah, dapat menambah subscribers chanel store mereka, dan memperluas jangkauan promosi mereka sehingga menarik banyak minat pembeli.

Faizal mengatakan bahwa aplikasi telegram ini sangat berguna dan cocok untuk dimanfaatkan sebagai platform bisnis digital. Hal ini juga didukung dengan semakin canggihnya fitur-fitur aplikasi telegram yang terus berkembang setiap tahunnya. Lebih lanjut Faizal juga mengatakan bahwa dengan menjalankan bisnis di aplikasi telegram ini juga dapat menambah kreatifitas para pelajar, karena mereka harus menciptakan peluang baru dan melatih skill berkomunikasi untuk mempromosikan bisnis mereka agar dapat menarik perhatian para pembeli.

KESIMPULAN DAN SARAN

Aplikasi Telegram hadir dengan fitur-fitur unggulannya seperti channel, grup berkapasitas besar, bot otomatis, dan keamanan enkripsi, dapat memberikan peluang yang besar untuk dijadikan platform bisnis digital. Dalam penelitian ini, perspektif pelajar yang merupakan generasi digital native menunjukkan bahwa mereka memanfaatkan Telegram untuk berbagai aktivitas bisnis seperti penjualan jasa, produk, hingga layanan digital. Penelitian yang melibatkan enam informan ini hampir keseluruhannya menyatakan bahwa meskipun aplikasi Telegram sangat berpotensi sebagai platform bisnis, namun juga terdapat

beberapa tantangan seperti tingginya resiko penipuan dan persaingan yang ketat.

Meskipun begitu, para pelajar ini tetap memanfaatkan fleksibilitas dan efisiensi aplikasi Telegram untuk menjalankan bisnis tanpa mengganggu kewajiban akademis mereka. Mereka menunjukkan kreativitas, kemampuan komunikasi, dan pengelolaan waktu dalam menjalankan bisnis kecil-kecilan. Tidak hanya itu dengan memulai bisnis dari aplikasi telegram ini juga dapat melatih jiwa kewirausahaan sejak dini sekaligus menciptakan peluang pemberdayaan ekonomi bagi para pelajar di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Admin. (2024, April 12). Luncurkan Telegram Business, solusi untuk bisnis yang dinamis. From ERASPACE: <https://eraspace.com/artikel/post/luncurkan-telegram-business-solusi-untuk-bisnis-yang-dinamis>
- Admin. (2024, April 12). Luncurkan Telegram Business, solusi untuk bisnis yang dinamis. From ERASPACE: <https://eraspace.com/artikel/post/luncurkan-telegram-business-solusi-untuk-bisnis-yang-dinamis>
- Agustina, P. V., & Nasrullah, M. (2023). Pemanfaatan marketplace Shopee, Telegram dan Whatsapp sebagai strategi pemasaran pada UMKM. *Jurnal Sahmiyya*, 2(2), 496–505.
- Anggraeni, F. A. (2022). Antusias kewirausahaan UMKM terhadap bisnis online di masa pandemi. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 65–72. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v2i1.119>
- Belani, S. (2023). Artificial intelligence: Sebuah inovasi baru menjual produk (Membandingkan keunggulan FB, WA, Instagram, Telegram, dan YouTube). *Lentera: Multidisciplinary Studies*, 1(2), 111–118. <https://doi.org/10.57096/lentera.v1i2.28>
- Di, P., & Pada, I. (2023). JOEAI (*Journal of Education and Instruction*), Volume 6, Nomor 2, Juli–Desember 2023. *Journal of Education and Instruction*, 6, 679–692. <https://doi.org/10.31539/joeai.v6i2.7711>
- Hasbi. (2021, July 9). Aplikasi Telegram: Bukan hanya sekedar aplikasi berbagi pesan, berbagi ilmu bisnis untuk berkembang. Retrieved from *Jurnal Post*: <https://jurnalpost.com/aplikasi-telegram-bukan-hanya-sekedar-aplikasi-berbagi-pesan-berbagi-ilmu-bisnis-untuk-berkembang/23123/>
- Jacob, J. (2024, October 22). Solusi ampuh tingkatkan bisnis menggunakan Telegram. Retrieved from *Taptalk.io*: <https://taptalk.io/blog/tingkatkan-bisnis-menggunakan-telegram>
- Junita, A. (2020). Digital business Hadion Wijoyo STMik Dharmapala Riau. <https://www.researchgate.net/publication/344162847>.
- Junita, A. (2020). Digital business Hadion Wijoyo STMik Dharmapala Riau.

- Kamaluddin, L. A., Agunawan, & Razak, M. (2020). Pengembangan platform bisnis digital terintegrasi berbasis komunitas sebagai perwujudan customer relationship management. *YUME: Journal of Management*, 3(3), 128–138. <https://doi.org/10.37531/yum.v11.75>
- Nasution, M. I. P. (2019). Keunggulan kompetitif dengan teknologi informasi. *Jurnal Perpustakaan dan Ilmu Informasi*, 1(1), 65–74.
- Pusparini, E. T. (2024, March 8). Cara memanfaatkan Telegram untuk bisnis berjualan. Retrieved from Mekari Qontak: <https://qontak.com/blog/telegram-untuk-bisnis/>
- Pusparini, E. T. (2024, March 8). Cara memanfaatkan Telegram untuk bisnis berjualan. Retrieved from Mekari Qontak: <https://qontak.com/blog/telegram-untuk-bisnis/>
- Puti, S., Pembimbing, N., Firdaus, M., Jurusan, M. S., Komunikasi, I., Konsentrasi, ±, & Masyarakat, H. (2018). Efektivitas komunikasi aplikasi Telegram sebagai media informasi pegawai PT. *Pos Indonesia (Persero) Kota Pekanbaru*. In *Jom Fisip*, 5(1).
- Ris Zikrullah, R. M., & Kurniadi, O. (2023). Telegram sebagai media pemasaran di era pandemi. *Jurnal Riset Public Relations*, 25–32.
- Santoso, B., Rusanti, N., Habibi, A. R., & Fitria, V. A. (2020). Implementasi smart class berbasis IoT di Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 14(2), 109. <https://doi.org/10.32815/jitika.v14i2.489>
- Saputra, F. N., & Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP Untan Pontianak, S. (n.d.). Pengembangan media pembelajaran berbasis Telegram pada kelas IV Sekolah Dasar Swasta LKIA Pontianak Selatan.
- T1_212017235_Kajian Pustaka. (n.d.).