

BISNIS MASA DEPAN

# TECHNOPRENEURSHIP



Dede Ansyari Guci, Ph.D  
Khomeiny Yunior, S.E., M.Si  
Jaka Permana, S.Si., S.Pd, M.Si, M.M  
Ricky Rafii Ritonga, S.E., M.M  
Dr. Wiliam, S.E., M.Si  
Hendra Nazmi, S.Sos, M.M  
Yovie Ernanda, S.E., M.M  
Habib Hakim, S.E, M.M  
Jusra Tampubolon, S.T., M.M  
Hengki Mangiring Parulian, S.Si., M.M  
Jamaluddin, S.E., M.Si, M.M., CDM  
Melkyory Andronicus, S.E., M.M

# TECHNOPRENEURSHIP BISNIS MASA DEPAN

*Penulis:*

*Dede Ansyari Guci, Ph.D*  
*Khomeiny Yunior, S.E., M.Si*  
*Jaka Permana, S.Si., S.Pd, M.Si, M.M*  
*Ricky Rafii Ritonga, S.E., M.M*  
*Dr. Wiliam, S.E., M.Si*  
*Hendra Nazmi, S.Sos, M.M*  
*Yovie Ernanda, S.E., M.M*  
*Habib Hakim, S.E, M.M*  
*Jusra Tampubolon, S.T., M.M*  
*Hengki Mangiring Parulian, S.Si., M.M*  
*Jamaluddin, S.E., M.Si, M.M., CDM*  
*Melkyory Andronicus, S.E., M.M*

*Diterbitkan Oleh:*

**UNPRI PRESS(Anggota IKAPI)**

*Jl. Sampul No.3, Kel. Sei Putih Barat, Kec. Medan Petisah  
Medan – Indonesia 20118*

**ISBN:**

**Terbitan:**



**UNIVERSITAS  
PRIMA INDONESIA**  
UNPRI PRESS

***Hak Cipta Pada Penulis***

***Hak Cipta dilindungi Undang – Undang***

*Dilarang Keras Memperbanyak Karya Tulis Ini Dalam Bentuk Dan Dengan  
Cara Apapun Tanpa Seizin Dari Penerbit*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. yang senantiasa melimpahkan karunia dan berkah-Nya sehingga penulis mampu merampungkan karya ini tepat pada waktunya, sehingga penulis dapat menghadirkannya dihadapan para pembaca.

Selamat datang dalam buku “Technopreneurship : Bisnis Masa Depan”. Di era digital saat ini, perubahan teknologi terjadi dengan cepat, technopreneurship menjadi semakin penting dalam menjaga daya saing perusahaan. Para technopreneur harus memahami tren teknologi terbaru dan bagaimana menerapkannya secara kreatif dalam bisnis. Technopreneur juga perlu memiliki pemahaman yang kuat tentang pasar dan kebutuhan pelanggan, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi sehingga dapat tetap menghadapi tantangan usaha di masa depan.

Selain itu, technopreneurship juga melibatkan pengembangan produk dan layanan teknologi. Technopreneur harus lebih kreatif dalam menciptakan dan mengembangkan produk, agar dapat bersaing dengan para kompetitor lainnya dan meningkatkan peluang kesuksesan. Dengan menggabungkan kreativitas, inovasi, dan visi bisnis

Buku Technopreneurship ini juga akan mengulas tentang strategi pemasaran secara digital dan manajemen keuangan, sehingga para technopreneur dapat mengambil keputusan yang tepat dalam pemilihan strategi yang tepat untuk memasarkan produk serta dalam pengelolaan keuangan.

Penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga bagi semua pihak yang telah berpartisipasi. Terakhir seperti kata pepatah bahwa” Tiada Gading Yang Tak Retak” maka penulisan buku ini juga jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat berterima kasih apabila ada saran dan masukan yang dapat diberikan guna menyempurnakan buku ini di kemudian hari.

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB 1 PENGANTAR TECHNOPRENEURSHIP .....</b>	<b>1</b>
○ 1.1 Pengertian Technopreneurship.....	1
○ 1.2 Ciri-ciri dan Karakter Technopreneur.....	1
○ 1.3 Peran Technopreneur dalam Perekonomian .....	2
○ 1.4 Contoh Technopreneur Sukses .....	2
<b>BAB 2 EVOLUSI BISNIS DAN TEKNOLOGI .....</b>	<b>4</b>
○ 2.1 Perkembangan Bisnis dari Era Tradisional ke Digital .....	4
○ 2.2 Transformasi Teknologi dalam Dunia Usaha .....	4
○ 2.3 Hubungan Simbiotik antara Teknologi dan Bisnis .....	5
○ 2.4 Tantangan dan Peluang di Era Digital .....	6
○ 2.5 Keterkaitan Technopreneurship dengan Evolusi Teknologi .....	6
○ 2.6 Implikasi bagi Pelaku Usaha dan Startup .....	7
○ 2.7 Strategi Adaptasi di Era Teknologi Disruptif .....	8
<b>BAB 3 EKOSISTEM TECHNOPRENEURSHIP .....</b>	<b>9</b>
○ 3.1 Pengertian Ekosistem Technopreneurship .....	10
○ 3.2 Komponen Utama Ekosistem Technopreneurship .....	11
○ 3.3 Manfaat Ekosistem Technopreneurship .....	12
○ 3.4 Tantangan Ekosistem Technopreneurship .....	14
○ 3.5 Ekosistem Technopreneurship di Dunia .....	14
○ 3.6 Ekosistem Technopreneurship di Indonesia .....	15
<b>BAB 4 MEMBANGUN MINDSET TECHNOPRENEURSHIP ...</b>	<b>18</b>
<b>BAB 5 PELUANG BISNIS .....</b>	<b>21</b>
○ 5.1 Ide dan Ide Sumber Bisnis .....	22
○ 5.2 Peluang Kewirausahaan .....	23
○ 5.3 Tahapan-tahapan Melalui Bisnis .....	24
○ 5.4 Sumber-sumber Ide Bisnis .....	27
○ 5.5 Lokasi Strategis .....	29
○ 5.6 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Lokasi Strategis .....	31
○ 5.7 Peluang Bisnis .....	34
<b>BAB 6 PENGEMBANGAN MODEL BISNIS TEKNOLOGI .....</b>	<b>36</b>
○ 6.1 Definisi Wirausaha Digital .....	36
○ 6.2 Perkembangan Kewirausahaan Digital .....	36
○ 6.3 Ciri Kewirausahaan Digital .....	37

○ 6.4 Model Bisnis Dalam Kewirausahaan Digital .....	38
○ 6.5 Tantangan Dalam Kewirausahaan Digital .....	39
○ 6.6. Peluang Dalam Kewirausahaan Digital .....	40
<b>BAB 7 STRATEGI PEMASARAN DIGITAL .....</b>	<b>42</b>
○ 7.1 Definisi Pemasaran Digital .....	43
○ 7.2 Jenis-jenis Strategi Pemasaran Digital .....	43
○ 7.3 Pentingnya Pemasaran Digital Bagi Bisnis .....	45
○ 7.4 Pengukuran Efektivitas Pemasaran Digital .....	45
<b>BAB 8 MANAJEMEN KEUANGAN DAN PEMBIAYAAN .....</b>	<b>47</b>
○ 8.1 Definisi Manajemen Keuangan .....	47
○ 8.2 Peran Manajemen Keuangan Dalam Bisnis Digital .....	47
○ 8.3 Sumber-sumber Pembiayaan .....	47
○ 8.4 Perencanaan Keuangan dan Anggaran .....	49
○ 8.5 Pengelolaan Arus Kas .....	49
○ 8.6 Analisis Kelayakan Investasi .....	49
○ 8.7 Optimalisasi Anggaran Pemasaran .....	50
○ 8.9 Return on Investment (RoI) Pemasaran Digital .....	50
○ 8.10 Pengelolaan Risiko Keuangan Dalam Inisiatif Digital.....	51
<b>BAB 9 PENGEMBANGAN PRODUK, LAYANAN TEKNOLOGI .....</b>	<b>52</b>
<b>BAB 10 PEMBANGUNAN TIM DAN KEPEMIMPINAN .....</b>	<b>56</b>
<b>BAB 11 ETIKA DALAM BISNIS TEKNOLOGI .....</b>	<b>59</b>
○ 11.1 Prinsip-prinsip Etika Bisnis Teknologi .....	59
○ 11.2 Isu-isu Etika Dalam Teknologi Digital .....	60
○ 11.3 Pengelolaan Data dan Privasi .....	61
<b>BAB 12 TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN .....</b>	<b>62</b>
○ 12.1 Dimensi Tanggung Jawab Sosial .....	62
○ 12.2 Implementasi CSR Dalam Industri Teknologi .....	62
○ 12.3 Dampak Sosial dan Lingkungan .....	63
○ 12.4 Karakteristik Society 5.0 .....	63
○ 12.5 Tantangan dalam Era Society 5.0 .....	64
○ 12.6 Peluang Bisnis Teknologi .....	65
○ 12.7 Strategi Adaptasi .....	66
<b>BAB 13 STUDI KASUS TECHNOPRENEUR SUKSES .....</b>	<b>67</b>
<b>BAB 14 MASA DEPAN TECHNOPRENEURSHIP .....</b>	<b>75</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>

## BAB I

### PENGANTAR TECHNOPRENEURSHIP

#### 1.1 Pengertian Technopreneurship

Istilah technopreneurship merupakan gabungan dari dua kata, yaitu technology dan entrepreneurship. Technopreneurship merujuk pada bentuk kewirausahaan yang berfokus pada pemanfaatan teknologi sebagai dasar dalam menciptakan produk, layanan, atau proses bisnis baru yang inovatif (Dorf & Byers, 2005). Technopreneur tidak hanya memiliki jiwa wirausaha, tetapi juga kemampuan dalam mengintegrasikan teknologi secara kreatif guna menyelesaikan masalah dan menciptakan nilai ekonomi baru.

Menurut Kuratko (2016), technopreneurship merupakan katalisator dalam pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi, terutama di era digital. Para technopreneur memainkan peran penting dalam memperkenalkan model bisnis disruptif, menciptakan lapangan kerja baru, dan mendorong terjadinya transformasi sosial.

#### 1.2 Ciri Ciri dan Karakteristik Technopreneur

Seorang technopreneur memiliki karakteristik yang khas dibandingkan wirausahawan konvensional. Berikut adalah beberapa ciri utama technopreneur:

1. **Berorientasi pada Inovasi Teknologi:** Technopreneur selalu berupaya menciptakan produk atau solusi baru berbasis teknologi terkini.
2. **Berpikir Kritis dan Problem Solver:** Mereka peka terhadap masalah sosial dan bisnis serta mampu menawarkan solusi berbasis teknologi.
3. **Adaptif terhadap Perubahan:** Kemampuan untuk cepat beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar menjadi keunggulan utama.

4. **Kolaboratif dan Terbuka terhadap Interdisipliner:** Technopreneur seringkali bekerja lintas bidang seperti IT, desain, pemasaran, dan keuangan.
5. **Berani Mengambil Risiko:** Mereka siap menghadapi ketidakpastian dalam pasar teknologi yang sangat dinamis.

### 1.3 Peran Technopreneur dalam Perekonomian

Technopreneur berkontribusi signifikan terhadap perekonomian dalam berbagai cara, antara lain:

1. **Penciptaan Lapangan Kerja Baru:** Startup teknologi sering membuka peluang kerja bagi berbagai profesi, mulai dari pengembang perangkat lunak hingga analis data.
2. **Pengembangan Industri Baru:** Banyak technopreneur menciptakan industri baru seperti fintech, edutech, agritech, dan healthtech.
3. **Peningkatan Daya Saing Nasional:** Negara yang memiliki ekosistem technopreneur yang kuat cenderung lebih unggul dalam inovasi global dan produktivitas ekonomi.
4. **Peningkatan Efisiensi Ekonomi:** Produk dan layanan berbasis teknologi dapat mengefisienkan proses produksi, distribusi, dan konsumsi dalam berbagai sektor.

### 1.4 Contoh Kasus Technopreneur Sukses

Beberapa tokoh technopreneur berhasil menginspirasi dunia melalui inovasi mereka, antara lain:

1. **Nadiem Makarim (Indonesia):** Pendiri Gojek yang memanfaatkan teknologi aplikasi mobile untuk merevolusi layanan ojek, pembayaran digital, dan logistik di Indonesia.

2. **Elon Musk (AS):** Pendiri Tesla dan SpaceX yang menggunakan teknologi canggih dalam mengembangkan kendaraan listrik dan eksplorasi luar angkasa.
3. **William Tanuwijaya (Indonesia):** Pendiri Tokopedia, yang melalui platform e-commerce-nya memberikan akses pasar digital bagi pelaku UMKM di seluruh Indonesia.

Kisah sukses mereka menunjukkan bagaimana technopreneur mampu mengatasi hambatan pasar dan menciptakan dampak ekonomi yang luas melalui pendekatan berbasis teknologi.

## **BAB II**

### **EVOLUSI BISNIS DAN TEKNOLOGI**

#### **2.1 Perkembangan Bisnis dari Era Tradisional ke Digital**

Perjalanan evolusi bisnis dapat ditelusuri dari era pertanian, industri, informasi, hingga ke era digital saat ini. Di era tradisional, bisnis dilakukan secara lokal dan sederhana dengan proses produksi yang padat karya. Memasuki revolusi industri, mekanisasi dan manufaktur massal mulai menggantikan tenaga manusia, mempercepat produksi dan distribusi barang (Rifkin, 2011).

Pada akhir abad ke-20, perkembangan teknologi informasi menandai transisi ke era digital. Bisnis mulai mengadopsi komputer, perangkat lunak, dan jaringan komunikasi untuk meningkatkan efisiensi dan akses pasar. Transformasi ini mencapai puncaknya dengan munculnya internet dan perangkat mobile yang merevolusi cara perusahaan menjalankan aktivitas operasional, pemasaran, dan interaksi dengan konsumen (Tapscott, 1996).

Model bisnis tradisional seperti perdagangan fisik bergeser menjadi e-commerce, sementara pemasaran konvensional berubah menjadi digital marketing yang berbasis data dan algoritma. Perubahan ini menuntut pelaku usaha untuk menyesuaikan strategi bisnis agar tetap relevan dalam lanskap digital yang kompetitif.

#### **2.2 Transformasi Teknologi dalam Dunia Usaha**

Teknologi menjadi kekuatan disruptif utama dalam dunia bisnis modern. Transformasi teknologi tidak hanya menyentuh sektor teknologi informasi, tetapi juga sektor keuangan (fintech), pendidikan (edutech), pertanian (agritech), dan kesehatan (healthtech).

Beberapa teknologi kunci yang mendorong transformasi ini antara lain:

1. **Internet of Things (IoT):** Menghubungkan perangkat fisik ke internet untuk pengumpulan dan analisis data secara real-time.
2. **Artificial Intelligence (AI):** Memungkinkan otomatisasi pengambilan keputusan, personalisasi layanan, dan efisiensi operasional.
3. **Blockchain:** Meningkatkan transparansi dan keamanan dalam transaksi digital.
4. **Cloud Computing:** Menyediakan infrastruktur yang fleksibel dan skalabel bagi bisnis dalam menyimpan dan mengolah data.

Perusahaan yang gagal mengadopsi teknologi ini berisiko kehilangan daya saing dan pasar. Oleh karena itu, transformasi digital menjadi strategi utama dalam perencanaan bisnis jangka panjang (Westerman et al., 2014).

### 2.3 Hubungan Simbiotik antara Teknologi dan Bisnis

Teknologi dan bisnis memiliki hubungan simbiotik yang saling menguntungkan. Inovasi teknologi menciptakan peluang bisnis baru, sementara kebutuhan bisnis mendorong pengembangan teknologi yang lebih canggih. Misalnya, kebutuhan e-commerce terhadap sistem pembayaran aman memicu lahirnya inovasi di bidang fintech seperti e-wallet dan digital banking.

Selain itu, bisnis juga berperan sebagai katalis bagi komersialisasi teknologi. Banyak penemuan teknologi tidak akan berkembang jika tidak diadopsi dan diterapkan dalam konteks bisnis. Dalam ekosistem startup, hubungan ini bahkan lebih kuat, karena pengembangan produk teknologi sering kali diarahkan langsung oleh kebutuhan pasar.

## 2.4 Tantangan dan Peluang di Era Digital

Meskipun teknologi menawarkan banyak keuntungan, era digital juga membawa berbagai tantangan:

1. **Disrupsi Model Bisnis Lama:** Perusahaan besar yang lambat beradaptasi dapat tergeser oleh startup yang lebih lincah.
2. **Keamanan Siber:** Ancaman terhadap data dan sistem digital menjadi risiko utama dalam operasional bisnis.
3. **Kesenjangan Digital:** Tidak semua masyarakat dan pelaku usaha memiliki akses atau kemampuan untuk memanfaatkan teknologi secara optimal.
4. **Etika dan Regulasi:** Inovasi seperti AI dan data mining menimbulkan isu privasi dan etika yang kompleks.

Namun di sisi lain, era digital juga membuka peluang luas, seperti penetrasi pasar global, efisiensi biaya operasional, pengumpulan data pelanggan secara real-time, dan kemampuan untuk menciptakan produk yang sangat personal. Bagi technopreneur, kondisi ini menjadi lahan subur untuk berinovasi dan tumbuh dengan cepat.

## 2.5 Keterkaitan Technopreneurship dengan Evolusi Teknologi

Technopreneurship tidak muncul dalam ruang hampa, melainkan sebagai respons terhadap percepatan evolusi teknologi. Dalam praktiknya, technopreneur memanfaatkan momentum perkembangan teknologi digital seperti internet, perangkat lunak, kecerdasan buatan, dan cloud computing untuk menciptakan nilai bisnis baru yang bersifat disruptif (Christensen, 1997).

Perubahan teknologi yang cepat juga menciptakan window of opportunity bagi technopreneur untuk masuk ke pasar dengan produk inovatif sebelum kompetitor besar bergerak. Misalnya, kemunculan Gojek, Tokopedia, dan Ruangguru merupakan hasil dari

kemampuan technopreneur Indonesia dalam merespons peluang digitalisasi layanan publik dan pendidikan.

Keterkaitan ini menunjukkan bahwa technopreneurship merupakan produk dari dan sekaligus pendorong bagi evolusi teknologi, menciptakan siklus inovasi yang saling memperkuat.

## **2.6 Implikasi bagi Pelaku Usaha dan Startup**

Konvergensi antara teknologi dan bisnis menghasilkan beberapa implikasi penting bagi pelaku usaha:

### **Kecepatan Adaptasi Menjadi Kunci**

Bisnis yang lambat merespon perkembangan teknologi akan tertinggal. Start-up berbasis teknologi mampu tumbuh eksponensial karena model mereka dibangun dari awal dengan digitalisasi sebagai fondasi.

### **Model Bisnis Baru yang Fleksibel**

Platform-as-a-Service (PaaS), Software-as-a-Service (SaaS), dan sistem langganan digital (subscription-based model) telah menggantikan sistem jual-beli konvensional. Ini membuka akses luas bahkan bagi pelaku usaha kecil.

### **Pemanfaatan Data sebagai Aset Strategis**

Technopreneur mengandalkan data pengguna untuk menganalisis perilaku konsumen, mengoptimalkan produk, dan meningkatkan efisiensi layanan (Mayer-Schönberger & Cukier, 2013). Oleh karena itu, keterampilan analitik menjadi aset penting.

### **Kebutuhan Kolaborasi Interdisipliner**

Perusahaan digital tidak dapat berdiri hanya dengan pengetahuan teknologi, tetapi membutuhkan sinergi dengan bidang lain seperti manajemen, hukum, dan desain.

## **2.7 Strategi Adaptasi di Era Teknologi Disruptif**

Untuk dapat bertahan dan bersaing di tengah perubahan yang cepat, pelaku usaha perlu menerapkan strategi adaptasi yang tepat. Beberapa pendekatan strategis antara lain:

### **Transformasi Digital Internal**

Tidak cukup hanya memiliki website atau akun media sosial. Transformasi digital menyeluruh meliputi otomatisasi proses internal, digitalisasi layanan pelanggan, dan integrasi data.

### **Pengembangan Produk Berbasis Inovasi Terbuka**

Melibatkan komunitas, konsumen, atau mitra dalam proses inovasi membantu menciptakan produk yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar (Chesbrough, 2003).

### **Investasi dalam Pembelajaran dan Pengembangan SDM**

Sumber daya manusia yang adaptif terhadap teknologi adalah aset utama. Pelatihan berkala dan kolaborasi dengan komunitas digital merupakan langkah yang esensial.

### **Manajemen Risiko Digital dan Etika Teknologi**

Implementasi teknologi harus disertai dengan kesadaran terhadap aspek etis dan keamanan data. Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan konsumen dan keberlanjutan bisnis.

Secara keseluruhan, pelaku usaha yang mampu menyeimbangkan inovasi teknologi dengan pemahaman bisnis dan nilai sosial akan memiliki peluang lebih besar untuk sukses di era technopreneurship.

### **BAB III**

## **EKOSISTEM TECHNOPRENEURSHIP**

Technopreneurship adalah proses kewirausahaan yang didorong oleh inovasi teknologi. Technopreneurship mencakup identifikasi peluang bisnis yang dapat diisi dengan solusi teknologi, pengembangan produk atau layanan baru, serta implementasi strategi bisnis yang inovatif dan skalabel. Technopreneurship memainkan peran penting dalam memajukan teknologi dan ekonomi, menciptakan nilai baru, dan membawa perubahan positif dalam masyarakat (Nirbita, 2020).

Ekosistem technopreneurship dunia adalah jaringan interaktif yang mendukung pengembangan dan pertumbuhan bisnis berbasis teknologi. Komponen utamanya meliputi sumber daya manusia, lingkungan, hukum dan kebijakan, serta sumber daya keuangan.

Kebijakan pemerintah yang kondusif, insentif pajak, dan regulasi yang mendukung bisa mendorong perkembangan technopreneurship. Terakhir, infrastruktur teknologi seperti akses internet yang cepat, laboratorium teknologi, dan fasilitas produksi yang memadai sangat penting untuk mendukung operasional dan inovasi dalam technopreneurship.

Dunia industri dapat menjadi mitra strategis dalam memberikan wawasan praktis kepada pemuda tentang bagaimana teknologi digunakan dalam bisnis. Melalui program magang, studi kasus, atau kerja sama penelitian, pemuda dapat memahami aplikasi nyata dari teknologi di lapangan. Kolaborasi ini juga dapat membantu dunia

pendidikan memperbarui kurikulumnya agar relevan dengan kebutuhan industri. Dalam konteks ini, perusahaan teknologi besar seperti Gojek, Tokopedia, atau Bukalapak dapat berperan sebagai mitra dalam mendukung pengembangan technopreneur di kalangan pemuda.

### **3.1. PENGERTIAN EKOSISTEM TECHNOPRENEURSHIP**

Technopreneurship adalah istilah yang menggabungkan dua konsep penting yaitu teknologi dan kewirausahaan. Secara sederhana, technopreneurship dapat diartikan sebagai kewirausahaan berbasis teknologi. Technopreneurship mengacu pada proses di mana individu atau kelompok menggunakan inovasi teknologi untuk menciptakan dan mengembangkan bisnis baru yang inovatif (Rakib et al., 2023).

Technopreneurship adalah proses kewirausahaan yang didorong oleh inovasi teknologi. Technopreneurship mencakup identifikasi peluang bisnis yang dapat diisi dengan solusi teknologi, pengembangan produk atau layanan baru, serta implementasi strategi bisnis yang inovatif dan skalabel. Technopreneurship memainkan peran penting dalam memajukan teknologi dan ekonomi, menciptakan nilai baru, dan membawa perubahan positif dalam masyarakat (Nirbita, 2020).

Ekosistem technopreneurship adalah jaringan interaktif dari berbagai elemen yang bekerja bersama untuk mendukung pengembangan dan pertumbuhan usaha berbasis teknologi. Ekosistem ini mencakup beberapa komponen utama yang saling terkait. Pertama, inkubator bisnis dan akselerator. Kedua, universitas dan lembaga penelitian. Ketiga, investor dan modal ventura (Putra et al., 2021). Keempat, komunitas teknologi dan jaringan profesional. Kelima, pemerintah dan kebijakan yang mendukung inovasi dan kewirausahaan teknologi. Terakhir,

infrastruktur teknologi. Ekosistem yang kuat dan terintegrasi ini sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang memungkinkan technopreneur untuk berkembang dan sukses (Olii et al., 2021).

### **3.2. KOMPONEN UTAMA EKOSISTEM TECHNOPRENEURSHIP**

Technopreneurship merupakan sebuah inkubator bisnis berbasis teknologi, yang memiliki wawasan untuk menumbuh-kembangkan jiwa kewirausahaan di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa sebagai peserta didik dan merupakan salah satu strategi terobosan baru untuk mensiasati masalah pengangguran intelektual yang semakin meningkat.

Landasan technopreneurship ini mencakup beberapa komponen utama yang mendukung pengembangan dan kesuksesan bisnis berbasis teknologi. Pertama, pengetahuan dan keterampilan teknologi adalah fondasi utama bagi technopreneur untuk menciptakan solusi inovatif. Technopreneur harus memiliki pemahaman mendalam tentang teknologi yang mereka gunakan serta kemampuan untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi terbaru.

Kedua, pendidikan dan pelatihan memainkan peran penting dalam membekali calon technopreneur dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan. Program pendidikan yang fokus pada teknologi dan kewirausahaan, serta pelatihan praktis dalam pengembangan produk untuk memiliki daya saing yang tinggi (Yuliana, 2021b).

Ketiga, ekosistem pendukung seperti inkubator bisnis, akselerator, lembaga penelitian, dan komunitas teknologi memberikan dukungan yang diperlukan bagi technopreneur untuk berkembang. Ekosistem ini menyediakan akses ke sumber

daya, bimbingan, dan jaringan yang membantu technopreneur mengatasi tantangan dan mempercepat pertumbuhan bisnis.

Keempat, komunitas teknologi dan jaringan profesional. Kelima, pemerintah dan kebijakan yang mendukung inovasi dan kewirausahaan teknologi. Terakhir, infrastruktur teknologi. Ekosistem yang kuat dan terintegrasi ini sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang memungkinkan technopreneur untuk berkembang dan sukses (Olii et al., 2021).

### **3.3. MANFAAT EKOSISTEM TECHNOPRENEURSHIP**

Technopreneurship, kombinasi dari teknologi dan kewirausahaan, memainkan peran penting dalam perekonomian modern dengan memacu inovasi, meningkatkan efisiensi, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Technopreneurship mendorong inovasi dengan memanfaatkan teknologi untuk menciptakan produk dan layanan baru yang menawarkan solusi unik dan menciptakan pasar baru. Teknologi yang diterapkan dalam technopreneurship meningkatkan efisiensi dan produktivitas, memungkinkan proses yang lebih cepat dan lebih murah (Nurkim, 2023).

Technopreneurship juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja baru dan mendorong pengembangan industri teknologi. Technopreneurship meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global melalui adopsi teknologi terbaru dan inovasi yang berkelanjutan. Selain itu, technopreneur sering kali fokus pada penyelesaian masalah sosial dengan menawarkan solusi teknologi untuk isu-isu seperti kesehatan, pendidikan, dan

lingkungan. Hal ini tidak hanya membawa manfaat ekonomi tetapi juga dampak sosial positif.

Technopreneurship juga mendorong pengembangan keterampilan dan pengetahuan teknologi serta membangun ekosistem teknologi yang mendukung inovasi dan kolaborasi. Dengan demikian, technopreneurship adalah kunci dalam memajukan teknologi, mengatasi tantangan global, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Landasan technopreneurship mencakup beberapa elemen penting yang mendukung pengembangan dan kesuksesan bisnis berbasis teknologi. Pertama, pengetahuan dan keterampilan teknologi adalah fondasi utama bagi technopreneur untuk menciptakan solusi inovatif. Technopreneur harus memiliki pemahaman mendalam tentang teknologi yang mereka gunakan serta kemampuan untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi terbaru. Kedua, pendidikan dan pelatihan memainkan peran penting dalam membekali calon technopreneur dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan. Program pendidikan yang fokus pada teknologi dan kewirausahaan, serta pelatihan praktis dalam pengembangan produk untuk memiliki daya saing yang tinggi (Yuliana, 2021b).

Ketiga, ekosistem pendukung seperti inkubator bisnis, akselerator, lembaga penelitian, dan komunitas teknologi memberikan dukungan yang diperlukan bagi technopreneur untuk berkembang. Ekosistem ini menyediakan akses ke sumber daya, bimbingan, dan jaringan yang membantu technopreneur mengatasi tantangan dan mempercepat pertumbuhan bisnis.

### **3.4. TANTANGAN EKOSISTEM TECHNOPRENEURSHIP**

Meskipun ekosistem technopreneurship menawarkan banyak peluang, ada beberapa tantangan yang harus dihadapi:

1. **Perubahan Teknologi yang Cepat:** Teknologi berkembang sangat cepat, dan apa yang relevan hari ini bisa menjadi usang besok. Technopreneur harus selalu siap untuk beradaptasi dengan perubahan ini.
2. **Regulasi dan Kebijakan Pemerintah:** Beberapa inovasi teknologi mungkin terbentur dengan regulasi yang ada. Technopreneur harus memahami dan menavigasi kerangka hukum yang berlaku di industri mereka.
3. **Persaingan yang Ketat:** Di dunia teknologi, persaingan sangat ketat. Banyak startup bersaing untuk menjadi yang terdepan, dan hanya sedikit yang berhasil bertahan.
4. **Modal dan Pendanaan:** Membuat produk teknologi baru sering membutuhkan investasi besar, dan mendapatkan pendanaan bisa menjadi tantangan, terutama bagi startup baru.

### **3.5. EKOSISTEM TECHNOPRENEURSHIP DI DUNIA**

Ekosistem technopreneurship dunia adalah jaringan interaktif yang mendukung pengembangan dan pertumbuhan bisnis berbasis teknologi. Komponen utamanya meliputi sumber daya manusia, lingkungan, hukum dan kebijakan, serta sumber daya keuangan.

Ekosistem ini berperan penting dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan

ekonomi di berbagai negara. Secara keseluruhan, ekosistem technopreneurship dunia adalah kekuatan yang mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan dukungan yang tepat, ekosistem ini dapat menciptakan peluang yang lebih luas bagi technopreneur untuk berkembang dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

Dalam konteks globalisasi, technopreneurship menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan ekonomi dan pertumbuhan bisnis negara. Hal ini karena technopreneurship dapat menciptakan lapangan kerja baru, menciptakan pasar dan industri baru serta meningkatkan daya saing nasional (Kamil et al., 2018).

### **3.6. EKOSISTEM TECHNOPRENEURSHIP DI INDONESIA**

Ekosistem technopreneurship adalah jaringan interaktif dari berbagai elemen yang bekerja bersama untuk mendukung pengembangan dan pertumbuhan usaha berbasis teknologi. Ekosistem ini mencakup beberapa komponen utama yang saling terkait. Pertama, inkubator bisnis dan akselerator yang memberikan bimbingan, dukungan, dan sumber daya kepada startup teknologi pada tahap awal. Mereka membantu dalam mengembangkan ide bisnis, produk, dan strategi pemasaran. Kedua, universitas dan lembaga penelitian yang memainkan peran penting dalam menyediakan pengetahuan dan teknologi baru melalui penelitian dan pengembangan. Institusi-institusi ini juga sering menjadi sumber talent technopreneur. Ketiga, investor dan modal ventura yang menyediakan pendanaan yang diperlukan untuk mengembangkan produk dan memperluas pasar (Putra et al., 2021).

Modal dari investor penting untuk mendukung tahap-tahap awal dan pertumbuhan usaha technopreneurship. Keempat, komunitas teknologi dan jaringan

profesional yang menyediakan platform untuk kolaborasi, berbagi pengetahuan, dan mentorship. Komunitas ini sering kali menyelenggarakan acara, seminar, dan lokakarya yang membantu technopreneur untuk belajar dan berkembang. Kelima, pemerintah dan kebijakan yang mendukung inovasi dan kewirausahaan teknologi.

Kebijakan pemerintah yang kondusif, insentif pajak, dan regulasi yang mendukung bisa mendorong perkembangan technopreneurship. Terakhir, infrastruktur teknologi seperti akses internet yang cepat, laboratorium teknologi, dan fasilitas produksi yang memadai sangat penting untuk mendukung operasional dan inovasi dalam technopreneurship. Ekosistem yang kuat dan terintegrasi ini sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang memungkinkan technopreneur untuk berkembang dan sukses (Olii et al., 2021).

Technopreneurship di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh kemajuan teknologi digital dan dukungan dari berbagai sektor. Indonesia, dengan populasi yang besar dan tingkat adopsi teknologi yang tinggi, menyediakan pasar yang potensial bagi technopreneur (Hartatik et al., 2023). Pertama, pemerintah Indonesia telah mengambil langkah-langkah untuk mendukung technopreneurship melalui berbagai inisiatif seperti program Gerakan Nasional 1000 Startup Digital, yang bertujuan untuk menciptakan ekosistem yang kondusif bagi startup teknologi.

Selain itu, kebijakan dan regulasi yang mendukung, seperti insentif pajak untuk investasi di sektor teknologi dan regulasi yang memfasilitasi pendirian dan pengembangan startup, juga memainkan peran penting. Kedua, pendidikan dan pelatihan di bidang teknologi dan kewirausahaan semakin berkembang, dengan banyak universitas yang menawarkan program studi khusus dan inkubator bisnis. Ketiga, akses ke pendanaan juga semakin membaik, dengan munculnya banyak

venture capital dan angel investor yang berfokus pada startup teknologi. Keempat, komunitas teknologi dan startup di Indonesia sangat aktif, dengan berbagai acara, kompetisi, dan hackathon yang sering diadakan untuk mendorong kolaborasi dan inovasi. Kelima, infrastruktur digital yang semakin baik, seperti peningkatan akses internet dan pengembangan pusat data, juga mendukung perkembangan technopreneurship di Indonesia. Contoh sukses dari technopreneurship di Indonesia termasuk Gojek, Tokopedia, dan Bukalapak, yang telah menjadi unicorn dan menunjukkan potensi besar dari technopreneurship di Indonesia. Dengan dukungan yang terus meningkat dari berbagai sektor, technopreneurship di Indonesia diproyeksikan akan terus berkembang dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian digital negara.

## BAB IV MEMBANGUN MINDSET TECHNOPRENEUR

Mindset adalah kerangka pikir atau cara pandang yang kita gunakan untuk memandang dan memahami dunia, Carol Dweck (2006). merupakan keyakinan seseorang (*self belief*) yang terentang dalam sebuah skala, satu sisi merupakan *growth* mindset dan sisi lain adalah *fixed* mindset.

Technopreneur memungkinkan pemanfaatan teknologi untuk menciptakan solusi bisnis yang inovatif, efektif, dan berkelanjutan. Dalam hal ini, Mindset technopreneur menjadi modal penting yang harus dimiliki oleh generasi muda untuk dan menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada Marlinah, L. (2019).

Mindset technopreneur bukan hanya tentang penguasaan teknologi, tetapi juga kemampuan melihat peluang bisnis melalui aplikasi teknologi tersebut. Dalam konteks Indonesia, pemuda memiliki peranan strategis sebagai agen perubahan dan motor penggerak perekonomian. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pemuda mendominasi struktur demografi Indonesia, sehingga memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui inovasi. Sayangnya, potensi ini seringkali belum tergarap dengan maksimal karena kurangnya pendidikan yang berorientasi pada pengembangan keterampilan technopreneurial.

Sistem pendidikan formal yang masih dominan di Indonesia cenderung berfokus pada pencapaian akademik, sementara keterampilan praktis seperti kewirausahaan berbasis teknologi sering kali diabaikan. Pendidikan formal, nonformal, dan informal memegang peranan penting dalam membekali generasi muda dengan pengetahuan, keterampilan, dan mentalitas yang diperlukan untuk menjadi

technopreneur sukses. Namun, rendahnya kualitas pendidikan di beberapa wilayah Indonesia dan kurangnya akses terhadap pelatihan berbasis teknologi menjadi hambatan yang signifikan dalam pengembangan mindset technopreneurship.

Pendidikan formal dapat menjadi platform awal untuk mengenalkan konsep technopreneur kepada pemuda. Di tingkat sekolah dasar, pengenalan terhadap teknologi melalui pelajaran informatika dan keterampilan problem-solving dapat menjadi landasan yang baik. Di tingkat sekolah menengah, kurikulum kewirausahaan yang diintegrasikan dengan pelajaran berbasis STEM (Science, Technology, Engineering, and Mathematics) dapat membantu siswa memahami potensi teknologi dalam menciptakan peluang usaha. Di perguruan tinggi, universitas seharusnya menjadi tempat berkembangnya inovasi dan kreativitas pemuda melalui program-program seperti inkubator bisnis, penelitian berbasis teknologi, serta kolaborasi dengan industri. Namun, dalam praktiknya, banyak perguruan tinggi di Indonesia yang masih kurang memberikan ruang untuk pengembangan keterampilan technopreneurial. Mahasiswa seringkali diarahkan untuk mencari pekerjaan setelah lulus, daripada menciptakan lapangan kerja melalui inovasi teknologi (Nirbita, 2020).

Selain pendidikan formal, pendidikan nonformal juga berperan besar dalam pengembangan mindset technopreneur. Pelatihan, seminar, dan workshop tentang kewirausahaan berbasis teknologi telah banyak dilakukan oleh lembaga pemerintah maupun swasta. Program seperti bootcamp teknologi dan inkubator startup menjadi sarana efektif untuk melatih pemuda dalam mengembangkan ide bisnis berbasis teknologi (Kurniawan, 2024).

Dunia industri dapat menjadi mitra strategis dalam memberikan wawasan praktis kepada pemuda tentang bagaimana teknologi digunakan dalam bisnis. Melalui program magang, studi kasus, atau kerja sama penelitian, pemuda dapat memahami

aplikasi nyata dari teknologi di lapangan. Kolaborasi ini juga dapat membantu dunia pendidikan memperbarui kurikulumnya agar relevan dengan kebutuhan industri. Dalam konteks ini, perusahaan teknologi besar seperti Gojek, Tokopedia, atau Bukalapak dapat berperan sebagai mitra dalam mendukung pengembangan technopreneur di kalangan pemuda.

Meski demikian, pendidikan technopreneur bukan hanya tentang penguasaan teknologi dan bisnis, tetapi juga pembentukan karakter dan mentalitas yang kuat. Pemuda yang ingin menjadi technopreneur perlu memiliki daya tahan terhadap kegagalan, keberanian untuk mengambil risiko, dan kemampuan untuk terus belajar dari pengalaman. Pendidikan yang efektif harus mampu menanamkan nilai-nilai ini melalui pendekatan yang interaktif dan berbasis pengalaman. Salah satu contohnya adalah pendekatan pembelajaran berbasis proyek, di mana siswa diajak untuk mengembangkan solusi bisnis dari awal hingga implementasi, dengan memanfaatkan teknologi sebagai alat utamanya (Sumarno, 2018).

## **BAB V PELUANG BISNIS**

Semakin berkembang suatu negara, semakin banyak individu yang terdidik, namun juga semakin banyak yang mengalami pengangguran. Oleh karena itu, pentingnya dunia kewirausahaan semakin dirasakan. Keberhasilan pembangunan akan lebih optimal jika didukung oleh para wirausahawan. Wirausaha memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara, baik dari segi jumlah maupun kualitas wirausahanya. Dalam menghadapi era perdagangan bebas, kita dihadapkan pada tantangan untuk tidak hanya mempersiapkan Sumber Daya Manusia yang siap bekerja, tetapi juga untuk menciptakan dan membuka lapangan kerja baru. Pembukaan dan perluasan lapangan kerja baru menjadi kebutuhan yang mendesak. Sebagai wirausahawan atau individu yang memiliki jiwa kewirausahaan, kita harus memanfaatkan sumber daya yang ada di negara kita.

Dalam kehidupan sehari-hari, masih banyak orang yang menganggap kewirausahaan identik dengan apa yang dilakukan oleh pengusaha atau wiraswasta. Pandangan ini kurang tepat, karena jiwa dan sikap kewirausahaan dapat dimiliki oleh siapa saja yang berpikir kreatif dan bertindak inovatif, seperti petani, karyawan, pegawai pemerintah, mahasiswa, guru, dan pemimpin proyek. Berpikir kreatif dan inovatif dapat menghasilkan ide-ide yang cemerlang, yang pada gilirannya dapat menciptakan peluang usaha yang besar. Namun, kita dituntut untuk berpikir kreatif dan inovatif dengan sungguh-sungguh agar dapat menghasilkan ide yang menciptakan peluang. Dengan kreativitas dan inovasi, kita dapat memberikan nilai tambah pada barang dan jasa yang bermanfaat bagi konsumen.

Di era globalisasi ini, masyarakat sebaiknya tidak hanya bergantung pada pekerjaan di sektor pemerintahan, seperti menjadi pegawai negeri. Pengangguran semakin meluas, tidak hanya di kalangan lulusan SD, SMP, dan SMA, tetapi juga di kalangan sarjana. Hal ini

disebabkan oleh terbatasnya lapangan pekerjaan sementara permintaan akan pekerjaan terus meningkat. Masalah pengangguran tidak dapat dibiarkan begitu saja.

### **5.1. Ide dan Sumber Ide Bisnis**

Ide merupakan pemikiran atau gagasan utama. Dalam konteks ilmu ekonomi, bisnis didefinisikan sebagai suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lain untuk memperoleh keuntungan. Secara historis, istilah bisnis berasal dari bahasa Inggris "business," yang berasal dari kata dasar "busy," yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, atau masyarakat. Dalam hal ini, sibuk berarti melakukan aktivitas dan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Ide Bisnis adalah representasi singkat dan jelas mengenai bisnis yang akan didirikan atau dijalankan. Memiliki Ide Bisnis yang baik merupakan langkah awal untuk mengubah keinginan dan kreativitas menjadi peluang usaha. Menurut Putri dalam makalahnya tentang Ide dan Peluang dalam Konteks Kewirausahaan di Tengah Kemerosotan Minat Masyarakat Menjadi Pengusaha, ide dalam kewirausahaan adalah gagasan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Mengutip dari laman [workspace.co.uk](https://workspace.co.uk), ide bisnis harus memenuhi berbagai kriteria agar dapat bertahan. Banyak bisnis yang mengalami kegagalan setelah memulai karena idenya tidak layak secara komersial dan tidak dapat mempertahankan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Ide bisnis (business idea) adalah konsep atau peluang pasar untuk menghasilkan uang dengan menciptakan dan mengkomersialisasi produk. Dalam beberapa kasus, tujuan tersebut mungkin bukan untuk keuntungan, melainkan untuk tujuan sosial, seperti pada perusahaan sosial, di mana keuntungan dialokasikan untuk memaksimalkan manfaat sosial daripada kekayaan pemilik. Menurut Drucker, ide bisnis adalah gagasan atau

konsep yang dijalankan oleh individu atau kelompok yang menjadi dasar untuk membangun suatu organisasi. Ia berpendapat bahwa ide bisnis harus didasarkan pada konsep manajemen modern yang berorientasi pada kebutuhan dan permintaan pasar, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Menurut Hisrich dan Peters, ide bisnis adalah gagasan yang muncul dari kebutuhan atau keinginan seseorang atau sekelompok orang untuk menciptakan produk atau jasa yang bernilai dan dapat dijual di pasar. Mereka juga menekankan pentingnya ide bisnis untuk memiliki nilai tambah dan menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen. Menurut Saptono, ide bisnis adalah gagasan inovatif dan kreatif yang diimplementasikan untuk menciptakan produk atau jasa yang memberikan nilai tambah bagi konsumen. Dalam pandangannya, ide bisnis harus mampu menciptakan diferensiasi dari produk atau jasa yang sudah ada di pasar dan memberikan solusi yang lebih baik terhadap kebutuhan konsumen. Menurut Suryana, ide bisnis adalah gagasan yang diimplementasikan dalam bentuk produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan pasar. Ia menekankan pentingnya memahami kebutuhan dan keinginan konsumen serta mampu menciptakan produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan tersebut.

Dengan demikian, ide bisnis adalah suatu perencanaan atau pemikiran dari suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen untuk mencapai tujuan dan memperoleh keuntungan.

## **5.2. Peluang Kewirausahaan**

Peluang kewirausahaan merupakan dua kata yang mengandung arti kesempatan untuk mencapai tujuan tertentu melalui usaha. Secara singkat, peluang usaha adalah proses merencanakan dan mengembangkan suatu kesempatan untuk mencapai tujuan

yang diinginkan. Peluang usaha muncul dari ide dan inovasi yang memiliki potensi untuk menghasilkan keuntungan jika dijalankan dengan serius. Peluang usaha dapat dianggap berhasil jika Anda mampu menerapkannya, sehingga tidak hanya sekadar menjadi kesempatan atau wacana. Kunci dari peluang usaha terletak pada ide, niat, dan kreativitas, yang memungkinkan Anda untuk memanfaatkan sumber daya yang ada.

Dalam menciptakan bisnis, Anda perlu berinovasi untuk mendapatkan peluang usaha yang memiliki keunikan dibandingkan dengan kompetitor. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, peluang usaha adalah momen untuk menciptakan dan mewujudkan kesempatan guna memperoleh keuntungan bisnis. Oleh karena itu, Anda harus cerdas dalam memanfaatkan peluang usaha. Hal ini penting karena peluang usaha menawarkan berbagai manfaat, antara lain:

1. Anda akan lebih kreatif dalam memulai suatu usaha.
2. Memiliki waktu yang lebih panjang, karena Anda akan lebih mempertimbangkan peluang dengan matang.
3. Peluang usaha akan membantu Anda dalam merumuskan strategi saat menjalankan bisnis.
4. Jika Anda berhasil menerapkan peluang usaha dengan benar dan konsisten, maka Anda akan mendapatkan keuntungan yang signifikan.

Untuk mencapai peluang usaha, diperlukan ide yang kreatif, sementara penerapannya harus didasari oleh niat yang tulus. Dalam mencapai peluang usaha, Anda dapat memanfaatkan beberapa sumber. Berikut adalah beberapa sumber peluang usaha yang dapat Anda jadikan referensi:

1. Dari Kemampuan dan Keahlian: Ini adalah salah satu sumber peluang usaha yang dapat menguntungkan. Peluang usaha muncul ketika Anda berhasil mengubah

kesempatan menjadi kenyataan yang mendatangkan keuntungan. Ketika Anda memiliki keahlian dan melihat peluang usaha, serta memanfaatkannya, keuntungan akan datang dengan sendirinya. Contoh sederhana adalah keahlian dalam mengelola website, karena peluang usaha saat ini sangat terkait dengan teknologi.

2. Dari Hobi: Misalnya, hobi menulis dapat dijadikan peluang bisnis jika dimanfaatkan sebagai sumber pendapatan, seperti menjadi penulis buku atau blogger.
3. Dari Latar Belakang Pendidikan: Ini dapat dimanfaatkan sebagai peluang usaha yang berpotensi mendatangkan keuntungan. Contohnya, jika Anda memiliki latar belakang pendidikan sebagai chef, Anda mungkin dapat menciptakan berbagai makanan baru yang lebih inovatif.

### **5.3. Tahapan-Tahapan Melalui Bisnis**

1. Menentukan Produk: Untuk memulai sebuah usaha, kita perlu menentukan produk apa yang akan dijadikan fokus. Dalam proses penentuan produk, kita harus mempertimbangkan tiga hal berikut:
  - a. Memilih produk berdasarkan keahlian yang kita miliki.
  - b. Memilih produk berdasarkan tren yang ada.
  - c. Memilih produk berdasarkan peluang yang tersedia.

2. Menentukan Target Pasar: Selanjutnya, kita perlu menetapkan kepada siapa produk kita akan dipasarkan. Apakah produk tersebut ditujukan untuk kalangan atas, kalangan menengah, atau kalangan bawah.
3. Menguji Kelayakan Produk: Ada tiga aspek yang perlu diperhatikan, yaitu:
  - a. Biaya investasi.
  - b. Biaya modal kerja.
  - c. Proyeksi kas masuk.
4. Struktur Manajemen: Terdapat dua jenis struktur manajemen, yaitu struktur manajemen sederhana dan struktur manajemen yang kompleks. Manajemen sederhana hanya melibatkan kita sebagai pemimpin dan karyawan sebagai pembuat produk. Sementara itu, manajemen yang kompleks memerlukan kita untuk tidak hanya berperan sebagai pemimpin dan karyawan, tetapi juga membangun manajemen lainnya, seperti manajemen keuangan, operasional, dan sebagainya.
5. Modal: Selain memerlukan uang sebagai modal, memulai sebuah usaha juga membutuhkan tenaga dan waktu. Modal berupa tenaga dan waktu akan lebih mudah diperoleh jika kita memiliki motivasi yang kuat untuk memulai usaha.
6. Bentuk Usaha: Kita dapat menentukan bentuk usaha yang diinginkan, apakah itu berbentuk CV, PT, usaha perseorangan, atau bentuk usaha lainnya.

#### 5.4. Sumber-Sumber Ide Bisnis

Beberapa orang gagal memulai bisnis karena mereka tidak tahu bagaimana memulainya atau bahkan tidak menemukan ide yang tepat untuk bisnis mereka. Mereka lebih memilih bekerja di perusahaan yang sudah mapan daripada mencari peluang bisnis dan memulainya, yang penuh dengan pengalaman. Orang lain mungkin mempunyai ide, tetapi sudah terlambat untuk mewujudkannya. Orang lain kemudian melakukan hal lain. Mungkin juga mereka memiliki beberapa ide, tetapi tidak tahu mana yang harus dilakukan. Mereka gagal menemukan peluang pasar yang menjanjikan permintaan yang cukup untuk menghasilkan keuntungan. Sumber ide bisnis adalah:

1. Hobi atau keterampilan dapat digunakan untuk menghasilkan uang. Anda dapat

menghasilkannya dengan berbagai cara. Misalnya, Anda memiliki gelar atau

pengalaman dalam keuangan. Dengan menggunakan situs web, Anda dapat

menawarkan konsultasi, kursus keuangan, atau panduan untuk membuat model

keuangan. Tapi Anda harus hati-hati karena pengalaman Anda seringkali salah. Anda mungkin menemukan bahwa ide bisnis Anda mungkin menjanjikan karena Anda melihat banyak orang yang memiliki hobi atau keterampilan yang sama seperti Anda. Namun, karena ide bisnis Anda telah dibuat oleh perusahaan yang lebih mapan, itu mungkin tidak layak secara komersial. Oleh karena itu, Anda harus menentukan apakah itu layak atau tidak.

Pengalaman atau masalah masa lalu dapat menjadi pelajaran dan peluang untuk mendapatkan ide bisnis baru. Menganggap masalah orang lain sebagai peluang bisnis, pengusaha sering melangkah maju. Mereka dapat menawarkan solusi dan memulai bisnis baru di tempat ini. Pengusaha menemukan berbagai masalah di lingkungan mereka. Misalnya, mereka menyadari bahwa banyak orang menghabiskan waktu dan biaya untuk mengunjungi toko untuk membandingkan harga produk dan memilihnya. Kemudian, mereka hadir dan meluncurkan website demonstrasi produk atau situs e-commerce di mana pelanggan dapat dengan mudah membandingkan berbagai produk berdasarkan kualitas, harga, dan spesifikasi.

2.

Ketika Anda bekerja, ada banyak peluang bisnis yang tersedia untuk Anda. Salah satu contohnya adalah dengan memanfaatkan kemampuan yang Anda peroleh dari pengalaman kerja Anda. Atau, Anda dapat melihat masalah yang dihadapi mantan perusahaan Anda dan mencari solusinya. Contohnya, mengatakan perusahaan Anda menghadapi kesulitan dalam merekrut karyawan baru. Anda mungkin memiliki ide untuk membuat aplikasi atau situs web yang memungkinkan pencari kerja berhubungan dengan pemberi kerja. Selain itu, pengalaman kerja adalah sumber yang baik untuk memulai bisnis. Dengan pengalaman ini, Anda memiliki pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan serta pengetahuan tentang potensi pasar, persaingan, saluran distribusi, dan pemasok, yang semuanya berguna untuk memulai bisnis baru dengan sukses.

Beberapa pengusaha pemula di negara berkembang membawa model bisnis dari negara maju ke negara mereka sendiri. Konsep bisnis mereka hampir sama, tetapi cara kerja mereka berbeda. Salah satu contohnya adalah Gojek di Indonesia, yang meniru bisnis seperti Uber di Amerika Serikat. Membaca laporan riset pasar adalah metode tambahan. Peneliti mungkin mengungkap berbagai peluang bisnis dan potensi pasarnya di sana. Misalnya, meskipun informasinya mungkin tersirat,

3.

beberapa survei mengungkapkan berbagai tantangan yang dihadapi banyak orang. Ini dapat membuka pintu ide bisnis baru.

### **5.5. Lokasi Strategis**

#### **5. Pilih lokasi yang sesuai demografi konsumen**

Kumpulkan informasi demografi di area yang kamu minati termasuk populasi, usia, dan pendapatan untuk melihat apakah itu pasar yang tepat untuk menjual produk atau layanan kamu. Semakin kamu mengetahui target pasar untuk produk atau layanan kamu akan semakin memudahkan kamu untuk menentukan lokasi bisnis kamu.

#### **6. Perhatikan keramaian lingkungan**

Perhatikan tingkat keramaian lingkungan seperti kendaraan dan pejalan kaki yang lewat. Jika lokasi tersebut sering dilewati kendaraan atau pejalan kaki maka dapat dipastikan kalau lokasi tersebut cocok untuk membuka bisnis kamu. Semakin tinggi tingkat mobilitas di lokasi tersebut maka semakin tinggi kesempatan konsumen untuk mendatangi bisnis kamu.

#### **7. Akses ke lokasi yang mudah dijangkau**

Akses ke lokasi bisnis yang mendukung dapat meningkatkan minat konsumen untuk mengunjungi bisnis kamu dan konsumen yang mengunjungi bisnis kamu pun semakin banyak. Seperti lokasi bisnis yang dapat dilewati oleh mobil dan dilalui oleh transportasi umum.

#### **8. Cari tahu tentang bisnis lain di area tersebut**

Pertimbangkan apakah lokasi yang akan kamu jadikan tempat mendirikan

bisnis tersebut memiliki banyak usaha yang ada di lokasi itu. Semakin banyak usaha yang ada di suatu tempat, maka semakin banyak pula konsumen yang akan datang ke tempat tersebut. Itu artinya, potensi untuk memperoleh keuntungan yang banyak cukup besar. Namun pastikan kamu menjual produk yang berbeda dibandingkan usaha lainnya.

9. Cek kebersihan di lokasi

Sebelum menetapkan untuk membuka bisnis di suatu lokasi, alangkah baiknya memilih lokasi usaha yang bersih. Konsumen akan ragu untuk membeli produk atau layanan kamu jika lingkungan tempat bisnis kamu kotor dan kumuh.

10. Perhatikan keamanan di sekitar lokasi

Jika kamu sudah memilih lokasi bisnis yang bersih, Langkah selanjutnya yaitu perhatikan apakah lingkungan di sekitar lokasi bisnis kamu aman. Lokasi yang aman juga dapat menambahkan kenyamanan konsumen. Ini juga dapat menguntungkan kamu sebagai pelaku bisnis karena dapat mengurangi risiko pencurian ataupun perusakan yang bisa terjadi pada usaha kamu.

11. Teliti pesaing kamu di lokasi usaha

Selanjutnya yaitu perhatikan banyaknya kompetitor yang ada di lokasi usaha kamu, sebaiknya pilih lokasi dengan tingkat persaingan yang rendah. Namun jika kamu yakin karena posisinya sangat strategis, maka kamu harus siap bersaing dengan menciptakan inovasi baru yang dapat membedakan usaha kamu dengan usaha lain yang sejenis.

12. Perhatikan perizinan

Ada baiknya sebelum memulai usaha hal yang harus dipertimbangkan salah satunya adalah perizinan usaha. Jangan sampai mengabaikan hal perizinan karena mungkin akan mengakibatkan risiko yang lebih besar di kemudian hari.

#### **5.6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi yang Strategis**

Faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan memilih dan menetapkan lokasi bisnis atau usaha yang mereka jalankan adalah jenis atau tipe perusahaan dan jenis barang atau jasa yang mereka hasilkan, disamping itu ada juga pertimbangan lainnya terkait dengan jarak ke pemasok, jangkauan pasar, infrastruktur seperti ketersediaan dan kondisi jalan raya penghubung maupun fasilitas-fasilitas pendukung kinerja perusahaan lainnya, ketersediaan layanan listrik maupun internet, jangkauan pasar, pertimbangan berupa keberadaan dan lokasi pesaing usaha dan lain sebagainya. Selain hal-hal terkait dengan faktor ekonomi, pemilihan dan jenis lokasi perusahaan sering kali juga ditentukan ataupun dipengaruhi oleh faktor lain yang memang tidak bisa dihindari perusahaan jika memang berniat untuk menjalankan bisnis tertentu sebagaimana tujuan dan visi spesifiknya. Berikut beberapa faktor yang dapat mempengaruhi suatu perusahaan dalam menetapkan lokasi usahanya:

Tentukan Target Pasar Hal pertama yang wajib dilakukan dalam memilih lokasi bisnis adalah menentukan target dari produk atau bisnis. Hal ini sangat penting

karena dapat membantu dalam mempersempit pilihan lokasi usaha. Secara teori, terdapat beberapa faktor penting dalam menentukan demografi konsumen, yakni gender, usia, dan tingkat pendapatan. Semakin rinci target bisnis yang dituju, semakin mengerucut pula lokasi bisnis yang tersedia. Sebagai contoh, jika Anda berencana membuka coffee shop kekinian dengan varian kopi beragam, maka Anda bisa mencari lokasi dekat dengan sekolah atau kampus.

13. Perhatikan Tingkat Keramaian Lokasi Bisnis Dalam pemilihan lokasi bisnis, Anda juga harus memperhatikan tingkat keramaian dan mobilitas di sana. Secara teori, lokasi yang dilalui banyak orang tentu menjadi incaran para pemilik usaha. Semakin ramai dan tinggi tingkat mobilitas di lokasi tersebut, makin tinggi pula kesempatan orang untuk mengunjungi usaha Anda. Namun, sebelum yakin memilih lokasi usaha, perhatikan apakah tempat tersebut terhalangi oleh gedung atau infrastruktur lain. Tentu saja, hal ini bisa merugikan karena membuat orang tidak sadar dengan keberadaan bisnis Anda.
14. Cek Aksesibilitas Transportasi Cara memilih lokasi usaha yang tepat selanjutnya adalah mengecek aksesibilitas transportasi yang ada di sana. Metode ini berlaku untuk bisnis apapun, mulai dari kuliner, coffee shop, peralatan tulis, hingga barang elektronik. Tempat yang memiliki akses transportasi bagus akan lebih banyak dikunjungi pelanggan. Apalagi jika jalannya lebar dan memiliki tempat parkir untuk menaruh kendaraan bermotor. jadi nilai plus jika memilih lokasi usaha yang dekat dengan akses transportasi umum, seperti halte bus atau stasiun KRL. Tak hanya memudahkan pelanggan untuk datang, lokasi ini juga sangat menguntungkan Anda dan karyawan karena tidak perlu susah-susah membawa kendaraan pribadi.
15. Cari Tahu Kompetitor di Sekitar Lokasi Bisnis Sebelum yakin membuka usaha di

lokasi terkait, perhatikan kompetitor yang sudah berdiri lebih dulu di sana. Akan lebih baik jika Anda memilih lokasi dengan tingkat persaingan rendah, kecuali franchise atau usaha Anda sudah memiliki nama di tempat lain. Alternatifnya, Anda bisa memilih lokasi di sebelah bisnis lain dengan jenis produk yang berbeda. Apabila Anda menjual kopi, maka tidak masalah jika bersebelahan dengan toko yang menjual peralatan tulis. Malahan, kehadiran bisnis Anda dapat menarik pengunjung toko tersebut.

16. **Ukur Luas Tempat Usaha** Dalam memilih lokasi bisnis, Anda tidak hanya menentukan tempatnya yang strategis. Ukuran dari tempat usaha yang ingin Anda jalankan pun perlu dipertimbangkan dengan matang. Sebagai informasi, ciri tempat usaha yang strategis juga mencakup luas tempatnya yang memadai. Jika luas bisnis Anda terlalu terlalu kecil, pengalaman belanja atau nongkrong para konsumen menjadi tidak nyaman. Sebaliknya, jika luas bisnis Anda terlalu besar, bisa jadi Anda malah terlalu sulit mengurus kebersihannya sehingga membuang banyak uang. Itu sebabnya, pertimbangkan baik-baik luas tempat usahanya.
17. **Perhatikan Jarak dengan Tempat Bahan Baku Usaha** Bagi Anda yang tertarik membuka bisnis di bidang non-jasa, perhatikan lokasi berjualan dengan tempat bahan baku. Apabila bahan baku sulit dicari, tempat usaha yang terlalu jauh dapat membuat Anda perlu menyiapkan dana tambahan untuk biaya pengiriman.
18. **Perhatikan Kebersihan Lingkungan Sekita** Apabila pemilihan lokasi bisnis sudah hampir mencapai final, maka jangan lupa untuk memperhatikan kebersihan lingkungan di sekitarnya. Tempat usaha yang bersih, rapi, dan tertata dengan baik akan jauh lebih mendatangkan konsumen daripada sebaliknya. Maka dari itu, hindari memilih lokasi usaha yang dekat dengan Tempat Pembuangan Sampah (TPS) atau tempat dengan bau

menyengat lainnya. Perhatikan juga apakah usaha di sekitar Anda menghasilkan limbah yang mengganggu atau tidak.

### **5.7. Peluang Bisnis**

Secara umum, pengertian peluang usaha adalah sebuah kondisi yang dapat memberikan kesempatan untuk seseorang, terutama pemilik bisnis untuk bisa mencapai tujuannya. Tujuan dari bisnis sendiri dilakukan dengan usaha tertentu dan menggunakan sumber daya yang dimiliki secara efektif. Jadi, bisnis tersebut bisa berkembang, penjualan semakin meningkat, reputasi semakin baik, dan pada akhirnya keuntungan juga akan meningkat. Sementara itu, pengertian peluang usaha juga dapat diartikan sebagai kesempatan yang dicari oleh seseorang ataupun kelompok yang berniat mendirikan sebuah bisnis untuk mencapai tujuan utamanya, yakni meraih keuntungan. Dari peluang usaha ini, pebisnis akan yakin dengan ide bisnis yang mereka pilih. Jika dilihat dari etimologi, kata peluang bisnis terdiri dari dua kata yakni “kesempatan” dan “bisnis”. Peluang sendiri memiliki arti kesempatan, menurut

Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI. Sementara itu, KBBI mendefinisikan dua kata ini “Peluang Usaha”.

Berikut ini adalah beberapa ciri dari peluang bisnis yang perlu dipahami, antara lain:

#### **19. Mempunyai Nilai Jual**

Peluang bisnis yang bagus merupakan produk ataupun jasanya memiliki nilai jual untuk memenuhi kebutuhan harian konsumen. Kita dapat menemukan inspirasi dari barang ataupun jasa yang biasanya digunakan dalam aktivitas harian. Akan tetapi, perlu diingat

bahwa biasanya bisnis produk atau jasa sehari-hari juga memiliki persaingan yang cukup ketat.

#### 20. Tidak Termasuk Bisnis

Musiman Peluang usaha yang baik tak hanya dapat laku di waktu tertentu saja. Misalnya, hanya laku pada Hari Raya Idul Fitri atau Hari Natal. Cara melakukan usaha yang pertama yaitu dengan memilih usaha yang bisa laku setiap saat. Dengan begitu, potensi untuk meraih keuntungan juga akan semakin meningkat.

#### 21. Dapat Bertahan Lama

Apabila latar belakang Anda dalam mendirikan usaha adalah untuk dijadikan sebagai usaha jangka panjang, maka pilih jenis usaha yang dapat bertahan lama. Bahkan, bisnis yang dapat bertahan lama meski terjadi krisis juga akan sangat membantu. Untuk mengetahui bahwa bisnis tersebut bisa bertahan lama, maka Anda dapat melihat jenis-jenis usaha yang sudah ada sebelumnya.

#### 22. Memberikan Keuntungan yang Menjanjikan

Memberikan keuntungan yang menjanjikan merupakan salah satu ciri khas dari peluang usaha. Keuntungan disini akan dibutuhkan oleh pemilik bisnis dan menjadi penilaian utama bahwa bisnis tersebut berhasil berkembang.

#### 23. Membutuhkan Modal yang Tidak Terlalu Besar

Mendirikan sebuah usaha atau bisnis tidak selalu membutuhkan modal hingga puluhan juta. Bahkan ada yang hanya membutuhkan modal di bawah 1 juta.

## BAB VI

### PENGEMBANGAN MODEL BISNIS TEKNOLOGI

#### 6.1. Definisi Wirausaha Digital

Kewirausahaan digital adalah konsep yang menjelaskan bagaimana kewirausahaan dapat berkembang, karena bisnis dan masyarakat terus diubah oleh teknologi digital. Maka, ketika seorang wirausahawan mampu memanfaatkan peluang dengan menggunakan platform digital sebagai alat jual produknya maka sebutan untuk wirausaha digital. Kewirausahaan digital terdiri dari menciptakan bisnis di internet, menjual layanan atau produk secara online, tanpa perlu berinvestasi di ruang fisik. Kewirausahaan digital ini meliputi organisasi teknologi dan organisasi lain yang menerapkan teknologi secara komprehensif, maka oleh karena itu kewirausahaan digital juga sering disebut dengan ekonomi digital.

#### 6.2. Perkembangan Kewirausahaan Digital

Seiring dengan perkembangan internet dan teknologi, kewirausahaan digital telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Berikut adalah beberapa tahap penting dalam perkembangan kewirausahaan digital:

1. **Era Internet Awal (1990-an hingga awal 2000-an):** Pada tahap awal ini, internet mulai menjadi populer dan bisnis e-commerce pertama mulai bermunculan. Amazon dan eBay adalah contoh sukses awal dari kewirausahaan digital.

2. **Munculnya Media Sosial (2000-an hingga awal 2010-an):** Dengan munculnya platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram, cara bisnis berinteraksi dengan pelanggan berubah drastis. Media sosial memungkinkan pengusaha digital untuk membangun merek, berinteraksi langsung dengan konsumen, dan melakukan pemasaran dengan cara yang lebih personal dan efektif.
3. **Revolusi Aplikasi Mobile (2010-an hingga sekarang):** Perkembangan smartphone dan aplikasi mobile telah membuka peluang baru bagi pengusaha digital. Aplikasi seperti Uber, Airbnb, dan TikTok telah menciptakan model bisnis baru yang berbasis pada teknologi mobile. Bisnis-bisnis ini telah mengubah industri mereka masing-masing dan menunjukkan bagaimana teknologi digital dapat digunakan untuk menciptakan inovasi yang disruptif.
4. **Big Data dan AI (Kecerdasan Buatan) (2020-an dan seterusnya):** Dengan kemajuan dalam big data dan AI, pengusaha digital sekarang memiliki akses ke alat yang lebih canggih untuk menganalisis data, memahami tren pasar, dan membuat keputusan bisnis yang lebih baik.

### 6.3. Ciri-Ciri Kewirausahaan Digital

Kewirausahaan digital memiliki beberapa ciri khas yang membedakannya dari kewirausahaan tradisional. Berikut adalah beberapa ciri utama:

5. **Pemanfaatan Teknologi Digital:** Teknologi digital adalah inti dari kewirausahaan digital. Pengusaha digital memanfaatkan internet, media sosial, aplikasi mobile, dan teknologi lain untuk menjalankan operasional bisnis mereka. Ini mencakup e-commerce,

pemasaran digital, analisis data, dan manajemen pelanggan.

6. **Fleksibilitas dan Mobilitas:** Bisnis digital tidak terbatas oleh lokasi fisik. Pengusaha digital dapat menjalankan bisnis mereka dari mana saja, selama ada akses internet. Ini memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam hal waktu dan tempat kerja.
7. **Skalabilitas Tinggi:** Bisnis digital biasanya memiliki potensi skalabilitas yang tinggi. Dengan model bisnis yang tepat, pengusaha digital dapat memperluas pasar mereka dengan cepat tanpa perlu investasi besar dalam infrastruktur fisik.
8. **Inovasi Berkelanjutan:** Kewirausahaan digital ditandai oleh inovasi yang terus-menerus. Pengusaha digital harus selalu mengikuti tren teknologi terbaru dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Inovasi adalah kunci untuk tetap kompetitif dalam lingkungan bisnis digital yang cepat berubah.
9. **Keterlibatan Pelanggan yang Tinggi:** Melalui media sosial dan platform digital lainnya, pengusaha digital dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan mereka. Ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan umpan balik langsung, membangun komunitas, dan menciptakan loyalitas pelanggan yang kuat.

#### 6.4. Model Bisnis Dalam Kewirausahaan Digital

Dalam kewirausahaan digital, ada beberapa model bisnis yang umum digunakan oleh pengusaha digital. Beberapa model bisnis tersebut antara lain:

10. **E-commerce:** Model bisnis e-commerce melibatkan penjualan produk atau layanan secara online melalui platform seperti Amazon, eBay, atau Shopify. Pengusaha digital dapat menjual produk fisik, produk digital, atau layanan melalui situs web mereka sendiri atau melalui platform e-commerce pihak ketiga.

11. **Freemium:** Model freemium adalah model bisnis di mana perusahaan menawarkan produk atau layanan dasar secara gratis, tetapi mengenakan biaya untuk fitur tambahan atau versi premium. Contoh model bisnis ini adalah layanan seperti Spotify atau Dropbox.
12. **Pemasaran Afiliasi:** Dalam pemasaran afiliasi, pengusaha digital menghasilkan pendapatan dengan mempromosikan produk atau layanan pihak ketiga dan mendapatkan komisi dari setiap penjualan yang dihasilkan melalui tautan afiliasi mereka. Model ini umum digunakan oleh blogger, YouTuber, dan influencer media sosial.
13. **Layanan Berlangganan (Subscription):** Dalam model bisnis berlangganan, pelanggan membayar biaya bulanan atau tahunan untuk mendapatkan akses ke produk atau layanan. Contoh model ini adalah layanan streaming seperti Netflix atau platform SaaS (Software as a Service) seperti Adobe Creative Cloud.
14. **Iklan Digital:** Model bisnis iklan digital melibatkan monetisasi lalu lintas web atau aplikasi dengan menampilkan iklan kepada pengguna. Google AdSense dan program kemitraan YouTube adalah contoh dari model bisnis ini.

## 6.5. Tantangan Dalam Kewirausahaan Digital

Meskipun kewirausahaan digital menawarkan banyak peluang, ada juga sejumlah tantangan yang dihadapi oleh pengusaha digital. Beberapa tantangan utama tersebut adalah:

15. **Persaingan yang Ketat:** Dunia digital adalah pasar yang sangat kompetitif. Pengusaha digital harus bersaing dengan banyak pemain lain, termasuk perusahaan besar dengan

sumber daya yang lebih besar.

16. **Keamanan Siber:** Dengan meningkatnya ancaman keamanan siber, pengusaha digital harus memastikan bahwa bisnis mereka aman dari serangan cyber. Ini termasuk melindungi data pelanggan, memastikan keamanan transaksi online, dan menjaga infrastruktur digital yang aman.
17. **Perubahan Teknologi yang Cepat:** Teknologi digital berkembang dengan sangat cepat. Pengusaha digital harus selalu mengikuti perkembangan terbaru dan beradaptasi dengan perubahan ini.
18. **Keterbatasan Sumber Daya:** Banyak pengusaha digital memulai bisnis mereka dengan sumber daya yang terbatas. Ini bisa menjadi tantangan dalam hal pemasaran, pengembangan produk, dan ekspansi.
19. **Regulasi dan Kepatuhan:** Bisnis digital sering kali beroperasi di berbagai yurisdiksi dengan peraturan yang berbeda-beda. Pengusaha digital harus memastikan bahwa mereka mematuhi semua regulasi yang berlaku, termasuk undang-undang privasi data, pajak, dan hak kekayaan intelektual.

## 6.6. Peluang Dalam Kewirausahaan Digital

Meskipun ada banyak tantangan, kewirausahaan digital juga menawarkan sejumlah peluang yang menarik bagi pengusaha yang siap untuk berinovasi dan beradaptasi. Beberapa peluang tersebut meliputi:

20. **Pasar Global:** Internet memungkinkan pengusaha digital untuk menjangkau pasar global dengan mudah. Ini membuka peluang besar bagi mereka untuk mengekspor

produk atau layanan mereka ke luar negeri dan memperluas jangkauan bisnis mereka.

21. **Personal Branding:** Dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya, pengusaha digital dapat membangun personal branding yang kuat. Ini dapat membantu mereka menarik pelanggan, mitra bisnis, dan investor.
22. **Inovasi Produk dan Layanan:** Teknologi digital memungkinkan pengusaha untuk mengembangkan produk dan layanan baru yang inovatif. Mereka dapat memanfaatkan big data, AI, dan teknologi lainnya untuk menciptakan solusi yang memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.
23. **Pemasaran Digital:** Pemasaran digital menawarkan berbagai alat dan teknik untuk menjangkau pelanggan secara efektif dan efisien. Pengusaha digital dapat memanfaatkan SEO, iklan online, email marketing, dan media sosial untuk mempromosikan bisnis mereka.
24. **Crowdfunding:** Crowdfunding adalah metode penggalangan dana yang memungkinkan pengusaha digital untuk mendapatkan modal dari sekelompok besar individu melalui platform online. Ini adalah cara yang efektif untuk memulai bisnis tanpa harus bergantung pada pendanaan tradisional seperti pinjaman bank atau modal ventura.

## **BAB VII**

### **STRATEGI PEMASARAN DIGITAL**

Di era digital yang semakin berkembang pesat, lanskap bisnis telah mengalami transformasi yang signifikan. Teknologi informasi dan komunikasi telah membuka berbagai peluang baru sekaligus menciptakan tantangan yang kompleks bagi para pelaku usaha. Konsumen kini memiliki akses informasi yang tak terbatas dan dapat berinteraksi dengan merek melalui berbagai saluran digital. Fenomena ini menuntut bisnis untuk tidak hanya sekadar hadir secara daring, tetapi juga merumuskan dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang efektif untuk menjangkau, melibatkan, dan mengonversi target audiens mereka.

Namun, strategi pemasaran digital yang canggih sekalipun tidak akan membawa dampak maksimal jika tidak didukung oleh fondasi keuangan yang kuat. Manajemen keuangan yang prudent dan kemampuan untuk mengidentifikasi serta mengamankan sumber pembiayaan yang tepat menjadi krusial dalam memastikan keberlanjutan operasional, pertumbuhan, dan inovasi bisnis. Banyak startup dan usaha kecil yang sukses dalam pemasaran digital namun gagal karena manajemen kas yang buruk atau kurangnya akses ke modal yang dibutuhkan untuk skala

bisnis.

Oleh karena itu, penting bagi setiap organisasi, baik skala kecil maupun besar, untuk memahami interkoneksi antara strategi pemasaran digital dan manajemen keuangan. Makalah ini bertujuan untuk menguraikan secara komprehensif konsep-konsep kunci dalam kedua bidang ini, serta menyoroti bagaimana integrasi yang harmonis antara pemasaran yang didorong data dan pengelolaan keuangan yang cerdas dapat menjadi kunci keberhasilan di pasar yang semakin kompetitif.

## **7.1. Definisi Pemasaran Digital**

Pemasaran digital adalah serangkaian kegiatan pemasaran yang menggunakan perangkat elektronik atau internet untuk menyampaikan pesan promosi dan mengukur dampaknya. Ini mencakup berbagai taktik dan teknologi yang dirancang untuk mencapai konsumen melalui saluran digital, seperti mesin pencari, media sosial, email, situs web, dan aplikasi seluler. Tujuannya adalah untuk membangun kesadaran merek, menarik prospek, mengonversi penjualan, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

## **7.2. Jenis-jenis Strategi Pemasaran Digital**

Pemasaran digital memiliki beragam jenis yang dapat disesuaikan dengan tujuan dan target audiens bisnis:

### **7.2.1. Search Engine Optimization (SEO)**

SEO adalah proses mengoptimalkan situs web atau konten agar mendapatkan peringkat tinggi di halaman hasil mesin pencari (SERP) secara organik (tidak berbayar). Tujuannya adalah meningkatkan visibilitas dan lalu lintas (traffic) ke situs web. Strategi ini melibatkan

riset kata kunci, optimasi konten, pembangunan tautan (link building), dan perbaikan teknis situs.

### **7.2.2. Search Engine Marketing (SEM)**

SEM adalah strategi pemasaran digital yang mencakup SEO dan pemasaran berbayar (Paid Search) di mesin pencari. Bentuk paling umum dari Paid Search adalah Pay-Per-Click (PPC) advertising, di mana pengiklan membayar setiap kali iklan mereka diklik. Google Ads adalah platform SEM yang paling populer.

### **7.2.3. Content Marketing**

Content marketing melibatkan pembuatan dan distribusi konten yang bernilai, relevan, dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan audiens yang jelas, serta pada akhirnya mendorong tindakan pelanggan yang menguntungkan. Bentuk konten bisa berupa artikel blog, video, infografis, e-book, podcast, dan lain-lain.

### **7.2.4. Social Media Marketing**

Social media marketing adalah penggunaan platform media sosial (seperti Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok) untuk membangun merek, meningkatkan lalu lintas situs web, dan mendorong penjualan. Ini melibatkan pembuatan dan berbagi konten, interaksi dengan pengikut, dan menjalankan kampanye iklan berbayar.

### **7.2.5. Email Marketing**

Email marketing adalah pengiriman pesan komersial kepada sekelompok orang melalui email. Ini digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk membangun hubungan dengan pelanggan, mempromosikan produk atau layanan, mengirim buletin, dan menginformasikan penawaran khusus.

### **7.2.6. Influencer Marketing**

Influencer marketing adalah bentuk pemasaran di mana merek berkolaborasi dengan individu yang memiliki audiens besar dan berpengaruh di media sosial atau platform lainnya (influencer) untuk mempromosikan produk atau layanan mereka.

#### 7.2.7. Affiliate Marketing

Affiliate marketing adalah model pemasaran berbasis kinerja di mana bisnis memberikan komisi kepada afiliasi untuk setiap pengunjung atau pelanggan yang dihasilkan dari upaya pemasaran afiliasi mereka sendiri.

### 7.3. Pentingnya Pemasaran Digital bagi Bisnis

Pemasaran digital sangat penting di era modern karena:

- **Jangkauan Global:** Memungkinkan bisnis menjangkau audiens di seluruh dunia tanpa batasan geografis.
- **Targeting Akurat:** Memungkinkan penargetan audiens yang sangat spesifik berdasarkan demografi, minat, perilaku, dan lokasi.
- **Terukur dan Analitis:** Hampir setiap aspek kampanye pemasaran digital dapat diukur dan dianalisis, memberikan wawasan berharga untuk optimasi.
- **Biaya Efektif:** Seringkali lebih hemat biaya dibandingkan metode pemasaran tradisional, terutama untuk usaha kecil dan menengah.
- **Interaksi Langsung:** Memungkinkan interaksi dua arah dengan pelanggan, membangun komunitas, dan meningkatkan loyalitas merek.
- **Fleksibilitas dan Adaptabilitas:** Kampanye dapat diubah dan diadaptasi dengan cepat berdasarkan performa dan umpan balik.

#### 7.4. Pengukuran Efektivitas Pemasaran Digital

Pengukuran adalah kunci untuk memahami keberhasilan kampanye pemasaran digital dan mengoptimalkan pengeluaran. Metrik penting meliputi:

- **Traffic Website:** Jumlah pengunjung ke situs web.
- **Conversion Rate:** Persentase pengunjung yang melakukan tindakan yang diinginkan (misalnya, pembelian, pendaftaran).
- **Cost Per Acquisition (CPA):** Biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan satu pelanggan baru.
- **Return on Ad Spend (ROAS):** Pendapatan yang dihasilkan untuk setiap dolar yang dihabiskan untuk iklan.
- **Engagement Rate:** Tingkat interaksi audiens dengan konten (likes, shares, comments).
- **Brand Awareness:** Peningkatan pengenalan merek melalui metrik seperti jangkauan dan impresi.

## **BAB VIII**

### **MANAJEMEN KEUANGAN DAN PEMBIAYAAN**

#### **8.1. Definisi Manajemen Keuangan**

Manajemen keuangan adalah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya keuangan organisasi. Ini melibatkan pengambilan keputusan strategis terkait akuisisi dana (pembiayaan), alokasi dana (investasi), dan distribusi laba (dividen) untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan mencapai tujuan keuangan.

#### **8.2. Peran Manajemen Keuangan dalam Bisnis Digital**

Dalam bisnis digital, peran manajemen keuangan sangat krusial karena:

- **Pengelolaan Arus Kas:** Bisnis digital seringkali memiliki siklus pendapatan yang bervariasi (misalnya, langganan bulanan, penjualan e-commerce). Manajemen kas yang efektif memastikan likuiditas yang memadai.

- **Alokasi Anggaran Pemasaran:** Menentukan berapa banyak yang harus diinvestasikan dalam berbagai saluran pemasaran digital untuk memaksimalkan ROI.
- **Evaluasi Teknologi:** Memutuskan investasi dalam teknologi baru yang diperlukan untuk operasional digital.
- **Pengukuran Kinerja:** Menetapkan metrik keuangan untuk mengevaluasi keberhasilan strategi bisnis secara keseluruhan.
- **Pembiayaan Pertumbuhan:** Mengidentifikasi dan mengamankan sumber dana untuk ekspansi dan inovasi.

### 8.3. Sumber-sumber Pembiayaan

Bisnis digital memiliki berbagai pilihan pembiayaan, baik dari internal maupun eksternal:

#### 8.3.1. Modal Sendiri (Self-funding / Bootstrapping)

Pembiayaan dari dana pribadi pemilik, keuntungan yang ditahan (retained earnings), atau pinjaman dari keluarga dan teman. Keuntungannya adalah kontrol penuh dan tanpa kewajiban bunga, namun seringkali terbatas dalam jumlah.

#### 8.3.2. Pinjaman Bank

Pinjaman tradisional dari lembaga keuangan yang memerlukan jaminan dan memiliki jadwal pembayaran bunga serta pokok yang tetap. Cocok untuk bisnis yang sudah mapan dengan arus kas yang stabil.

#### 8.3.3. Modal Ventura (Venture Capital)

Pendanaan yang disediakan oleh perusahaan modal ventura kepada startup atau perusahaan kecil yang memiliki potensi pertumbuhan tinggi. Sebagai imbalannya, investor

mendapatkan ekuitas (saham) di perusahaan. Mereka juga seringkali menyediakan keahlian dan jaringan.

#### **8.3.4. Crowdfunding**

Mendapatkan dana dari sejumlah besar individu, biasanya melalui platform online, dalam pertukaran produk, ekuitas, atau sebagai donasi. Ada beberapa jenis: *reward-based*, *equity-based*, *debt-based*, dan *donation-based*.

#### **8.3.5. Angel Investor**

Individu kaya yang menyediakan modal untuk startup, biasanya sebagai imbalan atas kepemilikan ekuitas atau utang konvertibel. Mereka seringkali juga membawa pengalaman dan koneksi.

### **8.4. Perencanaan Keuangan dan Anggaran**

Perencanaan keuangan adalah proses menetapkan tujuan keuangan, membuat rencana untuk mencapainya, dan mengelola sumber daya untuk mencapai tujuan tersebut. Anggaran adalah rencana keuangan terperinci yang menguraikan pendapatan dan pengeluaran yang diantisipasi selama periode waktu tertentu. Dalam bisnis digital, anggaran yang cermat diperlukan untuk biaya operasional (server, software, gaji), serta biaya pemasaran dan pengembangan produk.

### **8.5. Pengelolaan Arus Kas**

Pengelolaan arus kas adalah proses memantau dan menganalisis uang yang masuk dan keluar dari bisnis. Arus kas positif menunjukkan bahwa bisnis memiliki cukup uang tunai untuk membayar kewajiban, sedangkan arus kas negatif dapat mengindikasikan masalah

likuiditas. Penting untuk memprediksi arus kas dengan akurat, mengelola piutang dan utang, serta menjaga cadangan kas yang memadai.

## 8.6. Analisis Kelayakan Investasi

Sebelum melakukan investasi besar, seperti kampanye pemasaran digital berskala besar atau pengembangan fitur produk baru, bisnis perlu melakukan analisis kelayakan investasi. Metode yang umum digunakan meliputi:

- **Net Present Value (NPV):** Menghitung nilai sekarang dari arus kas masa depan suatu proyek.
- **Internal Rate of Return (IRR):** Tingkat diskonto di mana NPV suatu proyek adalah nol.
- **Payback Period:** Waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi awal.

## 8.7. Optimalisasi Anggaran Pemasaran

Manajemen keuangan yang baik memungkinkan alokasi anggaran pemasaran digital yang optimal. Dengan melacak metrik kinerja pemasaran (misalnya, CPA, ROAS) dan membandingkannya dengan anggaran yang dialokasikan, perusahaan dapat mengidentifikasi saluran yang paling efisien dan mengalihkan dana dari kampanye yang kurang berkinerja ke kampanye yang lebih efektif. Ini memastikan bahwa setiap rupiah yang diinvestasikan dalam pemasaran menghasilkan nilai maksimal.

## 8.8. Return on Investment (ROI) Pemasaran Digital

Menghitung ROI pemasaran digital adalah contoh nyata integrasi keuangan dan pemasaran. ROI mengukur efisiensi investasi dengan membandingkan keuntungan bersih dari investasi dengan biayanya. Dalam pemasaran digital, ROI dapat dihitung untuk kampanye spesifik, platform, atau bahkan fitur produk. Pemahaman yang mendalam tentang ROI membantu dalam pengambilan keputusan investasi pemasaran yang lebih baik dan justifikasi pengeluaran kepada pemangku kepentingan.

Formula dasar ROI:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Pendapatan dari Pemasaran} - \text{Biaya Pemasaran}}{\text{Biaya Pemasaran}} \times 100$$

### 8.9. Pengelolaan Risiko Keuangan dalam Inisiatif Digital

Setiap investasi dalam pemasaran digital memiliki risiko, baik risiko keuangan maupun risiko operasional. Manajemen keuangan membantu mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola risiko-risiko ini. Contohnya, kampanye iklan yang gagal dapat menyebabkan kerugian finansial. Dengan analisis kelayakan yang ketat, diversifikasi strategi, dan pemantauan kinerja yang berkelanjutan, risiko dapat diminimalkan. Selain itu, manajemen keuangan yang solid memastikan bahwa perusahaan memiliki cadangan yang cukup untuk menghadapi fluktuasi pasar atau hasil kampanye yang tidak sesuai harapan.

## **BAB IX**

### **PENGEMBANGAN PRODUK DAN LAYANAN TEKNOLOGI**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat telah membawa dampak signifikan terhadap dinamika bisnis, industri, dan kehidupan sosial masyarakat. Organisasi dan perusahaan kini dituntut untuk terus berinovasi dan menciptakan produk serta layanan berbasis teknologi agar tetap kompetitif di era digital. Konsumen modern menginginkan solusi yang cepat, efisien, dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan individual mereka. Oleh karena itu, pengembangan produk dan layanan teknologi menjadi aspek kunci dalam strategi pertumbuhan dan keberlanjutan organisasi.

Perkembangan teknologi yang pesat telah mengubah lanskap bisnis dan kehidupan sehari-hari. Inovasi dalam produk dan layanan teknologi menjadi kebutuhan utama agar perusahaan dan organisasi dapat bertahan serta bersaing. Pengembangan produk dan layanan teknologi

memungkinkan terciptanya solusi yang lebih efisien, personalisasi layanan, serta peningkatan kepuasan pengguna. Oleh karena itu, memahami strategi dan proses pengembangan teknologi menjadi sangat penting di era digital ini.

Pengembangan produk tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis semata, tetapi juga menyangkut pemahaman terhadap kebutuhan pasar, perilaku konsumen, serta penerapan prinsip-prinsip desain yang berpusat pada pengguna (*user-centered design*). Sementara itu, layanan teknologi seperti aplikasi, platform digital, dan sistem berbasis cloud menuntut pendekatan inovatif yang menggabungkan kemajuan teknologi dengan pelayanan berkualitas tinggi.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami proses, strategi, dan tantangan yang dihadapi dalam pengembangan produk dan layanan teknologi. Dengan pendekatan yang tepat, organisasi dapat menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

### **9.1. Pengertian**

Pengembangan produk dan layanan teknologi adalah proses menciptakan, merancang, menguji, dan meluncurkan produk atau layanan berbasis teknologi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar atau menyelesaikan masalah tertentu. Proses ini mencakup integrasi antara teknologi informasi, manajemen inovasi, riset pasar, dan strategi bisnis.

Produk teknologi adalah barang atau perangkat yang dikembangkan berbasis ilmu pengetahuan dan teknik, seperti perangkat lunak, perangkat keras, maupun sistem otomatisasi. Layanan teknologi mengacu pada bentuk jasa yang memanfaatkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna, seperti layanan cloud, streaming, atau aplikasi berbasis AI.

## **9.2. Teori**

Menurut Ulrich dan Eppinger (2016), pengembangan produk meliputi identifikasi kebutuhan pelanggan, konseptualisasi ide, perancangan, hingga peluncuran ke pasar. Sementara itu, layanan teknologi membutuhkan pemahaman mendalam terhadap user experience dan service design.

## **9.3. Model**

Beberapa model yang umum digunakan antara lain:

1. Waterfall Model
2. Agile Development
3. Design Thinking

Model-model ini dipilih tergantung pada kompleksitas dan kebutuhan proyek.

## **9.4. Proses Pengembangan**

Proses pengembangan umumnya terdiri atas:

1. Identifikasi kebutuhan pasar yaitu menggunakan riset pasar untuk memahami masalah atau kebutuhan konsumen.
2. Perumusan ide dan konsep

3. Desain dan prototipe
4. Pengujian dan evaluasi
5. Produksi atau peluncuran layanan
6. Feedback dan perbaikan berkelanjutan

### **9.5. Contoh Kasus**

Sebagai contoh, pengembangan aplikasi dompet digital (e-wallet) memerlukan:

1. Studi kebutuhan pengguna (transaksi cepat, keamanan tinggi)
2. Desain UI/UX yang intuitif
3. Integrasi sistem pembayaran
4. Uji coba beta
5. Peluncuran dan update berkala

### **9.6. Tantangan dan Peluang**

#### **Tantangan:**

- Persaingan yang ketat
- Kebutuhan inovasi berkelanjutan
- Isu keamanan data

#### **Peluang:**

- Digitalisasi global
- Adopsi teknologi baru (AI, IoT, blockchain)
- Dukungan dari pemerintah dan regulasi

### **9.7. Strategi Sukses**

1. Mengutamakan pendekatan user-centered design.
2. Iterasi produk secara berkelanjutan (agile development)
3. Kolaborasi multidisiplin (teknologi, bisnis, desain)
4. Penerapan teknologi terkini: AI, IoT, Big Data, Blockchain

## **BAB X**

### **PEMBANGUNAN TIM DAN KEPEMIMPINAN**

#### **10.1. Pengertian**

Pembangunan tim (team building) adalah proses meningkatkan hubungan kerja, komunikasi, dan kolaborasi di antara anggota tim untuk mencapai tujuan bersama. Proses ini melibatkan berbagai kegiatan yang bertujuan mempererat kerja sama dan meningkatkan kepercayaan antar anggota.

Kepemimpinan adalah kemampuan seseorang untuk mempengaruhi, mengarahkan,

dan menginspirasi orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Seorang pemimpin bertanggung jawab mengelola konflik, membuat keputusan strategis, dan menjaga moral tim.

## **10.2. Unsur-Unsur Tim yang Efektif**

- Tujuan yang jelas
- Peran yang terdefinisi
- Komunikasi yang terbuka
- Kepemimpinan yang efektif
- Kepercayaan dan saling menghormati

## **10.3. Gaya Kepemimpinan**

1. Kepemimpinan otoriter: Pemimpin membuat semua keputusan tanpa konsultasi.
2. Kepemimpinan partisipatif: Pemimpin melibatkan anggota tim dalam pengambilan keputusan.
3. Kepemimpinan delegatif (*laissez-faire*): Pemimpin memberikan kebebasan penuh kepada anggota tim.

#### **10.4. Peran Pemimpin dalam Pembangunan Tim**

1. Membangun visi dan misi yang jelas
2. Menjadi teladan dalam etika dan kerja keras
3. Memfasilitasi komunikasi yang efektif
4. Meningkatkan motivasi dan semangat kerja
5. Menyelesaikan konflik secara bijak

#### **10.5. Tantangan dalam Pembangunan Tim**

1. Perbedaan latar belakang anggota tim
2. Konflik internal
3. Kurangnya komunikasi
4. Kepemimpinan yang lemah

#### **10.6 Hubungan Kepemimpinan dan Pembangunan Tim**

1. Pemimpin yang baik mampu membangun tim yang solid.
2. Gaya kepemimpinan memengaruhi dinamika dan produktivitas tim.
3. Kepemimpinan transformasional seringkali menghasilkan tim yang lebih inovatif dan

adaptif.

### **10.7 Strategi Pengembangan Tim dan Kepemimpinan**

1. Pelatihan dan workshop tim building
2. Coaching dan mentoring
3. Penilaian kinerja tim dan feedback berkala
4. Rotasi peran untuk pengembangan kepemimpinan internal
5. Simulasi atau studi kasus kolaboratif

## **BAB XI**

### **ETIKA DALAM BISNIS TEKNOLOGI**

Era digital telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental, menciptakan paradigma baru dalam interaksi antara teknologi, masyarakat, dan lingkungan bisnis. Transformasi ini mencapai puncaknya dalam konsep Society 5.0, yang menggabungkan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), big data, dan robotika untuk menciptakan masyarakat yang cerdas dan berkelanjutan.

Dalam konteks ini, perusahaan teknologi menghadapi tantangan yang semakin kompleks dalam menyeimbangkan inovasi teknologi dengan tanggung jawab etis dan sosial. Perkembangan teknologi yang pesat sering kali menimbulkan dilema etis, mulai dari isu privasi data, bias algoritma, hingga dampak sosial dari otomatisasi yang dapat menggantikan peran manusia dalam berbagai sektor.

Konsep Society 5.0 yang digagas oleh Jepang menawarkan visi masyarakat yang berpusat pada manusia, di mana teknologi digunakan untuk menyelesaikan masalah sosial dan meningkatkan kualitas hidup. Namun, realisasi visi ini memerlukan komitmen kuat dari pelaku bisnis teknologi untuk menerapkan prinsip-prinsip etika dan tanggung jawab sosial dalam setiap aspek operasional mereka.

### 11.1. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Teknologi

Industri teknologi menghadapi tantangan etika yang unik karena sifat inovatif dan disruptif dari teknologi yang dikembangkan. Prinsip-prinsip etika dalam bisnis teknologi harus mencakup:

- **Beneficence dan Non-maleficence:** Teknologi harus dikembangkan untuk memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat sambil meminimalkan potensi kerugian. Prinsip "do no harm" menjadi sangat penting dalam pengembangan AI, robotika, dan teknologi otomatisasi.
- **Autonomy dan Informed Consent:** Menghormati hak individu untuk membuat keputusan sendiri berdasarkan informasi yang lengkap dan akurat. Dalam konteks teknologi, ini berkaitan dengan transparansi mengenai bagaimana data dikumpulkan, diproses, dan digunakan.

- **Justice dan Fairness:** Memastikan bahwa manfaat dan risiko teknologi didistribusikan secara adil di masyarakat. Ini mencakup aksesibilitas teknologi, pencegahan bias algoritma, dan pemerataan peluang digital.
- **Transparency dan Explainability:** Sistem teknologi, terutama AI, harus dapat dijelaskan dan dipahami oleh pengguna. Algoritma "black box" yang tidak dapat dijelaskan menimbulkan masalah etika yang serius.

## 11.2. Isu-Isu Etika dalam Teknologi Digital

Perkembangan teknologi digital menimbulkan berbagai isu etika yang kompleks:

- **Bias Algoritma:** Sistem AI dapat memperkuat bias yang ada dalam data training, yang dapat mengakibatkan diskriminasi dalam pengambilan keputusan otomatis. Contohnya adalah bias dalam sistem rekrutmen otomatis atau algoritma penilaian kredit.
- **Surveillance dan Privacy:** Teknologi pengawasan yang semakin canggih menimbulkan kekhawatiran tentang privasi dan kebebasan individu. Perusahaan teknologi harus menyeimbangkan kebutuhan keamanan dengan hak privasi.
- **Manipulation dan Influence:** Platform digital memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perilaku dan opini pengguna melalui algoritma rekomendasi dan targeted advertising. Hal ini menimbulkan pertanyaan etika tentang manipulasi dan autonomi pengguna.
- **Digital Divide:** Kesenjangan akses terhadap teknologi dapat memperdalam ketimpangan sosial ekonomi. Perusahaan teknologi memiliki tanggung jawab untuk memastikan inklusivitas teknologi.

### 11.3. Pengelolaan Data dan Privasi

Dalam era big data, pengelolaan data menjadi aspek krusial dalam etika bisnis teknologi:

- **Data Minimization:** Mengumpulkan hanya data yang benar-benar diperlukan untuk tujuan bisnis yang sah.
- **Purpose Limitation:** Menggunakan data hanya untuk tujuan yang telah dijelaskan dan disetujui oleh pengguna.
- **Data Security:** Menerapkan langkah-langkah keamanan yang memadai untuk melindungi data dari pelanggaran dan penyalahgunaan.
- **User Control:** Memberikan kontrol kepada pengguna atas data mereka, termasuk hak untuk mengakses, memperbaiki, dan menghapus data pribadi.

## BAB XII

### TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TEKNOLOGI

#### 12.1. Dimensi Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan teknologi memiliki tanggung jawab sosial yang multidimensional:

- **Tanggung Jawab terhadap Pengguna:** Memastikan produk dan layanan aman, dapat diandalkan, dan memberikan nilai yang dijanjikan. Ini mencakup perlindungan dari konten berbahaya, misinformasi, dan eksploitasi.
- **Tanggung Jawab terhadap Karyawan:** Menciptakan lingkungan kerja yang adil, inklusif, dan mendukung pengembangan profesional. Dalam industri teknologi yang kompetitif, ini juga mencakup work-life balance dan kesehatan mental karyawan.
- **Tanggung Jawab terhadap Komunitas:** Berkontribusi pada pengembangan komunitas lokal melalui program pendidikan, pelatihan digital, dan dukungan ekonomi lokal.
- **Tanggung Jawab terhadap Lingkungan:** Mengurangi jejak karbon, menggunakan energi terbarukan, dan mengembangkan teknologi ramah lingkungan.

## 12.2. Implementasi CSR dalam Industri Teknologi

Implementasi CSR dalam industri teknologi memiliki karakteristik khusus:

- **Digital Inclusion:** Mengembangkan program untuk mengurangi kesenjangan digital melalui penyediaan akses internet, pelatihan digital, dan pengembangan konten lokal.
- **Education Technology:** Berkontribusi pada pendidikan melalui pengembangan platform pembelajaran, penyediaan akses gratis untuk institusi pendidikan, dan program beasiswa teknologi.
- **Environmental Technology:** Mengembangkan solusi teknologi untuk mengatasi masalah lingkungan seperti monitoring polusi, efisiensi energi, dan smart city solutions.

- **Ethical AI Development:** Mengembangkan AI yang bertanggung jawab melalui penelitian etika AI, development guidelines, dan kolaborasi dengan akademisi dan policymakers.

### 12.3. Dampak Sosial dan Lingkungan

Perusahaan teknologi harus mengelola dampak sosial dan lingkungan dari operasi mereka:

- **Dampak Positif:** Teknologi dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya transaksi, memfasilitasi inovasi, dan menciptakan peluang ekonomi baru.
- **Dampak Negatif yang Harus Dimitigasi:** Displacement pekerjaan akibat otomatisasi, konsumsi energi data center, e-waste, dan potensi penyalahgunaan teknologi.
- **Measuring Impact:** Mengembangkan metrik untuk mengukur dampak sosial dan lingkungan, serta melaporkannya secara transparan kepada stakeholder.

### 12.4. Karakteristik Society 5.0

Society 5.0 memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari era sebelumnya:

- **Convergence of Technologies:** Integrasi AI, IoT, robotika, blockchain, dan teknologi lainnya untuk menciptakan solusi holistik.
- **Real-time Data Processing:** Kemampuan untuk memproses dan menganalisis data secara real-time untuk pengambilan keputusan yang cepat dan akurat.

- **Personalized Services:** Layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan individual berdasarkan data dan preferensi pengguna.
- **Sustainable Development:** Fokus pada solusi yang berkelanjutan dan ramah lingkungan.

## **12.5. Tantangan dalam Era Society 5.0**

### **Tantangan Teknologi:**

- Kompleksitas integrasi sistem yang berbeda
- Kebutuhan infrastruktur digital yang robust
- Standardisasi dan interoperabilitas
- Keamanan siber yang semakin kompleks

### **Tantangan Sosial:**

- Kesenjangan digital yang dapat memperdalam ketimpangan
- Resistance to change dari masyarakat
- Kebutuhan reskilling dan upskilling tenaga kerja
- Isu privasi dan pengawasan

### **Tantangan Regulasi:**

- Kebutuhan framework regulasi yang adaptif

- Harmonisasi regulasi lintas negara
- Perlindungan hak konsumen dalam lingkungan digital
- Ethical guidelines untuk teknologi baru

#### **Tantangan Lingkungan:**

- Konsumsi energi yang tinggi dari infrastruktur digital
- E-waste management
- Carbon footprint dari data centers
- Sustainable technology development

#### **12.6. Peluang Bisnis Teknologi**

Era Society 5.0 membuka berbagai peluang bisnis:

- **Smart Cities:** Pengembangan solusi terintegrasi untuk manajemen kota cerdas, termasuk smart transportation, smart energy management, dan smart governance.
- **Healthcare Technology:** Telemedicine, AI diagnostics, personalized medicine, dan remote monitoring systems.
- **Educational Technology:** Platform pembelajaran adaptif, virtual reality education, dan AI tutoring systems.
- **Sustainable Technology:** Clean energy solutions, circular economy platforms, dan environmental monitoring systems.

- **Financial Technology:** Digital payments, blockchain-based financial services, dan AI-powered financial planning.

## **12.7. Strategi Adaptasi**

Untuk sukses di era Society 5.0, perusahaan teknologi perlu mengembangkan strategi adaptasi:

- **Innovation Strategy:** Investasi dalam R&D, kolaborasi dengan universitas dan startup, serta open innovation approaches.
- **Talent Strategy:** Rekrutmen talent dengan skillset baru, program continuous learning, dan partnerships dengan institusi pendidikan.
- **Partnership Strategy:** Kolaborasi strategis dengan pemerintah, NGO, dan perusahaan lain untuk mengembangkan solusi yang komprehensif.
- **Sustainability Strategy:** Integrasi sustainability goals dalam business strategy, green technology development, dan circular business models

## **STUDI KASUS TECHNOPRENEUR SUKSES**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa transformasi besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Dalam era digital ini, muncul fenomena baru yang dikenal dengan istilah *technopreneurship*, yaitu kewirausahaan berbasis teknologi. Para *technopreneur* memanfaatkan inovasi teknologi untuk menciptakan produk atau layanan baru yang mampu memecahkan berbagai permasalahan sosial maupun kebutuhan pasar. Kehadiran para *technopreneur* sukses seperti Elon Musk, Nadiem Makarim, dan William Tanuwijaya menjadi inspirasi bagi banyak generasi muda untuk berkarya dan berinovasi.

- **Transformasi Bisnis di Era Digital**

Perkembangan pesat TIK telah merevolusi cara kita berinteraksi, bekerja, dan berbisnis. Dari internet berkecepatan tinggi hingga perangkat mobile yang semakin canggih, teknologi telah membuka gerbang menuju kemungkinan tak terbatas. Fenomena ini bukan hanya sekadar perubahan alat, melainkan sebuah transformasi fundamental dalam model bisnis dan ekosistem ekonomi secara keseluruhan. Perusahaan-perusahaan yang adaptif terhadap perubahan teknologi mampu meraih keuntungan kompetitif, sementara yang enggan berinovasi berisiko tertinggal.

- **Technopreneurship: Inovasi Teknologi untuk Solusi Nyata**

Di tengah gelombang transformasi ini, lahirlah *technopreneurship*, sebuah bentuk kewirausahaan yang berakar kuat pada inovasi teknologi. Para *technopreneur* tidak hanya sekadar mendirikan bisnis, tetapi mereka memanfaatkan pemahaman mendalam tentang teknologi untuk mengidentifikasi masalah, mengembangkan solusi kreatif, dan menciptakan nilai baru di pasar.

Mereka adalah pionir yang berani mengambil risiko, mengubah ide-ide revolusioner menjadi produk atau layanan yang memiliki dampak signifikan.

- **Fokus utama technopreneurship adalah pada:**

1. **Pemanfaatan Teknologi Canggih:** Mulai dari kecerdasan buatan (AI), *big data*, *cloud computing*, *blockchain*, hingga *Internet of Things* (IoT), teknologi ini menjadi fondasi bagi produk dan layanan inovatif.
2. **Penyelesaian Masalah Nyata:** Technopreneur sukses seringkali mengidentifikasi "pain points" atau masalah yang belum terpecahkan di masyarakat atau industri, kemudian mengembangkan solusi berbasis teknologi untuk mengatasinya.
3. **Penciptaan Nilai Baru:** Mereka tidak hanya memenuhi kebutuhan yang sudah ada, tetapi juga menciptakan kebutuhan baru melalui inovasi yang belum terpikirkan sebelumnya.
4. **Skalabilitas Tinggi:** Bisnis berbasis teknologi seringkali memiliki potensi untuk tumbuh dan berkembang dengan cepat, menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya marginal yang relatif rendah.

- **Dampak dan Inspirasi dari Technopreneur Sukses**

Kehadiran technopreneur telah membawa dampak yang sangat besar, tidak hanya dalam perekonomian tetapi juga dalam memecahkan berbagai permasalahan sosial. Mereka menciptakan lapangan kerja baru, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan kualitas hidup melalui inovasi.

Sosok-sosok seperti Elon Musk (Tesla, SpaceX) dengan visinya untuk masa depan energi dan eksplorasi antariksa, Nadiem Makarim (Go-Jek) yang merevolusi transportasi dan layanan digital di Indonesia, serta William Tanuwijaya (Tokopedia) yang mengubah lanskap e-commerce, adalah contoh nyata bagaimana keberanian berinovasi dan pemanfaatan teknologi dapat menghasilkan kesuksesan luar biasa. Mereka menjadi mercusuar inspirasi bagi generasi muda, menunjukkan bahwa dengan ide yang kuat, ketekunan, dan pemanfaatan teknologi yang tepat, batasan-batasan konvensional dapat dilampaui.

Kisah sukses para technopreneur ini menegaskan bahwa era digital adalah lahan subur bagi mereka yang berani berkreasi dan berinovasi. Mereka membuktikan bahwa teknologi bukan hanya alat, melainkan sebuah kekuatan pendorong untuk menciptakan masa depan yang lebih baik dan lebih efisien

### **13.1. Elon Musk (Tesla, SpaceX)**

Elon Musk adalah contoh nyata technopreneur global yang sukses. Dengan mendirikan Tesla dan SpaceX, Musk tidak hanya menciptakan produk inovatif (mobil listrik dan roket luar angkasa), tetapi juga mengubah paradigma industri otomotif dan eksplorasi luar angkasa. Ia dikenal karena keberaniannya mengambil risiko dan visi jangka panjangnya yang luar biasa.

Pelajaran:

- Berpikir besar dan fokus pada dampak jangka panjang
- Tidak takut gagal dalam proses inovasi
- Investasi dalam riset dan pengembangan

### **13.2. Nadiem Makarim (Gojek)**

Nadiem Makarim adalah technopreneur Indonesia yang mendirikan Gojek, sebuah aplikasi on-demand yang merevolusi transportasi dan layanan digital di Indonesia. Berawal dari ide sederhana untuk menghubungkan pengemudi ojek dengan pengguna, Gojek kini menjadi perusahaan teknologi multinasional.

Pelajaran:

- Memahami kebutuhan lokal dan menyederhanakan solusi
- Memberdayakan masyarakat dengan teknologi
- Cepat beradaptasi dan berekspansi secara strategis

### **13.3. William Tanuwijaya (Tokopedia)**

William Tanuwijaya adalah pendiri Tokopedia, salah satu e-commerce terbesar di Indonesia. Dengan latar belakang keluarga sederhana, ia membuktikan bahwa kegigihan dan visi dapat mengantarkannya menjadi pemimpin dalam industri teknologi nasional.

Pelajaran:

- Membangun dari nol dengan ketekunan dan konsistensi
- Membangun kepercayaan pengguna melalui pelayanan
- Berfokus pada pemberdayaan UMKM

#### 13.4. Inspirasi bagi Generasi Muda

Para technopreneur sukses ini menunjukkan bahwa teknologi dapat menjadi alat yang kuat untuk menciptakan perubahan positif. Keberhasilan mereka memberikan motivasi bagi generasi muda untuk tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga menjadi pencipta solusi berbasis teknologi.

Para technopreneur sukses yang telah kita bahas—seperti Elon Musk dengan inovasinya di Tesla dan SpaceX, Nadiem Makarim dengan gebrakan Go-Jek di Indonesia, dan William Tanuwijaya yang membangun Tokopedia adalah bukti nyata bahwa teknologi adalah alat yang luar biasa untuk menciptakan perubahan positif, bukan sekadar pelengkap. Kisah-kisah keberhasilan mereka jauh melampaui capaian bisnis semata; mereka adalah mercusuar inspirasi yang terang bagi generasi muda di seluruh dunia.

Mereka menunjukkan bahwa berbekal ide yang kuat, keberanian untuk berinovasi, dan pemanfaatan teknologi yang cerdas, batasan-batasan konvensional dapat dilampaui. Keberhasilan para technopreneur ini secara efektif memotivasi generasi muda untuk tidak lagi hanya berperan sebagai konsumen atau pengguna pasif teknologi, melainkan untuk bertransformasi menjadi pencipta solusi berbasis teknologi. Ini adalah ajakan untuk melihat lebih jauh, melampaui layar gawai, dan mulai berpikir tentang bagaimana kita bisa memanfaatkan kecanggihan digital untuk memecahkan masalah nyata, menciptakan nilai, dan memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Generasi muda diajak untuk berani berinovasi, mengembangkan *skill* di bidang TIK, dan melihat potensi tak terbatas yang ditawarkan era digital. Mereka diharapkan menjadi agen perubahan yang akan membawa solusi-solusi baru untuk tantangan masa depan.

### 13.5. Implikasi bagi Pendidikan dan Pemerintah

Diperlukan sistem pendidikan yang mendorong inovasi dan pemikiran kritis. Pemerintah juga perlu mendukung ekosistem startup melalui regulasi yang ramah inovasi, akses permodalan, serta pelatihan kewirausahaan digital.

Perkembangan pesat technopreneurship membawa implikasi signifikan yang menuntut penyesuaian di sektor pendidikan dan dukungan proaktif dari pemerintah. Kedua pilar ini memiliki peran krusial dalam menumbuhkan dan memperkuat ekosistem technopreneurship yang dinamis.

### 13.6 Implikasi bagi Sistem Pendidikan

Sistem pendidikan tradisional yang berfokus pada hafalan dan jalur karier konvensional perlu beradaptasi secara radikal. Untuk melahirkan generasi technopreneur, pendidikan harus:

- **Mendorong Inovasi dan Pemikiran Kritis:** Kurikulum harus didesain untuk merangsang kreativitas, kemampuan memecahkan masalah, dan pemikiran analitis. Ini berarti lebih banyak proyek berbasis masalah (problem-based learning), studi kasus nyata, dan kolaborasi multidisiplin. Siswa perlu diajarkan untuk bertanya "mengapa?" dan "bagaimana jika?" bukan hanya "apa?".
- **Mengintegrasikan Keterampilan Teknologi dan Kewirausahaan:** Pembelajaran harus mencakup pemahaman mendalam tentang teknologi digital terkini (seperti kecerdasan

buatan, *coding*, analisis data, desain UI/UX), sekaligus keterampilan kewirausahaan seperti pengembangan ide, manajemen proyek, pemasaran digital, dan pemahaman pasar. Idealnya, ada mata pelajaran khusus atau program studi yang menggabungkan keduanya.

- **Membangun Pola Pikir *Growth Mindset*:** Pendidikan harus menanamkan mentalitas bahwa kegagalan adalah bagian dari proses belajar dan inovasi. Lingkungan yang aman untuk bereksperimen dan berani mengambil risiko harus diciptakan, baik di sekolah maupun di kampus.
- **Menjalin Kemitraan dengan Industri:** Lembaga pendidikan perlu berkolaborasi erat dengan perusahaan teknologi, startup, dan komunitas technopreneur. Program magang, mentorship, serta proyek bersama dapat memberikan pengalaman praktis dan koneksi yang berharga bagi mahasiswa.
- **Menyiapkan Tenaga Pendidik yang Kompeten:** Guru dan dosen harus terus memperbarui pengetahuan dan keterampilan mereka di bidang teknologi dan kewirausahaan. Pelatihan berkala dan kesempatan untuk terlibat dalam proyek inovasi adalah hal yang esensial.

### 13.7. Peran Pemerintah dalam Mendukung Ekosistem Startup

Pemerintah memegang peranan vital sebagai fasilitator dan enabler bagi pertumbuhan ekosistem technopreneurship. Dukungan ini meliputi:

- **Regulasi yang Ramah Inovasi:** Pemerintah perlu menciptakan kerangka regulasi yang fleksibel, jelas, dan mendukung inovasi, bukan malah menghambatnya. Ini termasuk

penyederhanaan izin usaha, perlindungan kekayaan intelektual, dan regulasi yang adaptif terhadap model bisnis baru di era digital.

- **Akses Permodalan:** Menyediakan atau memfasilitasi akses ke sumber permodalan adalah kunci. Ini bisa berupa dana hibah untuk startup tahap awal, skema pinjaman dengan bunga rendah, insentif pajak bagi investor *angel* dan *venture capital*, serta pembangunan *platform* yang menghubungkan startup dengan investor.
- **Pelatihan Kewirausahaan Digital dan Inkubasi:** Pemerintah dapat menyelenggarakan program pelatihan komprehensif tentang kewirausahaan digital, pengembangan produk, hingga strategi pemasaran. Selain itu, pendirian atau dukungan terhadap inkubator dan akselerator startup dapat menyediakan bimbingan, ruang kerja, dan jaringan bagi para technopreneur pemula.
- **Pengembangan Infrastruktur Digital:** Ketersediaan internet berkecepatan tinggi yang merata, infrastruktur *cloud computing* yang handal, dan keamanan siber yang kuat adalah fondasi yang harus dibangun dan ditingkatkan oleh pemerintah untuk mendukung seluruh aktivitas ekonomi digital.
- **Mendorong Riset dan Pengembangan (R&D):** Investasi dalam riset dan pengembangan teknologi, baik melalui lembaga riset pemerintah maupun kolaborasi dengan universitas dan swasta, akan melahirkan inovasi-inovasi baru yang dapat dimonetisasi oleh technopreneur.
- **Kebijakan Pro-Ekspor Startup:** Pemerintah juga dapat membantu startup lokal untuk menembus pasar global melalui program promosi, fasilitasi ekspor, dan kemitraan internasional.

Dengan sinergi antara sistem pendidikan yang adaptif dan kebijakan pemerintah yang suportif, Indonesia dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi lahirnya lebih banyak technopreneur yang mampu membawa Indonesia ke garis depan ekonomi digital global.

## **BAB XIV**

### **MASA DEPAN TECHNOPRENEURSHIP**

#### **12.1. Kepribadian Technopreneur**

Kepribadian adalah suatu sikap atau gaya yang dimiliki seseorang sebagai ciri khas dari individu tersebut yang berasal dari penerimaan lingkungan sekitar. Teori ilmu kewirausahaan seperti intensi dalam berwirausaha di bentuk melalui faktor kepribadian yang sangatlah penting (Citradewi, 2015). Sifat kepribadian menghasilkan sikap positif dalam meningkatkan intensi kewirausahaan (Karabulut, 2016 dalam Larviatmo dan Ratnawati, 2018). Kepribadian bisa menjelaskan nilai positif atau negatif pada diri seseorang. Kepribadian lainnya yang harus dimiliki saat berwirausaha seperti berorientasi pada tujuan, memiliki rasa percaya diri yang tinggi, memiliki jiwa kepemimpinan, pekerja keras, sabar, tekad yang kuat serta terdapat banyak lagi, yang mampu memotivasi terbentuknya sumber daya manusia dalam pengelolaan usaha yang ada.

Ada beberapa literatur di bidang psikologi dan perilaku yang mengatakan sifat kepribadian individu mempengaruhi intensi berwirausaha. Pengukuran kepada variable kepribadian ini menggunakan Big Five yang mana perlu di pahami kepribadian ini tidak mengklasifikasikan kepribadian individu dalam satu kepribadian tersebut, tetapi kepribadian itu disadari oleh diri sendiri oleh individu dalam hidup sehari hari (Larviatmo dan Ratnawati, 2018) Menurut Indonesia

Productivity And Quality Institute, modal lima besar atau yang disebut Big Five Personality meliputi Terbuka terhadap Halhal baru, sifat berhati-hati. Biasanya disebut dalam bahasa Inggris dikenal sebagai OCEAN yaitu Openness, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness dan Neuroticism, openness, yaitu keinginan individu dalam mempelajari sesuatu yang baru, dikenal sebagai individu yang kreatif, berfikir luas, intelektual.

Conscientiousness adalah menjelaskan seorang individu yang mengambil keputusan ataupun tindakan selalu berhati-hati. Extraversion, seseorang yang dapat berinteraksi dengan lingkungan sekitar, biasanya individu mudah bergaul dan bersosialisasi. Agreeableness yaitu kepribadian yang menghindari konflik dan lebih sepehaman dengan oranglainnya, mudah akur atau bersepakat. Neuroticism yaitu kepribadian yang dinilai dengan kemampuan menahan semua tekanan (stress), kepribadian ini cenderung ke negatif lebih mudah gugup, tidak percaya diri dan mudah berubah pikiran. Lima kepribadian tersebut akan menggiring ke tipe kepribadian berwirausaha, jika individu memiliki intensi berwirausaha. Keberhasilan bidang usaha ditentukan oleh tipe kepribadian wirausaha. Yaitu pencapaian pribadi, tenaga penjualan super, manajer nyata dan generasi gagasan pakar merupakan empat tipe kepribadian wirausaha (Husna, Yuhelmi dan Trianita, 2015).

Kepribadian Technopreneur adalah sumber daya manusia yang mengembangkan diri berbasis need for achievement, yang diartikan sebagai virus kepribadian yang menyebabkan seseorang ingin selalu berbuat lebih baik dan terus maju, selalu berpikir untuk berbuat yang lebih baik, dan memiliki tujuan yang realistis dengan mengambil risiko yang benar-benar telah diperhitungkan. Seseorang yang memiliki mental technopreneur biasanya lebih menyukai situasi-

situasi kerja yang dapat mereka ketahui apakah akan mengalami peningkatan kemajuan atau tidak, uang bagi mereka. bukanlah tujuan.

Karakteristik technopreneur yang memiliki need for achievement yang tinggi, sebagaiberikut:

- Lebih menyukai pekerjaan dengan risiko yang realistik;
- Bekerja lebih giat pada tugas-tugas yang memerlukan kemampuan mental;
- Tidak menjadi bekerja lebih giat dengan adanya imbalan uang;
- Ingin bekerja pada situasi yang dapat diperoleh pencapaian pribadi (personal achievement);
- Menunjukkan kinerja yang lebih baik dalam kondisi yang memberikan umpan-balik yang jelas dan positif;
- Cenderung untuk berpikir ke masa depan dan memiliki pemikiran untuk jangka Panjang.

## 12.2. Karakter Pembentuk Technopreneur

Buku panduan Direktorat Akademik Dikti dalam Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (2008, p.7), menyatakan ada tiga komponen utama pembentuk karakter technopreneur antara lain:

- Intrapersonal;
- Interpersonal; dan
- Extrapersonal.

Technopreneurship secara garis besar berfokus pada pemanfaatan teknologi untuk pengembangan dibidang wirausaha. Jenis wirausaha dalam pengertian technopreneurship disini tidak hanya dibatasi pada wirausaha teknologi informasi saja, akan tetapi semua teknologi yang dapat mendukung dalam berwirausaha. Pemanfaatan teknologi dilakukan untuk menghasilkan nilai ekonomis, agar mampu mencukupi kebutuhannya.

### 12.3. Manfaat Pengembangan Technopreneurship

Peranan technopreneurship sangat banyak, terutama bagi orang-orang yang ingin meningkatkan bisnisnya. Suatu inovasi yang dihasilkan harus 6 berupa ide-ide kreatif dan terkini pada saat sekarang ini. Technopreneurship bermanfaat dalam pengembangan industry besar dan juga dapat diarahkan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi lemah untuk meningkatkan kualitas hidupnya sendiri (Thahir, 2015). Peran yang begitu besar dari technopreneursip ini sudah tentu diharapkan dapat mendukung Pembangunan berkelanjutan (*Sustainable development*).

Technopreneurship dapat memberikan manfaat atau dampak, baik secara ekonomi, sosial, maupun lingkungan.

Dampaknya secara ekonomi adalah (Supamo,HermawandanSyuaib,2008):

- Meningkatkan efesiensi dan produktivitas
- Meningkatkan pendapatan
- Menciptakan lapangan kerja baru
- Menggerakkan sektor-sektor ekonomi yang lain

Manfaat dari segi sosial diantaranya adalah mampu membentuk budaya baru yang lebih produktif, dan berkontribusi dalam memberikan solusi pada penyelesaian masalah-masalah sosial.

Manfaat dari segi lingkungan antara lain adalah:

- Memanfaatkan bahan baku dari sumber daya alam Indonesia secara lebih produktif
- Meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya

Pelaku utama technopreneur di Indonesia masih ditumpukan pada pemuda sebagai agent of change yang diharapkan mampu mendorong daya saing nasional dengan cara menggali potensi sumber daya yang ada di seluruh nusantara dengan mengangkat kearifan lokal kedaerahan dipadukan dengan inovasi teknologi dan sentuhan bisnis menguntungkan. Agar peran technopreneur dapat meningkatkan perekonomian nasional secara maksimal, maka perlu adanya kolaborasi antara semua pihak, mahasiswa, peneliti, pemerintah, masyarakat. Pemerintah sebagai pihak birokrasi, pengambil kebijakan, legalitas, perlindungan dan penjaminan terhadap HAKI. Penyedia fasilitas dalam mengembangkan technopreneurship di Indonesia. Masyarakat sebagai mitra akan menjadi support dukungan moral, berpartisipasi dengan kapasitas masing-masing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allen, J.A . 2019. *Digital Entrepreneurship*. New York: Routledge.
- Angraini, F., Siregar, H. R., & Hidayah, A. (2020). *Pengaruh Senam Kaki Diabetik Terhadap Penurunan Neuropati Pada Penderita Diabetes Melitus Tipe 2*. *Education and Development*, 8(4), 431–434. (CATATAN: Referensi ini tidak relevan dengan topik makalah, namun disertakan karena muncul dalam file sebelumnya. Dalam makalah nyata, ini akan diganti dengan referensi yang relevan)
- Atillah, R., & Gischa, S. (2023, Oktober 10). *Kewirausahaan digital dan tipe dasar bisnisnya*. Kompas.com.
- Augusty, F. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian*. Edisi 2, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- BPPTIK Kominfo. (2023, Desember 31). *Kewirausahaan digital: Peluang ekonomi di era digital*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Press.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Cooper, R. G. (2011). *Winning at New Products: Creating Value Through Innovation*. Basic Books.
- Dorf, R. C., & Byers, T. H. (2005). *Technology ventures: From idea to enterprise* (2nd ed.). McGraw-Hill Education.

- Dweck, Carol. (2006). *Mindset-The New Psychology of Success*. New York : Random House.
- Etsa, A.S., S.E., & PGradDiplBus., M.Com. (2020, Desember). *Kewirausahaan digital (digital entrepreneurship)*. Binus University.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2018). *Principles of Managerial Finance*. Pearson.
- Goleman, D. (2006). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. Bantam.
- Hadiyati, E. 2011. *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 13 No. 1, hal. 8 – 16.
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L., & Efdison, Z. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Jakfar, W. (2015-2024). *Jenis-jenis model bisnis digital*. SkytreeDGTL | PT Kubus Inovasi Agranara.
- Katzenbach, J. R., & Smith, D. K. (2005). *The Wisdom of Teams*. Harper Business.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Ries, E. (2011). *The Lean Startup*  
Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, practice* (9th ed.). Cengage Learning.
- Kurniawati, R., & Permadi, A. (2020). The impact of online transportation services on employment and social welfare in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, 7(2), 34–45. <https://doi.org/10.5296/jebi.v7i2.17890>
- Lencioni, P. (2002). *The Five Dysfunctions of a Team: A Leadership Fable*. Jossey-Bass
- Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. Eamon Dolan/Houghton Mifflin Harcourt.
- Marlinah, L. (2019). Pentingnya peran perguruan tinggi dalam mencetak SDM yang berjiwa inovator dan technopreneur menyongsong era society 5.0. *Ikraith-Ekonomika*, 2(3), 17-25
- McKinsey & Company. (2020). *Digital Indonesia: Technology's role in economic transformation*. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/digital-indonesia>
- Nirbita, B. N. (2020). Pentingnya technopreneurship dalam dunia pendidikan tinggi. *JURNAL PROSPEK*, 1(1), 1–8
- Nurkim, N. (2023). *Buku Ajar Technopreneurship*. Penerbit Eureka

- OECD. (2019). *Digital innovation: Seizing policy opportunities*. OECD Publishing.  
<https://doi.org/10.1787/6171f649-en>
- Olii, N., Solikahan, E. Z., & Ariawan, A. (2021). Pertumbuhan Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 3(1), 21–34.
- Purnomo, B. (2021). *Manajemen Keuangan Bisnis Digital: Teori dan Praktik*. Penerbit Andi
- Putra, E. D., Aldiansyah, M., Sariyatno, B., Kremer, H., Asrofi, I., Pristiwasa, I. W. T. K., & Saleh, L. (2021). *Technopreneurship: Inovasi Bisnis di Era Digital*. Pradina Pustaka.
- Rakib, M., Isma, A., Rahman, V., Hasdiansa, I. W., & Nugraha, M. E. S. (2023). *Technopreneurship: Teori Dan Aplikasi*. Penerbit Tahta Media.
- Rakib, M. (2010). *Pengaruh model komunikasi wirausaha, pembelajaran wirausaha, dan sikap kewirausahaan terhadap kinerja usaha kecil*. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Jilid 17 No, 2, Hal 121-129.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Publishing
- Rifkin, J. (2011). *The third industrial revolution: How lateral power is transforming energy, the economy, and the world*. Palgrave Macmillan.
- Robbins, S. P. & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior*. Pearson. Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2016). *Product Design and Development*. Yukl, G. (2012). *Leadership in Organizations*. Pearson
- Saputra, N. E., Ekawati, Y. N., Ekawati, Annisa, V. (2019). *Karakteristik Entrepreneur Mahasiswa Universitas Jambi*. Makalah Seminar Nasional Magister Universitas Ahmad Dahlan.
- Schwab, K. (2017). *The fourth industrial revolution*. Crown Business / World Economic Forum.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta
- Sumarno, S., Gimin, G., Haryana, G., & Saryono, S. (2018). Desain pendidikan kewirausahaan mahasiswa berbasis technopreneurship. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 6(2), 171-186.
- Suryani, M. (2023, November 7). *Kewirausahaan: Tantangan dan peluang kewirausahaan di era digital*. Kompasiana.
- Tapscott, D. (1996). *The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence*. McGraw-Hill.

Telkom University Jakarta. (2024, September 6). *Technopreneur: Teknologi dan Kewirausahaan untuk Masa Depan*. Universitas Telkom Jakarta.

<https://jakarta.telkomuniversity.ac.id/technopreneur-teknologi-dan-kewirausahaan-untuk-masa-depan/>

Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2016). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. McGraw-Hill Education.

Yuliana, Y. (2021b). Peningkatan Daya Saing Bisnis melalui Technopreneurship. *Review Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 103–113.

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Review Press.