

Ronal Watrianthos, S.Kom., M.Kom.
Ir. H. Decky Antony Kifta, S.T., M.M.
Hendra Sahputra Batubara, S.Pd., M.Pd.T.
Prof. Asmar Yulastri, M.Pd., Ph.D.

KEWIRAUSAHAAN

DIGITAL



KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

Ronal Watrianthos, S.Kom., M.Kom.
Ir. H. Decky Antony Kifta, S.T., M.M.
Hendra Sahputra Batubara, S.Pd., M.Pd.T.
Prof. Asmar Yulastri, M.Pd., Ph.D.



KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

© Penerbit Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI)

Penulis:

Ronal Watrianthos, S.Kom., M.Kom.
Ir. H. Decky Antony Kifta, S.T., M.M.
Hendra Sahputra Batubara, S.Pd., M.Pd.T.
Prof. Asmar Yulastri, M.Pd., Ph.D.

Editor:

Ronal Watrianthos, S.Kom., M.Kom.

Cetakan Pertama: Juni 2022

Cover: Rusli

Tata Letak: Tim Kreatif PRCI

Hak Cipta 2022, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website: www.rcipress.rcipublisher.org
E-mail: rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2022 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

- Cet. I –: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2022
Dimensi : 14,8 x 21 cm
ISBN: 978-623-448-127-3

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang
Hak Cipta Pasal 72

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada kami sehingga kami berhasil menyelesaikan Buku dengan judul Kewirausahaan Digital sesuai yang ditargetkan. Buku ini berisikan tentang fenomena yang muncul melalui perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yakni penjualan produk atau jasa melalui jejaring elektronik. Kami menyadari bahwa Buku ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu kami harapkan demi kesempurnaan buku ini.

Akhir kata, kami sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan Buku ini dari awal sampai akhir. Semoga Allah SWT senantiasa meridhoi segala usaha kita. Amin.

Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB 1 KONSEP KEWIRAUSAHAAN DIGITAL.....	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Kewirausahaan Digital.....	7
C. Nilai Kewirausahaan Digital.....	12
 BAB 2 KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DIGITAL	18
A. Pendahuluan.....	18
B. Karakteristik Wirausaha.....	22
C. Digitalisasi	25
 BAB 3 DIGITAL ENTREPRENEURIAL MINDSET.....	38
A. Pendahuluan.....	38
B. Produk dan Penjualan Berbasis Digital Lebih Disukai.....	40
C. Keuntungan Menjadi Pebisnis Digital	44
 BAB 4 DIGITAL ENTREPRENEURSHIP VS TECHNOPRENEURSHIP	56
A. Pendahuluan.....	56
B. Pentingnya <i>Technopreneurship</i>	63
C. Bagaimana Menjadi Seorang <i>Technopreneur</i> yang Sukses	70
 BAB 5 TANTANGAN DAN PELUANG KEWIRAUSAHAAN DIGITAL.....	78
A. Pendahuluan.....	78
B. Tantangan Kewirausahaan Digital	80

C. Peluang Kewirausahaan Digital.....	87
BAB 6 PERENCANAAN BISNIS KEWIRAUSAHAAN DIGITAL.	95
A. Pendahuluan.....	95
B. Inovasi Model Bisnis Kewirausahaan	98
C. Perencanaan Bisnis Kewirausahaan Digital.....	104
D. Penyusunan Perencanaan Kewirausahaan Digital..	114
DAFTAR PUSTAKA.....	118
TENTANG PENULIS.....	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Online Store	2
Gambar 1.2 Salah Satu Contoh Matchmaking Busines.....	4
Gambar 1.3 Elemen Kunci Digital Platform.....	5
Gambar 1.4 Perkembangan Digital Indonesia 2021	9
Gambar 1.5 Logo Amazon.....	14
Gambar 1.6 Model dan Konsep Dalam Kewirausahaan Digital	16
Gambar 2.1 Potensi Pasar Digital Indonesia	19
Gambar 2.2 Gen Z dan milenial mendominasi populasi Indonesia Tahun 2020	21
Gambar 2.3 Data Pengguna E-Commerce Yang Ada Di Indonesia.....	26
Gambar 2.4 Data Statistik E-Commerce Indonesia 2020.....	29
Gambar 3.1 Proyeksi Transaksi Ekonomi Digital di Asia Tenggara	39
Gambar 3.2 Porter Gale Funnel Test.....	42
Gambar 3.3 Google Trend	49
Gambar 3.4 Youtuber Sebagai Digital Influencer.....	52
Gambar 4.1 Steve Jobs (Apple)	57
Gambar 4.2 Nadiem Makarim (Gojek).....	59
Gambar 4.3 Siklus Technopreneurship.....	62
Gambar 4.4 Elon Musk dan Bill Gates	68
Gambar 5.1 Wirausaha Internet Terkaya.....	81
Gambar 5.2 Tren Ancaman Keamanan Komputer 2021	83
Gambar 5.3 Kewirausahaan Digital di Era Covid-19	89
Gambar 6.1 Revolusi Industri 4.0	96
Gambar 6.2 Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia.....	99
Gambar 6.3 Model Bisnis Kanvas.....	100

Gambar 6.4 Hubungan Setiap Blok Dalam Model Bisnis	
Canvas	104
Gambar 6.5 Brainmatics – Salah Satu Online Education.....	110
Gambar 6.6 Metode Riset.....	112

BAB 1

KONSEP KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

A. Pendahuluan

Dunia digital dibentuk oleh interaksi peluang teknologi baru dan tren masyarakat. Keduanya mengarah pada perubahan drastis yang dihadapi pada Kecerdasan Buatan (AI), *cryptocurrency* dan teknologi rantai blok, *internet of things*, pengawasan berbasis teknologi, dan inovasi yang mengganggu lainnya. Perkembangan ini memfasilitasi kebangkitan ekonomi berbagi dan membuka berbagai peluang wirausaha baru yang dapat diambil oleh bisnis (Ting *et al.*, 2021).

Peluang kewirausahaan baru, bagaimanapun menyiratkan pergeseran paradigmatik dalam pemahaman kewirausahaan. Kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship*) merupakan kewirausahaan yang dipengaruhi oleh, atau memanfaatkan, transformasi digital dalam bisnis dan masyarakat. Prinsip-prinsip dasar kewirausahaan masih berlaku dan dapat diaplikasikan di dunia kewirausahaan digital, seperti menumbuhkan pola pikir kewirausahaan, mengidentifikasi peluang yang baik, mengenal pelanggan, memenuhi ketentuan legal, maupun berupaya untuk meningkatkan modal (Abeba N. Turi, 2020).

Dalam kewirausahaan digital, perubahan mendasar terletak pada upaya untuk aktif dalam aktivitas bisnis dan terkoneksi dengan masyarakat yang telah melek digital. Ada beberapa hal yang membuat kendala-kendala berwirausaha dapat diminimalisir dalam era digital ini, yakni dengan membuat

upaya berwirausaha menjadi lebih cepat, lebih terjangkau, lebih mudah, bahkan menciptakan banyak kesempatan kolaborasi sehingga dapat membuat suatu usaha menjadi lebih efektif.

Dunia digital menawarkan sumber daya baru yang sangat luas bagi para wirausahawan untuk memanfaatkan, mulai dari pengumpulan data terbuka, konten, kode, dan layanan yang tumbuh secara eksponensial hingga kontribusi online pengguna dan komunitas di seluruh dunia.

Terdapat lima tipe dasar bisnis digital menurut Allen (2019), yakni: *Content-Based Business*, *Community-Based Business*, *Online Store*, *Matchmaking Business*, dan *Promotion Business*.

1. *Content-Based Business* berupaya untuk memberikan nilai kepada pelanggan dengan menyediakan konten yang spesifik dalam format digital. Konten ini dapat meliputi resep, artikel, video, webinar, panduan, dan masih banyak lagi. Tantangan utama dalam tipe bisnis ini adalah bagaimana mencari topik yang tepat, dan perlu upaya untuk melakukan pemutakhiran konten secara konsisten.
2. *Community-Based Business* menawarkan nilai dengan cara menyediakan forum diskusi dan konten spesifik yang sebagian besar merupakan kontribusi dari penggunanya.



Gambar 1.1 Logo Online Store

3. *Online Store*, seperti yang banyak kita jumpai saat ini, merupakan platform penjualan produk barang atau jasa. Anda dapat memulai bisnis ini dengan bekerja sama dengan pengusaha lain yang memiliki produk bagus namun belum memahami bagaimana cara menciptakan toko daring. Kemudian, secara bertahap Anda dapat mengumpulkan data untuk memperoleh pemahaman terkait preferensi konsumen, dan menemukan peluang untuk *cross-selling* maupun *upselling*, atau bahkan berlangganan (subscription)
4. *Matchmaking Business* berupaya untuk mempertemukan sekelompok orang yang sebelumnya tidak terhubung. Tentu saja bisnis ini bukan hanya terbatas pada platform perjodohan, namun juga dapat berupa platform untuk mempertemukan siswa dan guru les, pengasuh anak dan konsumen orang tua yang memerlukan pengasuh, atau bahkan antara ahli potong rambut/ahli *make up* dengan konsumen yang memerlukan jasa tersebut. Umumnya bisnis ini memperoleh pendapatan dari biaya berlangganan atau biaya transaksi ketika berhasil mempertemukan kedua belah pihak yang saling memerlukan
5. *Promotion Business* bertujuan untuk menarik pelanggan baru ke suatu bisnis yang sudah ada (*existing*). Sebagian besar business yang sudah ada (*existing*) tertarik untuk mendapatkan pelanggan baru namun cara untuk memperoleh pelanggan baru di dunia digital ini bisa sangat memusingkan bagi pemilik usaha kecil menengah atau *start-up* business. Promotion Business dapat menarik

pelanggan baru dan membuat mereka melakukan kontak dengan suatu institusi bisnis, mengunduh informasi, memberikan kupon atau penawaran spesial



Gambar 1.2 Salah Satu Contoh Matchmaking Busines

Barot (2015) menyatakan bahwa ada dua jenis kewirausahaan. Pertama, kewirausahaan berbasis peluang. Di sini entrepreneurship dibentuk oleh *innovation-driven* atau dengan kata lain pengusaha melihat peluang bisnis dan mengembangkan bisnis sebagai pilihan kariernya. Jenis kewirausahaan berbasis inovasi ini berbagi ide inovasi dalam bisnis dengan tujuan untuk mengejar peluang global. Kewirausahaan berbasis peluang umumnya memulai kegiatan usaha karena adanya ide baru dan amplifikasi pribadi (Barot, 2015).

Kedua, kewirausahaan berbasis kebutuhan. Merupakan jenis lain dari kewirausahaan yang memiliki akses terbatas ke pasar global, melayani pasar lokal dengan cara tradisional dengan keunggulan kompetitif yang rendah. Disini pengusaha tidak memiliki pilihan untuk mencari nafkah. Kewirausahaan jenis ini terdiri dari usaha kecil atau usaha kecil menengah. Orang-orang di tahap ini tidak menghargai kewirausahaan, karena situasi mereka berada ketika tidak ada pilihan pasar tenaga kerja lain (Gries and Naudé, 2010).

Kedua jenis kewirausahaan ini terlihat sangat kontras. Hal ini disebabkan karena inovasi membutuhkan tim berbakat yang fokus pada model bisnis, proses, dan teknologi yang dihadapi organisasi bisnis daripada memikirkan pendapatan, arus kas, dan pekerjaan dari waktu ke waktu (Broides et al., 2008).

Platform Digital

Digitalisasi telah memungkinkan berbagai platform bermunculan di dunia maya. Platform digital ini adalah sistem *many to many* yang menjadi perantara antar peserta, membantu mereka terhubung, dan bertukar sesuatu yang bernilai. Platform Digital dibedakan antara enam jenis platform digital yang berbeda, berdasarkan berbagai bentuk pertukaran yang difasilitasi (c4sl, 2022).



Gambar 1.3 Elemen Kunci Digital Platform
(c4sl, 2022)

Elemen kunci dalam digital platform terdiri dari:

1. Pasar digital

Di pasar digital, banyak pembeli dikoneksikan dengan penyedia. Misalnya Booking.com menghubungkan tamu ke hotel, sementara Uber menghubungkan pelancong dengan pengemudi.

2. Pencarian digital

Dalam platform pencarian digital, banyak pengguna mencari informasi dihubungkan dengan berbagai sumber informasi. Dalam mesin pencari, permintaan pencarian memicu sistem untuk secara aktif mencari informasi yang diinginkan. Misalnya Google, Bing, dan Baidu adalah platform pencarian tujuan umum, tetapi ada banyak platform khusus, seperti Foursquare, yang membantu menemukan layanan terdekat.

3. Repositori digital

Dalam repositori digital, banyak pemasok 'menyimpan' materi ke dalam jenis perpustakaan, untuk diambil oleh pengguna di lain waktu.

4. Komunikasi digital

Platform komunikasi digital memungkinkan banyak pengguna untuk mengirim pesan dan/atau dokumen ke berbagai orang lain, atau berinteraksi secara real time melalui suara maupun video. Platform komunikasi digital ini memiliki jaringan khusus sendiri, perusahaan seperti Skype, Snapchat, dan Whatsapp berbasis internet.

5. Pembayaran digital

Pada platform pembayaran digital, komunikasi terjadi antara mereka yang berhutang dan mereka yang ingin dibayar. Beberapa platform pembayaran ini, seperti Adyen, bekerja 'di belakang layar' atas nama perusahaan, sementara yang lain seperti PayPal dan Apple Pay ditujukan untuk konsumen online.

B. Kewirausahaan Digital

Definisi Kewirausahaan Digital

Secara konseptual menurut Sahut et.,al (2019) mendefinisikan kewirausahaan digital merupakan proses inisiatif kewirausahaan untuk menciptakan nilai digital dengan menggunakan berbagai fasilitas digital sosi-teknis untuk mendukung pengadaan, pemrosesan, distribusi, dan konsumsi informasi digital yang efisien.

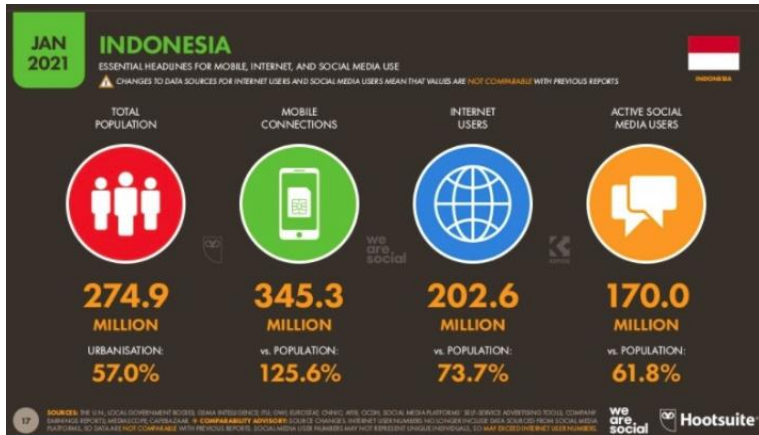
Dari perspektif praktis, kewirausahaan digital memiliki sarana teknis yang diperlukan untuk mendorong kuat pengusaha potensial dan mengurangi hambatan antara visi dan mendirikan perusahaan, yaitu teknologi seperti media sosial, perangkat lunak dan perangkat keras *open-source*, *crowdsourcing*, *crowdfunding*, *e-trust* dan penilaian reputasi online, pencetakan 3D, pencitraan digital, dan data besar (Steininger, 2019).

Kewirausahaan digital mencakup semua proyek baru dan transformasi perusahaan yang ada yang menghasilkan nilai ekonomi dan atau sosial dengan menciptakan dan menggunakan teknologi digital baru. Kekhasan perusahaan digital adalah penggunaan teknologi digital baru secara intensif (terutama solusi sosial, data besar, seluler, dan *cloud*)

untuk meningkatkan operasi bisnis, menemukan model bisnis baru, meningkatkan kecerdasan bisnis, dan interaksi yang lebih efisien dengan pelanggan dan pemangku kepentingan. Semua ini menciptakan lapangan kerja dan peluang pertumbuhan untuk masa depan. Bahkan di era digital, pengusaha perlu merencanakan pengembangan bisnis dengan matang. Pemenuhan visi bisnis apa pun harus disistematisasikan dalam tujuan yang cerdas, yang akan diterjemahkan ke dalam strategi yang sangat jelas untuk diterapkan.

Meski proses komunikasinya lebih digital, teknik komunikasi juga harus dipilih dengan baik apakah itu diskusi dengan rekan kerja atau pemimpin bisnis. Lingkungan bisnis digital dapat menimbulkan berbagai kendala atau masalah dan seorang wirausahawan digital harus beradaptasi dan berinovasi untuk menemukan solusi yang tepat agar bisnisnya keluar dari kebuntuan.

Digitalisasi menghasilkan banyak peluang untuk aktivitas kewirausahaan. Menurut Naudle dan Liebrechts (2021) Seorang pengusaha perlu menyadari peluang tersebut agar siap untuk inovasi yang berkelanjutan. Kewirausahaan digital sebagai rekonsiliasi kewirausahaan tradisional dengan cara baru menciptakan bisnis di era digital. Satalkina dan Steiner (2020) kewirausahaan digital meliputi penciptaan dan komersialisasi infrastruktur digital baru seperti platform atau penciptaan sebuah nilai dalam platform digital yang sudah ada.



Gambar 1.4 Perkembangan Digital Indonesia 2021
(Arista Prianka Putri, 2021)

Menurut Hair et., al (2012) diantara keuntungan wirausaha digital adalah usaha digital cenderung baru sehingga tidak diperhatikan dalam persaingan usaha. Usaha digital mampu mengakses dan menganalisis sejumlah informasi persaingan dan pelanggan potensial. Usaha digital juga terobsesi untuk mendapatkan, diseminasi serta menganalisis tindakan melalui pengetahuan karena berorientasi pasar.

Kewirausahaan digital mencakup segala sesuatu yang baru dalam hal tentang kewirausahaan di dunia digital, termasuk:

1. Cara baru menemukan pelanggan untuk usaha wirausaha.
2. Cara-cara baru dalam merancang dan menawarkan produk, dan layanan.
3. Cara baru menghasilkan pendapatan, dan mengurangi biaya.
4. Peluang baru untuk berkolaborasi dengan platform dan mitra.
5. Sumber peluang, risiko, dan keunggulan kompetitif baru.

Proses pengembangan wirausaha digital diawali dari tahap usaha pemula (*start-up*) yang mengembangkan ide awal untuk mendapatkan hasil dari kerja kerasnya. Menurut Le Dinh et.,al (2018) terdapat tiga tahap dalam pengembangan usaha digital yaitu tahap pengembangan ide, kemudian pengembangan usaha pemula selanjutnya manajemen usaha. Esensi dari wirausaha digital adalah pendiri usaha itu sendiri. Karena itu penting untuk mendapatkan tim pendiri usaha yang stabil dalam merintis usaha dengan tipikal percobaan (*trial-error*) di tahap awal. Hal penting lainnya adalah jejaring dan modal sosial pebisnis.

Menurut Hsieh and Wu (2018) digital platform merupakan ruang digital yang menyediakan peluang usaha saling berhubungan baik antara pebisnis maupun dengan pelanggan. Platform dapat dibagi kepada tiga yaitu platform inovasi sebagaimana yang ditawarkan oleh Google, platform transaksi, seperti retail atau permintaan pelayanan online, serta platform integrasi yaitu gabungan platform inovasi dan transaksi.

Menurut Varian (2010) digitalisasi ekonomi memiliki 6 (enam) dampak terhadap kewirausahaan yang terdiri dari (Varian, 2010):

1. Teknologi digital memungkinkan terciptanya bentuk kontrak baru. Misalnya, kontrak bagi hasil yang merupakan inti pada sebagian besar model bisnis platform digital. Hal ini dimungkinkan karena adanya peningkatan kemampuan dalam memantau pendapatan di ruang digital.
2. Digitalisasi ekonomi terhadap kewirausahaan menghasilkan data untuk penyimpanan dan analisis. Analisis data sangat penting dalam banyak model yang

digunakan oleh usaha digital dan platform digital untuk memodelkan dan memengaruhi perilaku konsumen.

3. Ruang digital membuat eksperimen, produksi, dan difusi lebih cepat, lebih mudah, dan lebih murah. Hal ini bermanfaat dalam memulai usaha digital. Masalah mendasar memulai usaha digital adalah metode perencanaan tradisional seperti perencanaan bisnis berdasarkan pengembangan produk dan kinerja masa lalu tidak sesuai.

Digitalisasi ekonomi juga bermanfaat dalam pengembangan produk yang jauh lebih cepat, bahkan memanfaatkan praktik pengembangan tangkas dengan lebih baik daripada perusahaan tradisional. Hal Ini mengubah peran dan fungsi manajemen, dari pentingnya opini menuju pengambilan keputusan yang rasional dan terdesentralisasi berdasarkan eksperimen (Naudé and Liebrecht, 2021).

4. Digitalisasi dan komputasi di mana-mana memungkinkan personalisasi dan kustomisasi massal. Sistem penetapan harga dan rekomendasi konsumen yang berbeda didasarkan pada digitalisasi.
5. Kemampuan untuk melakukan *crowdsourcing* masukan dan solusi. Dalam konteks *crowdsourcing*, Internet mengacu pada sumber kontribusi digital dan material dari tenaga kerja sesuai permintaan. Platform yang berbasis *crowdsourcing* antara lain platform yang sumber modal (*crowdfunding*), ide (*crowdsolving*), polling dan voting (*crowd voting*) dan labor (*crowdwork*). *Crowdsourcing* mendukung apa yang disebut ekonomi berbagi, di mana platform digital memanfaatkan aset pengguna yang tidak digunakan (Howcroft and Bergvall-Kåreborn, 2019).

6. Dampak lain digitalisasi terhadap kewirausahaan adalah dalam cara mengubah agensi kewirausahaan. Dalam ekonomi digital ada pergeseran yang terlihat jauh dari wirausahawan tunggal menuju masyarakat (Naudé and Liebrechts, 2021).

C. Nilai Kewirausahaan Digital

Kewirausahaan hakikatnya memiliki sifat, ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan suatu gagasan inovatif ke dalam dunia usaha secara kreatif dan inovatif. Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan menciptakan produk yang baru dan berbeda. Kewirausahaan mampu menciptakan nilai tambah di pasaran melalui proses mengombinasikan sumber daya dengan cara baru, berbeda, dan menarik agar mampu bersaing. Berpikir kreatif dan inovatif merupakan hal yang harus dimiliki seorang wirausahawan agar memperoleh keberhasilan dan kesuksesan.

Menurut Suryana (2012) ada enam hakikat kewirausahaan, yaitu:

1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat proses dan hasil bisnis.
2. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan mengembangkan usaha.
3. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih.
4. Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

5. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha.
6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan.

Menurut Hubeis (2021) kewirausahaan terdiri dari:

1. Pengembangan kewirausahaan memberikan kontribusi besar bagi perluasan lapangan kerja, sehingga mengurangi angka pengangguran.
2. Berkembangnya kewirausahaan meningkatkan kekuatan ekonomi negara, dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam menghadapi guncangan krisis multidimensional.
3. Berkembangnya kewirausahaan di kalangan masyarakat, dapat menumbuhkan etos kerja dan kehidupan dinamis, serta semakin banyaknya partisipasi masyarakat terhadap pembangunan bangsa

Kewirausahaan digital sebagai pencarian peluang berdasarkan penggunaan media digital dan teknologi informasi dan komunikasi lainnya. Oleh karena itu, pengusaha digital mengandalkan karakteristik media digital dan Teknologi Informasi untuk mengejar peluang. Peluang yang dikejar pengusaha merupakan bentuk sebuah nilai. Nilai yang dihasilkan dari usaha digital bisa sangat bervariasi dan tergantung pada jenis peluang yang dikejar pengusaha. Jenis peluang yang dikejar terkait dengan bisnis berbasis pengetahuan, dan institusional.

Berdasarkan jenis nilai yang dihasilkan, terdapat 3 (tiga) model analitik kewirausahaan digital yang terdiri dari (Davidson and Vaast, 2010):

1. Kewirausahaan Bisnis

Usaha digital jenis ini berkaitan dengan bisnis baru dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan finansial dan secara langsung dimasukkan ke dalam ranah ekonomi, seperti penciptaan perusahaan baru atau komersialisasi inovasi. Dalam domain digital, perusahaan seperti Amazon.com mewakili contoh kewirausahaan bisnis yang terkenal (Davidson and Vaast, 2010).



Gambar 1.5 Logo Amazon

2. Kewirausahaan Pengetahuan

Kewirausahaan pengetahuan atau seseorang yang terampil dalam menciptakan dan menggunakan aset intelektual untuk pengembangan usaha atau layanan baru yang akan mengarah pada penciptaan kekayaan pribadi dan komunitas atau untuk layanan yang ditingkatkan. Kewirausahaan pengetahuan melibatkan pengejaran informasi dan peluang terkait pengetahuan untuk mengembangkan, memperluas, dan mengedarkan basis pengetahuan terkait domain dan mengejar usaha baru yang terkait dengan basis pengetahuan ini.

Untuk dapat menciptakan nilai dan/atau kekayaan melalui penggunaan modal wirausahawan pengetahuan harus memiliki modal pengetahuan pribadi yang cukup. Contoh

wirausahawan pengetahuan potensial misalnya: Konsultan, jurnalis, akademisi, dan pakar (Hansen, 2019).

3. Kewirausahaan Institusional

Merupakan kegiatan pelaku bisnis yang memiliki minat tertentu. Tujuan utama dari pengusaha institusional mungkin untuk menghasilkan legitimasi untuk diri mereka sendiri. Usaha mereka adalah untuk mengubah bidang kelembagaan dengan mempromosikan makna praktik baru melalui praktik diskursif mereka. Usaha pengetahuan institusional dapat dikaitkan dengan perusahaan penerbitan yang mencari keuntungan dari jurnal pengaturan kelembagaan dan yang memanfaatkan sumber daya untuk membuat lembaga baru atau mengubah yang sudah ada (Maguire, Hardy and Lawrence, 2015).

Perusahaan yang menggunakan teknologi digital memiliki potensi untuk menjadi lebih dinamis dan hemat biaya yang memungkinkan kegiatan kewirausahaan baru dan hasil perusahaan (Hair et al., 2012). Namun teknologi digital memiliki dua sisi, begitu pula adaptasi digital. Transformasi digital bisa bermanfaat bagi perusahaan yang tidak berpengalaman maupun yang berpengalaman.

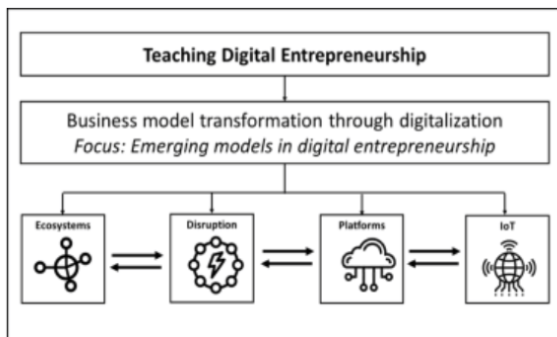
Akses ke lebih banyak informasi membuat rentan terhadap kesalahan informasi dan harus memilah dan menyaring informasi yang salah atau menyesatkan. Meskipun mengurangi biaya operasional, investasi dalam infrastruktur Teknologi Informasi dan teknologi digital dan berbagai macam perangkat lunak dan perangkat keras yang tersedia dapat membingungkan pengusaha yang tidak berpengalaman dan tidak terampil dan dapat menjadi tantangan bagi perusahaan tradisional yang sudah mapan (Hansen, 2019).

Implikasi Kewirausahaan Digital Pada Perusahaan dan Industri

Transformasi digital dalam sektor korporasi, konsep, dan model bisnis baru telah muncul dan menjadi yang terdepan di bidang kewirausahaan. Digitalisasi atau transformasi digital menjadi pendorong perubahan di dunia korporat, karena melahirkan teknologi baru berbasis internet yang berimplikasi pada masyarakat secara keseluruhan.

Digitalisasi menggambarkan proses konversi informasi analog menjadi data digital, digitalisasi digunakan untuk menggambarkan setiap perubahan dalam organisasi karena meningkatnya penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja dan ruang lingkup mereka (Sebastián Bruque Cámara *et al.*, 2021).

Para ahli menafsirkan transformasi digital sebagai interkoneksi berkelanjutan dari semua sektor bisnis dan adaptasi sisi pemain dengan persyaratan ekonomi digital, restrukturisasi tingkat sistem ekonomi, institusi dan masyarakat yang terjadi melalui difusi digital.



Gambar 1.6 Model dan Konsep Dalam Kewirausahaan Digital
(Sebastián Bruque Cámara *et al.*, 2021)

Potensi transformasi model bisnis atau penciptaan model bisnis baru melalui digitalisasi diwakili oleh empat model/konsep:

1. Ekosistem.
2. Disruptif / inovasi disruptif.
3. Platform / gig-ekonomi.
4. Internet of Things (IoT) / Industri 4.0.

Model-model ini dan tindakan/konsekuensinya saling terkait dan saling bergantung, yaitu bergantung pada ekosistem atau keberhasilan platform bergantung pada teknologi IoT.

BAB 2

KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi tak dapat dipisahkan dari kehidupan generasi muda. Maka dari itu, generasi muda harus mampu memanfaatkan teknologi dengan baik agar dalam praktiknya para generasi muda berdaya guna dan berhasil guna dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Hal tersebut tentunya memerlukan edukasi dan pelatihan kompetensi sebagai pembekalan awal. Dengan ide yang kreatif dan inovatif, generasi muda pasti mampu meningkatkan daya saingnya dan mau tercipta dan berkarya demi kepentingan masyarakat luas. Hingga kini, pengangguran dan kemiskinan masih menjadi momok bagi bangsa Indonesia. Oleh karena itu, penguasaan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan harus mulai dikembangkan sejak dari bangku sekolah hingga perguruan tinggi agar para generasi muda memiliki skill dan kompetensi di bidang kewirausahaan. Dengan demikian, stabilitas ekonomi dapat tercapai dengan bertambahnya startup baru milik anak bangsa (HM, 2018).

Dengan segala kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi, suatu bisnis dapat menjangkau pelanggan di seluruh penjuru dunia secara cepat, tanpa adanya batasan waktu dan tempat. Hal itulah yang menjadi alasan mengapa generasi muda harus mengenal lebih dekat dunia kewirausahaan digital yaitu

kewirausahaan yang dipengaruhi dan memanfaatkan keberadaan teknologi.

Kewirausahaan Digital merupakan suatu gambaran mengenai bagaimana kewirausahaan akan ditransformasikan oleh teknologi menuju dunia digital, mulai dari cara merancang serta memasarkan suatu produk, menjangkau dan memberikan pelayanan kepada konsumen, mengelola arus keuangan, berkolaborasi dengan mitra, serta menganalisis peluang, strategi, risiko, target pemasaran, dan sebagainya. Berwirausaha di era digital memiliki berbagai keunggulan, di antaranya lebih mudah, cepat, dan terjangkau, menciptakan banyak kesempatan untuk berkolaborasi, serta lebih efektif (Musnaini et al., 2020).



Potensi pasar digital Indonesia (katadata)

Gambar 2.1 Potensi Pasar Digital Indonesia

(Manfaatkan Ekonomi Digital Untuk Turunkan Gini Ratio - ItWorks, n.d.)