

TECHNOPRENEURSHIP DI ERA DIGITAL



YUSNIA SARI RITONGA, ELYSA ROHAYANI HSB,
RAHMADANI PANE, ALI AKBAR RITONGA

PENERBIT
PT. JASA NIAGA DIGITAL INDONESIA



BUKU PT.JNDI

TECHNOPRENEURSHIP DI ERA DIGITAL

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Technopreneurship di Era Digital

Yusnia Sari Ritonga, Elysa Rohayani Hsb,
Rahmadani Pane, Ali Akbar Ritonga



Technopreneurship Era Digital

TECHNOPRENEURSHIP DI ERA DIGITAL

Yusnia Sari Ritonga, Elysa Rohayani Hsb, Rahmadani Pane, Ali Akbar Ritonga

Editor :
Sahat Parulian Sitorus

Desain Cover :
Nurhasanah

Sumber :
<https://isbn.jndi.my.id/products/technopreneurship-di-era-digital>

Tata Letak :
Ida Royani Sitorus

Proofreader :
Sahat Parulian Sitorus

Ukuran :
Jml hal judul: 116, Jml hal isi naskah: 106, Uk: 14x21 cm

ISBN :
978-623-10-2112-0

Cetakan Pertama :
Juli 2024

Hak Cipta 2024, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2024 by PT.JNDI
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT PT. JASA NIAGA DIGITAL INDONESIA

Jl. H. Maulana Link. VI. Labuhan Ruku, Talawi, Batu Bara, Sumatera Utara 21254

Telp/Wa : 082361274081

<https://isbn.jndi.my.id>

<https://digilib.kampus.jndi.my.id>

E-mail: office@jndi.my.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan penulisan buku *Technopreneurship di Era Digital*. Tidak lupa saya ucapkan buat semua orang yang telah mendukung saya dalam menyelesaikan buku ini, terutama Kedua Orang Tua saya Bpk. Zulkifli Ritonga dan ibu saya Siti Maryam Sipahutar, dan juga Ibu Rahmadani Pane Sebagai Dosen Pembimbing I dan Ibu Elisa Sebagai Dosen Pembimbing II. Semoga buku ini Bermanfaat dan menjadi amal jariyah yang Penulis persembahkan khusus kepada kedua orang Tua kami. Buku *Technopreneurship Di Era Digital* ini, penulis rancang secara sistematis, menyajikan materi cukup lengkap, mulai dari konsep dasar, Manajemen Pemasaran Hingga Peran Technopreneurship pada Revolusi Industri Buku ini mungkin masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, saran dan kritik para pemerhati sungguh penulis harapkan. Semoga buku ini bermanfaat dan membantu untuk kegiatan belajar untuk menjadi seorang Enterpreneur Digital.

Rantauprapat, Juli 2024

Penulis

(Yusnia Sari Ritonga)

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	vii

BAB I PENGANTAR TECHNOPRENEURSHIP DAN DIGITAL

A. Pengertian Technopreneurship.....	1
B. Sejarah Technopreneurship	2
C. Pentingnya Technopreneurship	4
D. Kompetensi dalam Techopreneurship	7
E. Isu dan Tantangan Bagi Technopreneurship	20
F. Karakteristik Technopreneur dan Technopreneurship	29
G. Technopreneurship Sukses.....	39

BAB II KONSEP DASAR IDE DAN PELUANG BISNIS

A. Konsep Peluang Bisnis.....	43
B. Perbedaan Ide dan Peluang	45
C. Ciri-Ciri Peluang Usaha	46
D. Jenis Peluang Usaha.....	47

BAB III BISNIS DIGITAL

A. Pengertian Bisnis.....	50
B. Pengertian Digital	51
C. Perkembangan Bisnis Digital	52

D. Model Bisnis Digital	55
E. Jenis Bisnis Digital	56
F. Manfaat Bisnis Digital	60
G. Keunggulan Bisnis Digital	62

BAB IV PEMASARAN BISNIS DIGITAL

A. Transformasi Bisnis Digital	64
B. Digital Marketing.....	70
C. Teknik Digital Marketing	78

BAB V PERAN TECHNOPRENEURSHIP PADA REVOLUSI INDUSTRI

A. Sejarah Singkat Revolusi Industri	83
B. Fase Revolusi Industri	83
C. Dampak Technopreneurship Pada Revolusi Industri	90
D. Tantangan dan Peluang Technopreneurship.....	92

BAB VI ERA SOCIETY 5.0

A. Society 5.0	95
B. Dampak Society 5.0.....	96
C. Technopreneurship muda di era Society 5.0	98
D. Peran Technopreneurshipdalam menghadapi society 5.0	100

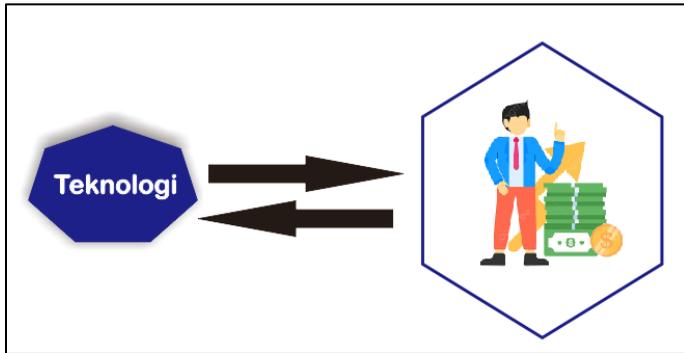
DAFTAR PUSTAKA 102

TENTANG PENULIS..... 103

BAB I

PENGANTAR TECHNOPRENEURSHIP DAN DIGITAL

A. PENGERTIAN TECHNOPRENEURSHIP



Di era Kemajuan Teknologi dan persaingan Global dibutuhkan skill dan kemampuan serta harus diiringi Inovasi dalam berbagai bidang, terutama pada bidang usaha yang membutuhkan teknologi termutakhir. Dengan memanfaatkan teknologi terbaru untuk mengembangkan usaha akan menjadikan seseorang menjadi Enterpreuner yang mapan sehingga dapat memaksimalkan hasil dari usaha yang dikembangkan. Seorang Technopreneurship dapat menjalankan jenis usaha yang lakukan dengan memadukan Teknologi terbaru. Technopreneurship adalah memanfaatkan teknologi sebagai dasar membangun usaha itu sendiri, dengan berbagai inovasi baik dalam bidang

produksi dan marketing. Secara umum Technopreneurship merupakan bidang kewirausahaan yang difokuskan pada pemanfaatan dan pengembangan Teknologi atau Teknologi Development. Seorang Enterpreuner Technopreneurship sangat erat kaitannya dengan perusahaan yang memanfaatkan teknologi, dikarenakan perusahaan yang menggunakan teknologi dijadikan sebagai roda penggerak untuk menjalankan bisnisnya. Secara sederhana technopreneurship adalah integrasi dari dua konsep atau proses, yaitu teknologi dan kewirausahaan. Saya yakin kita telah cukup membahas apa arti kewirausahaan dan apa saja yang diperlukannya. Teknologi juga telah dibahas dalam banyak buku dan artikel. Ketika kita menggabungkan semuanya, kita akan melihat orang-orang seperti Bill Gates, Mark Zuckerberg, dan Jeff Bezos. Jika kita menggabungkan ketiga tokoh terkemuka ini, kita melihat bahwa mereka memiliki kesamaan yaitu, kemampuan untuk menghargai kontribusi teknologi terhadap bisnis mereka.

B. SEJARAH TECHNOPRENEURSHIP

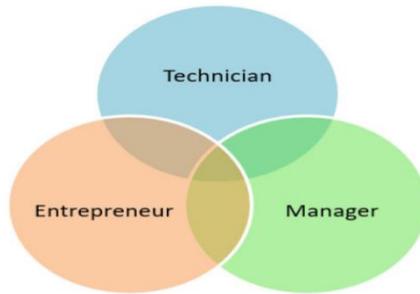
Setelah revolusi industri terjadi, pola pikir, tindakan, dan ide manusia pun ikut berubah. Sejak tahun 1970 hingga saat ini, komunikasi dan teknologi mampu mendekatkan eksistensi manusia. Istilah “Technopreneurship” diciptakan dengan menggabungkan kata “Teknologi” dan “Kewirausahaan.” Kata “Technopreneurship” pertama kali digunakan pada tahun 1987.

Bisa jadi, kata “Technopreneurship” lebih dikenal luas ketika Internet mulai meroket pada bulan April 2000. Istilah teknopreneurship tidak lahir begitu saja. Istilah ini memiliki sejarah perkembangan yang menarik. Kita dapat menjelaskan tiga generasi sejarah perkembangan teknopreneurship. Yang pertama adalah Era Benih teknopreneurship. Era ini berlangsung dari tahun 1970 hingga tahun 2000. Perangkat elektronik mulai ditemukan dan dikembangkan pada era ini. Transistor, sirkuit terpadu, Radio, televisi, stereo, dan komputer adalah contoh dari penemuan tersebut.

Generasi kedua adalah Era Startup Teknopreneurship. Era ini berlangsung dari tahun 2001 hingga tahun 2015. Pada era ini, terjadi pertumbuhan teknologi internet. Sebagai hasil dari teknologi internet, teknologi digital baru, seperti open source, platform media sosial, seluler, LTE, dan komputasi awan, diciptakan.

Era ketiga dan terakhir adalah era ekspansi teknopreneurship. Era ini dimulai pada tahun 2016. Di era ini, digitalisasi mulai merambah ke setiap aspek kehidupan manusia. Kecerdasan buatan, penanganan big data, dan robotika memegang peranan penting di era ini. Sebagai hasil dari perkembangan tersebut, saat ini kita dapat melihat teknopreneurship mempengaruhi setiap industri.

C. PENTINGNYA TECHNOPRENEURSHIP



Gambar Trilogi Technopreneurship

Karena tidak ada sesuatu pun di dunia ini yang bersifat permanen, bahkan inovasi yang kita bayangkan atau hasilkan, kita harus memodifikasi apa yang sudah kita miliki untuk menghasilkan sesuatu yang baru bagi masyarakat atau sesuatu yang baru yang membantu pembangunan atau perbaikan masyarakat kita. Sejalan dengan hal ini, technopreneurship akan sangat penting bagi setiap pengusaha yang mencari improvisasi dan berbagai fitur penting lainnya agar perusahaan mereka dapat bertahan dan terus berkembang. Technopreneur memegang peranan penting dalam perekonomian global karena mereka menggunakan teknologi untuk menciptakan dan meningkatkan kualitas produk barang, jasa, dan manufaktur. Ketika suatu perusahaan baru didirikan, jumlah prospek pekerjaan akan bertambah karena perusahaan tersebut membutuhkan tenaga

kerja untuk mengelola seluruh aktivitasnya perusahaan. Demikian pula, technopreneurship mampu menyerap dan menyediakan lapangan kerja dan membantu pemerintah dalam memerangi pengangguran. Hal ini meningkatkan tingkat lapangan kerja perekonomian.

Technopreneurship dapat dikatakan sebagai ide yang produktif di era digital saat ini karena berbagai alasan: peluang yang tidak terbatas, pengembangan usaha, biaya yang kecil, dan akses terhadap informasi.

1. Peluang yang tidak terbatas

Abad ke-21 merupakan abad informasi. Oleh karena itu, jika Anda memiliki ide, Anda dapat dengan mudah memperoleh informasi tentang peluang yang tersedia untuk mengubahnya menjadi bisnis hanya dengan satu klik. Ditambah lagi, kemajuan teknologi telah menjadi bagian dari DNA generasi saat ini sehingga mimpi untuk mendirikan usaha mudah untuk menjadi kenyataan dan bukan hanya sekadar hayalan saja. Orang-orang mengharapkan teknologi baru muncul setiap hari. Mereka bercita-cita untuk menyelesaikan sesuatu dengan cepat dan mudah. Para teknopreneur hanya perlu memanfaatkan sumber daya ini, berpikir kreatif, dan mengubah ide menjadi usaha bisnis.

2. Mengembangkan Usaha

Salah satu kontribusi utama dari technopreneurship adalah pertumbuhan internet. Saat ini, internet merupakan saluran utama bagi para pebisnis, baik dalam e-commerce, kerja jarak jauh, maupun jaringan. Berkat technopreneurship, bisnis dapat terus berkembang. Hasilnya, bisnis mampu menjangkau lebih banyak pelanggan, memperoleh dan memilih dari pemasok terbaik, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan target pasar.

3. Biaya yang Relatif Kecil

Sesuai dengan pesatnya perluasan pasar yang disebabkan oleh technopreneurship, bisnis cenderung memangkas biaya. Hal ini karena lebih banyak peluang tersedia, yang berarti ada lebih banyak pilihan untuk memilih opsi yang paling murah. Akibatnya, hal ini akan membawa hasil positif bagi bisnis. Demikian pula, teknopreneur dapat memanfaatkan peluang ini karena produk dan layanan Teknologi Informasi mungkin hanya memerlukan biaya yang lebih rendah tetapi menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi.

4. Akses Informasi

Kemudahan dalam mengakses Informasi tidak perlu dipikirkan lagi karena kita semua tahu bahwa teknologi adalah alasan mengapa kita hidup di era informasi di mana banyak data berada di ujung jari kita. Melalui

technopreneurship, bisnis menjadi lebih efisien dalam menyimpan informasi, sehingga pengambilan informasi juga menjadi lebih efisien. Technopreneurship dapat menjadi sumber keberlanjutan bagi individu yang berpikiran bisnis dan perusahaan yang ingin meningkatkan produk mereka. Mungkin butuh waktu, ya, tapi mungkin hanya perlu mengambil langkah pertama. Sebuah ide dapat dipoles dan disusun dengan cermat akan berubah menjadi momen keberhasilan. Teknologi yang semakin hidup seakan mengajak kita untuk terus ikut dalam mengambil peluang.

D. KOMPETENSI DALAM TECHOPRENEURSHIP

Sebagai seorang Enterpreuner diperlukan skill yang harus dimiliki untuk menjalankan Techopreneurship, yaitu :

1. Kecepatan dan Kemudahan

Sebelum menjalankan sebuah bisnis dalam bidang Teknologi, seseorang harus memiliki wawasan tentang Teknologi Informasi yang mendalam, seorang Entrepreneur tidak hanya belajar mengenai bagaimana cara berbisnis, akan tetapi harus memahami Teknologi sebagai aspek utama sebagai pendukung utama dari bisnis yang sedang dijalankan.

2. Berfikir Kritis

Critical thinking atau berpikir kritis adalah kemampuan untuk memecahkan masalah secara efektif dengan mengumpulkan informasi secara sistematis tentang suatu masalah, menghasilkan gagasan lebih lanjut dengan melibatkan berbagai perspektif, mengevaluasi informasi menggunakan logika dan memastikan semua orang yang ada di dalamnya terlibat. Critical thinking atau berpikir kritis seorang Techopreneurship perlu memahami cara agar perusahaan yang dijalankan populer dan dipercaya oleh konsumen. Beberapa fungsi dari perfikir kritis dalam bisnis antara lain :

- a. Meningkatkan Komunikasi
- b. Meningkatkan Kecerdasan Emosional
- c. Mendorong Kreativitas
- d. Menghemat Waktu dan Biaya.

3. Jiwa Wirausaha

Menjadi seorang Techopreneurship harus memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi berani mengambil resiko serta menghadapi tantangan baik ketika sedang merintis maupun saat mengembangkan bisnis. Dalam mengembangkan bisnis seorang Enterpreuner harus jeli melihat peluang usaha dilingkungan sekitar. Kejelian seorang Enterpreuner melihat

peluang adalah modal yang sangat berharga untuk mengembangkan bisnis pada bidang apapun.

4. Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan melibatkan identifikasi tujuan, perolehan informasi yang relevan dan diperlukan, dan mempertimbangkan alternatif untuk membuat keputusan. Konsepnya terdengar sederhana, tetapi banyak orang mengabaikan beberapa tahap kritis dan risiko yang muncul saat membuat keputusan. Jika memungkinkan, penting untuk membuat keputusan terbaik dalam situasi apapun. Setidaknya ada empat manfaat dari membuat keputusan :

- a. Keputusan yang baik akan bertahan lebih lama. keputusan yang dibuat melalui proses yang dipikirkan dengan matang dapat membuat keputusan itu bertahan selama bisnis yang dijalankan masih beroperasi.
- b. Keputusan yang baik dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Seorang pengambil keputusan harus mempertimbangkan perusahaan secara holistik. Keputusan yang tepat tidak akan membuat satu bagian bisnis berhasil dan mengorbankan bagian lainnya. Baik faktor internal maupun eksternal dapat mempengaruhi keputusan dan peta jalan perusahaan

- c. Keputusan yang baik menghilangkan konflik kepentingan. Dengan transparansi dan keterlibatan pemangku kepentingan selama proses pengambilan keputusan, pertanyaan atau kekhawatiran setelah kejadian menjadi jauh lebih kecil kemungkinannya. Manfaat dari proses ini menjaga perusahaan atau bisnis tetap pada jalur dan fokus tujuan utama, serta akan mengurangi resiko kesalahan.

Dalam dunia bisnis untuk menghasilkan manfaat yang besar ada beberapa model proses pengambilan keputusan, yaitu :

1. Tidak Tebak-Tebakan. Mempertimbangkan berbagai pilihan yang ada.
2. Keputusan dan Kemajuan yang Dapat Diterjemahkan dan Dibagikan
3. Memiliki Panduan atau Peta Jalan

5. Kemampuan dalam Inovasi

Inovasi telah menjadi topik hangat diberbagai perusahaan terkemuka sehingga makna sebenarnya sering kali hilang begitu saja Meskipun sebagian orang menggunakannya sebagai kata kunci umum hanya untuk sekadar menggunakan teknologi terkini atau melakukan perubahan demi perubahan, definisi “inovasi” terbatas pada perubahan pada bisnis atau perusahaan yang mengarah pada

pertumbuhan. Inovasi merupakan kemampuan untuk mengimplementasikan solusi yang kreatif terhadap persoalan serta mampu memanfaatkan ide menjadi peluang untuk mencapai tujuan. Inovasi menawarkan 4 manfaat bagi perusahaan antara lain :

a. Kewaspadaan Terhadap Potensi Gangguan

Inovasi dalam bisnis harus memperhitungkan arah pasar atau perubahan permintaan Konsumen. Perusahaan menggunakan informasi tersebut untuk membuat perubahan strategi dengan mengarahkan karyawan untuk berwirausaha. Perubahan tersebut dapat mencakup pembuatan produk atau layanan yang mirip dengan yang dibuat oleh perusahaan perintis atau bermitra dengan perusahaan rintisan model ini dikenal sebagai “beli, bangun, bermitra”.

b. Efisiensi

Efisiensi bisnis adalah rasio antara sumber daya yang dikonsumsi Perusahaan dan jumlah produksi barang, jasa, dan pendapatannya. Dalam istilah yang lebih sederhana, hal ini berarti mendapatkan lebih banyak hasil dari masukan yang sama atau mencapai hasil yang sama dengan sumber daya yang lebih sedikit. Efisiensi dalam bisnis berarti proses yang disederhanakan, pengurangan limbah, peningkatan produktivitas, dan

pada akhirnya, keuntungan yang lebih tinggi. Efisiensi dapat diukur menggunakan waktu, biaya, energi, atau bahan. Misalnya, perusahaan manufaktur dapat mengukur efisiensi dengan menghitung jumlah unit yang diproduksi per jam relatif terhadap volume bahan baku yang digunakan. Demikian pula, bisnis yang berorientasi pada layanan dapat mengukur efisiensi dengan mengevaluasi jumlah klien yang dilayani per hari dibandingkan dengan waktu, tenaga kerja, dan sumber daya yang diinvestasikan dalam memberikan layanan tersebut. Ada beberapa hal bentuk efisiensi dalam bisnis.

1) Efisiensi operasional

Efisiensi operasional berfokus pada optimalisasi proses internal dan alur kerja. Hal ini dapat mencakup apa saja mulai dari mengotomatiskan tugas yang berulang dan mengurangi waktu siklus produksi hingga meningkatkan manajemen inventaris dan meningkatkan produktivitas karyawan . Dengan mengidentifikasi hambatan dan menyederhanakan alur kerja, bisnis dapat meningkatkan efisiensi operasional perusahaan secara signifikan.

2) Efisiensi biaya

Efisiensi biaya adalah tentang meminimalkan pengeluaran dengan tetap menjaga kualitas produk atau layanan. Dunia usaha mencapai hal ini dengan menegosiasikan kesepakatan yang lebih baik dengan pemasok, menerapkan praktik penghematan energi, atau mengadopsi teknologi yang hemat biaya. Efisiensi biaya tidak hanya meningkatkan profitabilitas tetapi juga memungkinkan perusahaan menawarkan harga yang kompetitif kepada pelanggan, sehingga memperoleh keunggulan di pasar. Efisiensi biaya sering kali menjadi fokus utama para pemimpin, pengambil keputusan, dan pemangku kepentingan keuangan. Namun, penting untuk memahami hubungan biaya dengan bentuk efisiensi bisnis lainnya. Efisiensi biaya sering kali merupakan hasil optimalisasi di seluruh rangkaian operasi

3) Efisiensi waktu

Efisiensi waktu melibatkan penyelesaian tugas dan tanggung jawab dalam waktu singkat tanpa mengorbankan kualitas. Bentuk efisiensi ini sangat penting dalam industri di mana proses perpindahan barang tepat waktu merupakan

keunggulan kompetitif. Efisiensi waktu dapat ditingkatkan melalui manajemen proyek yang efektif, pelatihan staf, dan pemanfaatan teknologi untuk mengotomatiskan proses yang memakan waktu. Untuk mencapai efisiensi dalam bisnis seorang entrepreneur memerlukan pendekatan strategis yang mencakup berbagai aspek. **Pertama** Penggunaan Teknologi Berinvestasi dalam teknologi yang tepat dapat merevolusi operasi bisnis Anda. Baik itu mengadopsi perangkat lunak manajemen proyek, menerapkan sistem manajemen hubungan pelanggan, atau memanfaatkan alat analisis data, teknologi dapat mengotomatiskan tugas, meningkatkan komunikasi, dan memberikan wawasan berharga untuk pengambilan keputusan yang tepat. Seiring dengan semakin digitalnya dunia, penerapan teknologi modern akan terus memainkan peran penting dalam mengoptimalkan efisiensi bisnis. **Kedua** Memerbaiki Komunikasi. Komunikasi yang efektif adalah tulang punggung yang efisien. Menerapkan komunikasi yang jelas dalam perusahaan untuk memastikan bahwa informasi mengalir lancar antar departemen dan anggota

tim. Alat seperti platform pesan instan, perangkat lunak manajemen proyek, dan solusi konferensi video dapat memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi. Dalam hal ini, sangat penting bahwa teknologi digunakan untuk memfasilitasi kolaborasi tambahan, kerja sama tim, dan komunikasi antar Tim. **Ketiga** Pelatihan dan Pemberdayaan. Karyawan yang terlatih dan berdaya lebih efisien dalam menjalankan perannya. Sediakan sesi pelatihan rutin untuk meningkatkan keterampilan staf agar mereka selalu mengikuti tren industri terkini. Memberdayakan karyawan untuk mengambil keputusan sesuai bidang tanggung jawabnya akan menumbuhkan rasa kepemilikan dan akuntabilitas yang dapat meningkatkan efisiensi secara signifikan

6. Kerjasama Tim

Kerja sama tim merupakan salah satu alat terpenting dalam hal efisiensi suatu perusahaan. tidak semua orang menyadari betapa besar dampaknya bagi perusahaan. Kerja tim di tempat kerja adalah ketika sekelompok individu bekerja sama menuju tujuan yang kolektif dengan cara yang efisien. Ketika banyak orang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sama, bisnis atau perusahaan akan lebih mudah untuk

berkembang. Dengan begitu maka kerja sama tim dapat diartikan proses bekerja secara kolaboratif dengan sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan melibatkan gabungan dari masing-masing individu yang memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan unik mereka. Kerja tim yang efektif di perusahaan bergantung pada komponen utama seperti mendengarkan secara aktif dan komunikasi terbuka, serta memastikan masukan setiap orang berkontribusi terhadap pencapaian tujuan tim. Ada beberapa manfaat dari kerja sama tim dalam sebuah perusahaan, yaitu :

a. Kerja tim memupuk komunikasi yang efektif

Kerja sama tim yang efektif di perusahaan dimulai dengan komunikasi yang solid. Agar dapat bekerja sama baik saat berideasi atau mengerjakan proyek baru, maka diperlukan komunikasi untuk menciptakan kekompakan dan tujuan yang jelas. Komunikasi dimulai dengan membangun keakraban dan sinergi tim. Cara terbaik untuk melakukannya dengan menyelenggarakan kegiatan membangun tim. Kegiatan ini dapat memecah kebekuan di awal rapat atau menghabiskan waktu sehari untuk memecahkan masalah fiktif bersama rekan satu tim.

b. Kerja sama tim mendorong tujuan bersama

Memiliki tujuan bersama adalah hal yang penting dalam menentukan prioritas proyek dan inisiatif baru. Dengan beberapa anggota tim yang mengerjakan tugas individu, tujuan proyek membantu menjaga hasil tetap selaras dan memastikan tujuan tercapai.

- c. Kerja sama tim membantu membangun kepercayaan
Kepercayaan di tempat kerja adalah sesuatu yang dibangun seiring berjalannya waktu. Dibutuhkan komunikasi yang transparan, sesi tatap muka, dan dukungan untuk membangun kepercayaan dengan anggota tim. Tim yang saling percaya merasa nyaman dalam mengomunikasikan ide, berkolaborasi dan mengembangkan kekuatan individu. Tidak hanya itu, setiap individu dalam kelompok tim akan meningkatkan rasa memiliki dalam kelompok. Kurangnya kerja sama tim di tempat kerja dapat menyebabkan rusaknya kepercayaan. Hal ini dapat mengakibatkan anggota tim merasa terisolasi dan menjadi kompetitif, berfokus pada pencapaian individu daripada keberhasilan tim, yang dapat merusak moral dan kinerja.
- d. Kerjasama tim akan mengembangkan kekuatan individu

Kerja tim bukan hanya tentang kesuksesan tim tetapi juga mendukung pengembangan individu. Anggota tim yang mengembangkan pengetahuannya individualnya kemudian dapat membagikannya kepada orang lain. Hasilnya: setiap anggota tim secara individu dapat mengembangkan kekuatan mereka sendiri dan juga kekuatan tim. Ini dapat mencakup kemampuan dalam memecahkan masalah, berkomunikasi secara efektif, dan mengatasi keterlambatan individu, semuanya merupakan keterampilan penting untuk dikembangkan di tempat kerja

- e. Kerja tim meningkatkan keterampilan pengambilan keputusan

Meskipun pemecahan masalah dan pengambilan keputusan terdengar serupa, keterampilan dalam pengambilan keputusan mencakup keseluruhan. Untuk mampu dalam pengambilan keputusan, seseorang perlu percaya diri untuk membuat keputusan tersebut secara cepat berdasarkan pengetahuan yang telah dikumpulkan dari pengalaman yang ada. Kerja sama tim di perusahaan sangat penting untuk meningkatkan kemampuan dalam mengambil keputusan. Kerja sama tim menciptakan lingkungan yang mendorong anggota tim lain untuk menjawab pertanyaan dan mengambil

keputusan dengan cepat, yang sangat penting untuk penyelesaian masalah secara langsung.

7. Kreatif

Kebutuhan mendasar bagi Seorang wirausahawan atau Entrepreneur adalah adanya gairah, tekad, kegigihan, dan kemampuan untuk terus melakukan inovasi. Menjalankan usaha kecil atau menengah membutuhkan keberanian yang sama besarnya dan sedikit kegilaan. Namun, atribut yang paling penting untuk bisa berkembang dan bersaing adalah kreativitas. Menjadi seorang yang kreatif mungkin akan tampak seperti sebuah tugas yang mustahil, dan sering diasumsikan bahwa orang terlahir kreatif atau tidak. Namun, sangat mungkin untuk mengembangkan kreativitas dan cara berpikir kreatif. Setiap orang memiliki potensi untuk menjadi kreatif, potensi tersebut hanya perlu dimanfaatkan, dipupuk, dan diperkuat. Untuk menjadi seorang yang kreatif dimulai dari berfikir kreatif. Berfikir kreatif adalah bagaimana seseorang memandang masalah dan situasi dari sudut pandang baru. Hal ini sering disebut 'berpikir di luar logika' dan ini dapat merupakan upaya untuk menghindari solusi yang normal, ortodoks, dan membosankan, akan tetapi dapat memikirkan cara-cara inovatif untuk mengatasi dan menyelesaikan suatu masalah. Berpikir kreatif juga harus mampu melihat pola yang

mungkin tidak terlihat oleh orang lain, dan membuat hubungan antara orang, produk, dan konsep yang belum pernah diketahui orang sebelumnya. Untuk mampu berfikir kreatif seseorang harus mampu memberikan ruang dan waktu dalam berfikir, menurut Ester Buchholz, seorang psikolog, psikoanalisis, dan penulis 'The Call of Solitude', menekankan perlunya waktu sendiri untuk membiarkan pikiran kita mengembara, mencari tahu sesuatu, dan menemukan solusi yang inovatif.

E. ISU DAN TANTANGAN BAGI TEKNOPRENEURSHIP

Digitalisasi menghadirkan peluang yang besar dan aneh. Namun, masih ada keraguan besar mengenai perluasan teknologi transformatif yang sebanding. Pemerintah harus secara proaktif mencari penyelesaian yang lebih mendalam atas kemungkinan tuntutan hukum bagi masyarakat serta keluhan serius yang ditimbulkan oleh teknologi yang sedang berkembang ini terhadap tindakan pembuatan peraturan mereka. Tantangan-tantangan tersebut dapat dibagi menjadi 10 bagian. Yaitu:

1. Perubahan teknologi yang cepat dan tidak terduga mempengaruhi Teknopreneurship

Dengan penemuan digital, kecepatan kemajuan teknologi itu sendiri secara tidak wajar menantang regulasi kontemporer. Teknologi digital cenderung berkembang

lebih cepat daripada peraturan perundang undangan. Sementara pemisahan antara kemajuan teknologi dan regulasi selalu menjadi perhatian, Sektor bisnis tertentu masih kekurangan ketersediaan terhadap adopsi teknologi misalnya sektor manufaktur, komputasi berbasis cloud, dan IoT. Ini mempengaruhi bisnis berbasis teknologi ketika seorang menerapkan sistem layanan. Perubahan cepat yang tak terduga ini membuat perusahaan ketinggalan zaman. dengan memperbarui sistem baru, mereka perlu mengeluarkan uang. Jadi, pengeluaran mereka menjadi tinggi karena mereka perlu mengeluarkan uang untuk pembaruan teknis serta pelatihan dan pelatihan ulang para staf dan karyawan.

2. Teknopreneur perlu membangun kerangka regulasi dan standar baru

Digitalisasi menghilangkan istilah tradisional sektor pasar, seperti yang diilustrasikan melalui konvergensi baru dalam telekomunikasi, pasar media, dan platform digital. Selain itu, hal ini juga mengaburkan perbedaan standar antara pelanggan dan produsen, seperti halnya dengan meningkatkan jumlah konsumen perorangan di sektor pasar listrik yang masing-masing mengonsumsi dan menyediakan energi ke jaringan. Distorsi batas ini memengaruhi, antara lain, kemungkinan perintah dan aktivitas pengendali.

Properti ekonomi bisnis digital juga menantang model regulasi berbasis biaya yang disukai karena pembentukan harga dalam ekonomi digital mematuhi aturan yang unik. Varietas baru intervensi regulasi mungkin juga diperlukan untuk mengatasi kegagalan pasar berkembang yang berasal dari asimetri data di beberapa pasar digital (misalnya, transaksi data pribadi dengan imbalan produk atau layanan digital "gratis").

3. Tantangan penegakan regulasi untuk Teknopreneurship
Digitalisasi memiliki tantangan penegakan peraturan dengan tentang pemikiran umum dan tanggung jawab. Hal ini membuat lebih sulit untuk menentukan dan mengaitkan tanggung jawab atas kerugian atau kerusakan yang dipicu melalui penggunaan teknologi kepada pengguna akhir. Contoh unik ketika akan menegakkan hak cipta/hak milik dengan internet yang menawarkan metode baru untuk mendistribusikan konten. Contoh lain adalah masalah dalam mengaitkan tanggung jawab hukum kepada vendor, distributor, atau produsen peralatan asli ketika kecerdasan buatan (AI) terlibat.
4. Tantangan institusional dan lintas negara bagi Teknopreneurship
peraturan undang undang disetiap negara memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Ada beberapa sektor atau

kementerian dan lembaga yang berfokus pada aktivitas juga menunjukkan keterbatasannya saat berhadapan dengan tantangan lintas batas negara yang muncul akibat digitalisasi. Teknologi digital tentu saja dapat menjangkau lebih dari satu regulasi, yang dapat menimbulkan kemungkinan kebingungan dan resiko. Selain itu, digitalisasi tidak dapat memperhatikan batas-batas nasional atau yurisdiksi dan secara signifikan akan meningkatkan kedalaman arus dan transaksi lintas batas negara. Hal ini menawarkan jangkauan global bagi bisnis sekaligus memungkinkan mereka menemukan beberapa tahap proses produksi atau fasilitas layanan mereka di berbagai negara. Fungsi ini memungkinkan organisasi untuk “berdiskusi” atau menghindari kepatuhan terkait keberadaan fisik mereka, kebijakan pajak internal mereka, dan kebijakan mereka untuk keamanan informasi atau area yang diatur lainnya. Ketidaksesuaian antara sifat digitalisasi lintas batas dan fragmentasi kerangka regulasi di seluruh yurisdiksi dapat merusak efektivitas tindakan dan akibatnya, masyarakat percaya pada pemerintah. Hal ini juga dapat menimbulkan hambatan bagi penyebaran inovasi digital yang bermanfaat.

5. Masalah Keamanan Siber dan Risiko Siber bagi Teknopreneurship

Adanya kejahatan dunia maya (cybercrime) di berbagai platform memang tidak dapat dipungkiri, bahkan para hacker kerap kali menggunakan malware, worms dan virus sebagai media untuk mengendalikan teknologi dari jarak jauh dan membiarkan data rahasia tersebar ke mana-mana. Semua bisnis bergantung pada internet sampai taraf tertentu, restoran atau toko ritel konvensional tidak akan memiliki risiko keamanan siber yang sama seperti perusahaan rintisan yang prosedurnya sepenuhnya daring. Dalam kebanyakan kasus, perusahaan rintisan teknologi membantu pasar B2B, yang berarti bisnis lain bergantung pada perusahaan Anda untuk menjaga semuanya berjalan lancar. Karena bisnis teknologi menawarkan produk atau layanan untuk membantu bisnis lain menjalankan operasinya, mereka menghadapi tanggung jawab atas kelalaian, kesalahan, dan risiko lainnya. Penggunaan perangkat lunak antivirus dan firewall yang resmi akan mengurangi berbagai risiko siber, tetapi hal ini tidaklah cukup. pelatihan tenaga kerja dalam praktik yang tepat untuk menangani data klien dan kartu kredit yang sensitif, dan terus memastikan data perusahaan diambil hanya melalui koneksi internet pribadi yang terlindungi. Menambahkan keamanan siber kepihak asuransi dapat melindungi data dari insiden pelanggaran data. Meskipun

usaha rintisan teknologi mungkin menghadapi persaingan yang lebih ketat daripada usaha rintisan lainnya, serta persaingan yang tidak ada bandingannya, tingkat komitmen Anda terhadap bisnis baru Anda pada akhirnya akan menentukan kemungkinan berhasil.

6. Pengembangan Kapasitas Manusia dan Kepuasan Diri Tim Teknologi untuk Teknopreneurship

Karyawan dengan keterampilan kurang baik dan tingkat pendidikan yang rendah seiring dengan pesatnya pertumbuhan Revolusi Industri Keempat akan tergantikan. Tantangan utama yang dihadapi tim adalah rasa puas diri. Teknologi berkembang dengan sangat cepat, dan jika tim Anda tidak mengikuti perkembangan alat dan sistem terbaru, tim Anda akan kehilangan keunggulan kompetitifnya. Mengikuti perkembangan teknologi dan membuat model akan memastikan bahwa Anda berada di depan dan akan merekomendasikan klien Anda untuk mendukungnya.

7. Infrastruktur dan Kebijakan Pemerintah untuk Teknopreneurship

Infrastruktur teknologi adalah fasilitas, peralatan, kemampuan dan layanan pendukung yang dibutuhkan untuk memajukan, memeriksa dan meningkatkan teknologi hingga pengembangan dari validasi di pabrik hingga TRL

sebelum memasuki pasar yang kompetitif. Para teknopreneur dapat mengambil manfaat dan menentukan peluang bisnis baru. Namun, peluang tersebut perlu diciptakan sedemikian rupa untuk memperkuat kompetensi bisnis baru. Hal ini disebabkan karena pada tingkat tertentu, setiap wirausahawan akan memiliki ukuran yang berbeda-beda yang tidak hanya akan mempengaruhi alur bisnis. Campur tangan pemerintah harus didukung secara mendalam dan dimaksudkan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung bagi para teknopreneur. Keterlibatan ini diyakini penting untuk mendukung teknopreneurship.

8. Kesenjangan Keterampilan yang Luas dalam Teknopreneurship

Teknologi telah lama menjadi alat yang berharga untuk membantu bisnis mencapai tujuan dengan lebih baik. Namun, solusi ini hanya dapat berdampak langsung pada proses bisnis jika ada spesialis terampil yang tepat untuk memanfaatkannya. Sekitar 93% pengusaha saat ini menghadapi kesenjangan keterampilan yang signifikan antara spesialis TI mereka. Semua pemimpin TI, dimulai dengan CIO, perlu membantu dalam mencari bakat yang penting untuk memanfaatkan solusi teknologi modern. Pada saat yang sama, perusahaan teknologi juga perlu mencari karyawan yang mampu melakukan inovasi untuk generasi

berikutnya. Sementara maraknya staf yang bekerja jarak jauh atau hibrid dapat memberi kan pilihan, solusi administrasi yang tepat perlu diterapkan untuk menjaga perkembangan karyawan ini.

9. Meningkatnya Robotika Akan Mempengaruhi Teknopreneurship

Seperti banyak peluang di sektor teknologi, otomatisasi dan robotika merupakan pisau bermata dua. Di sisi lain, solusi otomatisasi dan Robotic Process Automation (RPA) menjadi semakin berharga di saat perusahaan perlu bekerja lebih cepat dan efisien. Di sisi lain, penerapan robotika dapat dengan mudah menimbulkan masalah dalam melanjutkan sisi manusiawi bisnis. Bisnis masih perlu mempertahankan jaringan nyata dan asli dengan klien mereka saat kita memasuki era digitalisasi baru. Para eksekutif dan pemimpin perusahaan dapat memperoleh manfaat positif dari penerapan sistem robotika dan otomasi untuk mendukung dan memberdayakan staf mereka. Namun, strategi yang akurat diperlukan untuk menjaga stabilitas yang sesuai antara manusia dan robotika.

10. Mendapatkan Kembali Kepercayaan adalah Tantangan bagi Teknopreneurship

Meskipun sebagian besar perusahaan sangat bergantung pada teknologi dalam beberapa tahun terakhir untuk tetap

maju, kepercayaan terhadap teknologi masih rendah. Misinformasi dan meningkatnya serangan siber telah menimbulkan keraguan yang meluas tentang teknologi. Orang-orang khawatir tentang apa yang mungkin terjadi di masa depan, dan memeriksa setiap pembelian teknologi. Misalnya, di masa depan, kemungkinan besar, kecerdasan buatan akan terus menarik perhatian sebagai alat untuk mengizinkan karyawan, menyempurnakan keamanan melalui biometrik, dan menyempurnakan analisis data. Namun, sebelum perusahaan dapat sepenuhnya memengaruhi hal ini, mereka harus terlebih dahulu mengatasi kekhawatiran tentang solusi AI yang menggantikan pekerjaan manusia atau bertindak tidak adil. Untuk memastikan teknologi dapat terus merevolusi dunia menjadi lebih sehat, bisnis perlu diorganisasikan untuk menunjukkan nilainya. Analisis historis dan real-time yang menyajikan wawasan tentang kendali setiap inovasi akan bermanfaat. Semakin banyak bukti yang dapat diberikan perusahaan, semakin baik.

F. KARAKTERISTIK TEKNOPRENEUR DAN TEKNOPRENEURSHIP

Kita dapat mengidentifikasi karakteristik khusus dari technopreneur. Karakteristik ini membantu technopreneur

menjadi lebih istimewa dibandingkan dengan entrepreneur. Karakteristik tersebut adalah.

1. Teknopreneur lebih berorientasi pada inovasi

Lingkungan teknologi merupakan konteks yang paling banyak berubah dalam dunia bisnis saat ini. Kita tidak dapat memprediksi perubahan yang terjadi di dalamnya. Hal ini dikarenakan karakter “technopreneurs” yang berperan dalam lingkungan tersebut. Mereka lebih berorientasi pada inovasi. Mereka harus seperti itu karena kita tidak dapat mengasumsikan langkah selanjutnya dari perkembangan teknologi. Misalnya, pikirkan tentang cara-cara yang mengembangkan industri e-commerce. Berapa banyak platform yang dibangun dari situ dengan menggunakan teknologi? Jadi, technopreneurs lebih berorientasi pada inovasi dibandingkan dengan pengusaha biasa. Para teknopreneur menyadari teknologi akan mendukung inovasi. Dibandingkan dengan cara konvensional, mereka menggunakan teknologi untuk menciptakan barang dan jasa baru. Para teknopreneur menantang status quo dan mencoba melakukan sesuatu yang berbeda. Mereka memiliki sikap disruptif. Mereka tidak ragu untuk mengambil peluang dan mencoba ide-ide baru yang tampaknya tidak lazim. Misalnya, Elon Musk, CEO SpaceX, menjungkirbalikkan status quo dengan mengembangkan

roket yang dapat digunakan kembali. Hal ini membantu menurunkan biaya perjalanan luar angkasa secara signifikan. Keinginan dan harapan pelanggan selalu menjadi yang utama bagi para teknopreneur. Untuk meningkatkan barang dan jasa mereka, mereka memperhatikan masukan pelanggan. Steve Jobs adalah pendukung terkenal dari pendekatan Berorientasi Inovasi. Ia merevolusi industri komputer, telepon, dan musik dengan memperkenalkan iPod, iPhone, dan iPad.

2. Teknopreneur Memulai dari Hal Kecil dan Tumbuh Besar

Berapa banyak technopreneur yang Anda kenal yang memulai dari kecil? Sebagian besar technopreneur memulai dari kecil dan kini mereka tumbuh menjadi perusahaan bernilai miliaran dolar. Instagram memperoleh pendanaan awal sebesar \$500.000 untuk membangun versi pertamanya. Kini (2024) nilainya hampir mencapai 100 miliar dolar. Shutterstock memulai dengan menggunakan 30.000 foto karya Jon Oringer. Kini (2024) nilai perusahaannya mencapai \$8,75 miliar dolar. Perusahaan rintisan teknologi tidak membutuhkan dana besar. Jadi, technopreneur memulai dari kecil dan tumbuh menjadi perusahaan bernilai miliaran dolar.

Technopreneurs sering kali memulai dengan kekurangan modal dan infrastruktur. Mereka dapat menghemat sumber

daya dan memanfaatkannya secara bijak dengan memulai dari yang kecil. Misalnya, pendiri Amazon Jeff Bezos memulai toko buku daringnya di garasinya dengan sedikit uang. Technopreneurs mengikuti metodologi pertumbuhan berulang. Yang memerlukan peningkatan barang atau jasa mereka secara terus-menerus berdasarkan umpan balik. Sebagai hasil dari awal yang sederhana, mereka mampu bekerja dengan cepat dan cepat menanggapi masukan pengguna. Misalnya – Mark Zuckerberg, pencipta Facebook, memulai situs jejaring sosial di asrama sarjananya. Namun kemudian mengembangkannya ke institusi lain. Banyak pengusaha teknologi memiliki rencana jangka panjang untuk perusahaan mereka. Rencana ini mencakup perluasan operasi untuk melayani pasar yang lebih besar. Memulai dari yang kecil memungkinkan mereka untuk membuat model yang dapat diskalakan. Selain itu, menguji produk atau layanan mereka pada tahap yang aman. Sebagai contoh – pendiri Netflix Reed Hastings awalnya menawarkan layanan streaming dengan mengirimkan DVD kepada pelanggan. Setelah itu, mereka secara bertahap berubah ke model bisnis berbasis langganan.

3. Perencana Teknopreneur Masa Depan

Dibandingkan dengan wirausahawan biasa, teknopreneur mengetahui nilai pasti inovasi mereka di masa mendatang

dan mereka memahami nilainya bahkan sebelum bisnis mereka dijalankan. Dibandingkan dengan inovasi lainnya, nilai inovasi teknopreneur cukup tinggi dan dapat diprediksi. Ini adalah karakteristik penting yang dimiliki dan dibangun oleh teknopreneur. Di pasar tertentu, para teknopreneur sering kali menciptakan disrupsi. Mereka mencoba menemukan peluang baru dan menghasilkan jawaban yang inovatif. Perencanaan masa depan memungkinkan bisnis untuk memprediksi disrupsi pasar. Perusahaan dapat memfokuskan kembali perusahaannya untuk mendapatkan keuntungan dari disrupsi tersebut. Misalnya, Elon Musk menyadari potensi pasar di bidang kendaraan listrik. Kemudian, ia memposisikan bisnisnya untuk memimpin sektor tersebut. Visi jangka panjang untuk perusahaan mereka merupakan hal yang umum di kalangan teknopreneur. Mereka membuat rencana untuk masa depan dengan menetapkan tujuan yang menantang. Kemudian mereka membuat rencana untuk mencapainya. Para pendiri Google Larry Page dan Sergey Brin memiliki pemikiran untuk menata informasi dunia dan membuatnya terbuka untuk semua orang. Untuk mencapainya, mereka membuat rencana untuk masa depan.

4. Teknopreneur adalah Bagian dari Tim

Terlepas dari apakah bisnis tersebut terkait dengan bidang teknologi atau tidak, pakar teknologi merupakan bagian dari setiap bisnis. Seorang wirausahawan biasanya adalah seorang yang memulai usahanya sendiri, tetapi Teknopreneur merupakan bagian dari sebuah tim. Mereka memainkan peran penting dalam pengembangan bisnis. Para teknopreneur terkenal dengan gaya manajemen yang berbasis pada kerja sama tim. Mereka sadar bahwa kesuksesan bukanlah sesuatu yang dapat diraih satu orang sendirian. Mereka percaya bahwa kesuksesan membutuhkan usaha banyak orang, terutama di bidang teknologi. Mereka mencari orang lain yang keahliannya melengkapi keahlian mereka. Kemudian mereka berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama. Elon Musk telah mengumpulkan tim insinyur dan ilmuwan. Mereka berkolaborasi untuk menemukan solusi atas berbagai masalah yang menantang di industri kedirgantaraan dan otomotif. Para teknopreneur sering berbagi visi dengan anggota tim mereka. Kemudian mereka berkolaborasi untuk mewujudkannya. Mereka memahami bahwa setiap anggota tim memiliki peran untuk mencapai impian besar organisasi. Misalnya, pendiri Alibaba Jack Ma memiliki visi untuk membangun pasar daring global. Itu akan menghubungkan pelanggan dan penjual.

Untuk mewujudkan visi tersebut, ia berkolaborasi dengan timnya.

5. Teknopreneur Tidak Takut Gagal

Technopreneur tidak takut gagal dibandingkan dengan pengusaha biasa, technopreneur menganggap kegagalan sebagai pelajaran. Mereka tahu jika mereka memperbaiki kesalahan tersebut, maka mereka akan menjadi sukses. Jika Anda mengidentifikasi, semua technopreneur terkenal tidak takut gagal, mereka gagal ribuan kali sebelum mereka berhasil. Technopreneur sadar bahwa kesalahan dapat menjadi peluang untuk tumbuh dan belajar. Mereka memeriksa kesalahan mereka. Menemukan alasan mengapa mereka gagal. Kemudian mereka menerapkan pengetahuan itu untuk meningkatkan rencana dan pengambilan keputusan mereka. Jeff Bezos, misalnya, telah menyatakan bahwa ia menganggap kegagalan sebagai langkah penting dalam perjalanan menuju kemenangan. Para technopreneur sering kali mengembangkan konsep yang belum dieksplorasi dan inovatif. Yang belum pernah dicoba sebelumnya. Mereka memahami bahwa mengembangkan produk atau layanan yang baik memerlukan waktu. Selain itu, kegagalan merupakan bagian alami dari proses inovasi. Pencipta SpaceX, Elon Musk, mengalami banyak peluncuran yang gagal sebelum berhasil meluncurkan roket ke luar angkasa.

Para teknopreneur memiliki tekad dan ketekunan. Mereka sadar bahwa hambatan dan kegagalan bukan berarti akhir dari perjalanan. Mereka menawarkan kesempatan untuk mencoba lagi dan menjadi lebih baik. Contohnya, Sara Blakely, pencipta Spanx. Ia mengalami beberapa kegagalan sebelum akhirnya memperkenalkan produknya. Namun, ia terus bertahan dan mencoba hingga berhasil.

6. Teknopreneur Update dengan Teknologi Terbaru

Banyak perubahan yang terjadi di lingkungan teknologi. Lingkungan teknologi diperbarui setiap hari dengan versi terbarunya. Kita dapat mengidentifikasi pengusaha teknologi atau pengusaha teknologi yang terus memperbarui setiap hari. Mereka menyukai teknologi baru dan mengadopsi teknologi tersebut dengan cepat. Ini membantu mereka bersaing dengan perusahaan lain di industri tersebut. Para teknopreneur memiliki pengetahuan tentang potensi keuntungan dari mengikuti perkembangan teknologi terkini. Mereka dapat meningkatkan proses bisnis mereka dengan memanfaatkan teknologi terkini. Selain itu, membantu membangun keunggulan kompetitif dengan memanfaatkan teknologi terkini. Pendiri Facebook Mark Zuckerberg telah melakukan investasi signifikan dalam kecerdasan buatan. Hal ini membantu meningkatkan pengalaman pengguna di platformnya. Para teknopreneur

terus mengembangkan ide-ide mutakhir yang membutuhkan teknologi terbaru untuk ditemukan. Mereka menyadari bahwa teknologi dapat membantu mereka menemukan jawaban baru untuk tantangan kompleks yang sebelumnya tidak dapat dipecahkan. Misalnya, Travis Kalanick pemilik Uber, memanfaatkan teknologi seluler untuk menjungkirbalikkan bisnis taksi. Para teknopreneur paham bagaimana teknologi terbaru dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Mereka dapat membuat keputusan yang lebih cerdas. Menggunakan sumber daya mereka secara lebih efektif dengan mengotomatiskan prosedur dan memanfaatkan teknologi seperti analisis data. Pendiri Dropbox, Drew Houston, menggunakan komputasi awan untuk meningkatkan efektivitas berbagi file dan kerja sama tim bagi para penggunanya. Itulah contoh hebat tentang pembaruan dengan teknologi terkini.

7. Teknopreneur Membuat Platform , Bukan Hanya Produk Platform adalah permukaan tempat orang dapat berdiri. Dibandingkan dengan pengusaha biasa, teknopreneur membuat platform. Banyak orang dapat berdiri dan tampil di platform tersebut. Misalnya, platform e-commerce seperti E bay, dan Ali Express, dan platform penjualan keterampilan seperti Fiverr, dan Upwork memberi kesempatan kepada

orang untuk tampil. Efek jaringan dapat terjadi pada suatu platform. Ketika lebih banyak pengguna dan pengembang mendaftar, nilai platform tersebut akan meningkat. Misalnya, Airbnb dimulai sebagai platform untuk menyewakan kasur udara di sebuah apartemen. Namun, sejak saat itu telah berkembang menjadi platform global yang menghubungkan jutaan tuan rumah dan tamu. Suatu platform dapat tumbuh dengan cepat karena dapat dibantu oleh kerja pengembang dan layanan dari luar. Pertumbuhan dan perluasan yang cepat dapat terjadi karena hal ini. Hal ini dapat menghasilkan pangsa pasar yang cukup besar. Misalnya, App Store milik Apple. Ini adalah platform yang memungkinkan programmer untuk membuat dan mendistribusikan program. Dengan demikian, jutaan pengguna di seluruh dunia dapat menggunakan perangkat lunak tersebut. Ekosistem pengguna, pengembang, dan layanan pihak ketiga dihasilkan oleh platform. Platform dapat menciptakan dan bertukar nilai. Hal ini dapat mengarah pada penciptaan bisnis dan layanan baru. Hal ini dapat lebih meningkatkan platform. Misalnya, platform Salesforce memungkinkan pengembangan aplikasi pihak ketiga. Hal ini dapat terintegrasi dengan perangkat lunak manajemen hubungan pelanggannya.

8. Teknopreneur lebih fleksibel

Karena lingkungan teknologi tidak dapat diprediksi, para teknopreneur harus lebih fleksibel daripada pengusaha biasa. Mereka harus mengambil keputusan yang cepat dan sulit. Terkadang mereka harus mengubah keputusan mereka karena perubahan lingkungan teknologi yang cepat. Pendekatan pengembangan tangkas, yang memungkinkan fleksibilitas dan adaptasi terhadap perubahan persyaratan. Pendekatan ini sering digunakan oleh para teknopreneur. Metode ini bertujuan untuk menawarkan perangkat lunak fungsional sesegera mungkin dan mengulanginya berdasarkan masukan pengguna. Spotify, misalnya. Memanfaatkan pengembangan tangkas untuk terus meningkatkan layanan streaming musiknya. Metodologi lean startup menekankan eksperimen dan pembelajaran. Para teknopreneur sering menggunakan metodologi ini. Untuk mendapatkan umpan balik dan wawasan, metode ini memerlukan pengembangan produk minimal yang layak. Kemudian mengujinya dengan pelanggan. Produk dapat diasah dan ditingkatkan berdasarkan umpan balik ini. Dropbox misalnya. Perusahaan ini membangun platform berbagi berkasnya menggunakan metodologi lean startup. Para teknopreneur sering menggunakan inovasi terbuka. Yang memerlukan kerja sama dengan mitra luar untuk

menciptakan konsep dan solusi baru. Metode ini menawarkan lebih banyak fleksibilitas dan akses ke sumber daya dan pengetahuan dari basis eksternal. Strategi inovasi terbuka digunakan oleh Google untuk mengembangkan produk dan layanan baru melalui divisi investasinya, Google Ventures.

G. TECHNOPRENEURSHIP SUKSES

Perkembangan Teknologi memiliki peranan sangat penting terhadap meningkatnya pertumbuhan wirausahawan baru, selain karena lebih efisien dan mudah jenis usaha yang memanfaatkan Teknologi juga tidak terbatas. Banyak bisnis yang awalnya menggunakan metode konvensional beralih menggunakan teknologi sebagai alat dalam menjalankan bisnisnya. Berikut para Technopreneur sukses didunia seperti Elon Musk dengan perusahaan Tesla dan SpaceX. Bill Gates dengan perusahaan Microsoft. Steve Jobs dengan Apple. Mark Zuckerberg dengan Facebook. Jeff Bezos dengan website e-commerce terbesar di dunia yaitu Amazon, Larry Page dengan perusahaan teknologi mesin pencarian di website bernama Google. Zhang Yiming dengan perusahaan media sosial TikTok, Arianna Huffington dengan perusahaan media online bernama The Huffington Post, Larry Ellison dengan perusahaan penyimpanan data Oracle, Reed Hastings dengan perusahaan

Hiburan Netflix, Steve Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim dengan perusahaan hiburan video yang bernama Youtube. Dan masih banyak lainnya. Mereka merupakan Technopreneur sukses didunia dari berbagai jenis usaha yang memanfaatkan teknologi untuk menjalankan bisnisnya.

Ada beberapa jenis usaha yang memanfaatkan teknologi sebagai media dalam menjalankan bisnis diantaranya, yaitu.

1. Hiburan

Industri hiburan telah memberikan banyak contoh transformasi yang awalnya berbasis konvensional ke Penggunaan Teknologi, contoh yang paling umum seperti, Netfilk, youtube, TikTok dan Lain sebagainya

2. Kuliner

Ada banyak contoh penerapan teknologi di dunia industri kuliner. Tidak dipungkiri, teknologi memberikan kemudahan bagi manusia dalam melaksanakan berbagai pekerjaan, termasuk di bidang kuliner. Perkembangan teknologi tersebut bisa dirasakan semua kalangan, sehingga aktivitas yang dilakukan bisa lebih efisien, baik dari segi biaya, waktu, dan tenaga. Contoh bisnis starup dibidang kuliner, Daily Box dengan Daily Meals merupakan restoran daring cepat saji dengan multi brand. Ada lagi seperti Yummy Corp bisnis kuliner berbasis catering yang memiliki aplikasi dengan nama Yummy Box

3. Ritel

Industri bidang ritel saat ini banyak memanfaatkan teknologi sebagai media dalam menjalankan bisnisnya guna memenuhi permintaan konsumen meningkatkan efisiensi, dan membuat pengalaman pelanggan semulus mungkin. Contoh Bisnis dibidang ritel, Amazon, Lazada, Shopee dan lain sebagainya

4. Pendidikan

Dibidang pendidikan teknologi sangat membantu dalam kegiatan proses belajar. Ada beberapa contoh penerapan teknologi untuk kegiatan belajar seperti, e-Learning, Perpustakaan Digital, dan lain sebagainya.

5. Kesehatan

Sesuai namanya, bisnis kesehatan merupakan jenis usaha yang bergerak di dibidang kesehatan. Cakupan usahanya cukup banyak, tidak hanya berfokus pada penjualan Produk, contoh ide bisnis dibidang kesehatan, Telemedicine bisnis yang menawarkan layanan konsultasi kesehatan jarak jauh.

6. Keuangan

financial technology yang dapat diartikan sebagai sebuah teknologi keuangan yang merupakan wujud inovasi pengembangan inovasi di bidang finansial sehingga dapat dilakukan dengan lebih efektif, efisien, dan memudahkan.

Ada beberapa contoh ide Bisnis bidang Financial yaitu. E-Wallet, Payment Gateway

BAB II

KONSEP DASAR IDE DAN PELUANG BISNIS

A. KONSEP PELUANG BISNIS

B I \$ N I \$

Kesempatan adalah peluang untuk memanfaatkan suatu kondisi atau situasi. Kesempatan dapat dikaitkan dengan berbagai kondisi dan situasi baik dalam karier, bisnis dan lain-lain. Kesempatan merupakan hal yang membedakan antara pemimpin sejati, pemenang, dan orang yang mudah menyerah. Peluang bisnis merupakan peluang untuk memanfaatkan suatu kejadian di pasar untuk mendapatkan keuntungan bisnis. Inilah yang membuat beberapa bisnis berhasil sementara yang lainnya banyak yang mengalami kegagalan. seorang *entrepreneur* yang berhasil akan berhasil karena kemampuan melihat peluang sebelum orang lain melihatnya, membuat rencana lalu melakukan aksi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Dalam bisnis, peluang merupakan kunci kesuksesan. Tanpa peluang,

bisnis tidak dapat dimulai, berkembang, atau berhasil. Tujuan utama dari suatu peluang adalah untuk menjadi dasar bagi tindakan apa pun yang menghasilkan laba dan pertumbuhan bisnis. Peluang memungkinkan bisnis untuk menciptakan dan menerapkan ide dan inovasi serta meningkatkan kinerja. Dan hanya orang-orang yang melihat peluang sejak dini yang dapat memanfaatkannya sebaik-baiknya dan memanfaatkannya. Ada beberapa poin mengapa peluang bisnis itu penting. Diantaranya, yaitu :

1. Peluang Membangun usaha

Peluang usaha bisa berupa permasalahan yang ada namun belum terpecahkan di pasar, atau permasalahan baru yang muncul akibat tren yang ada, yang merupakan peluang membangun usaha.

2. Peluang untuk menghindari kegagalan

Sebuah bisnis kemungkinan besar akan gagal tanpa peluang. Hal ini karena peluang sangat penting untuk menerapkan ide dan inovasi yang dapat membuat bisnis menjadi sukses. Peluang memungkinkan bisnis untuk mengambil keputusan yang tepat pada waktu yang tepat.

3. Peluang untuk berkembang

Peluang memungkinkan bisnis untuk menciptakan dan menerapkan ide serta inovasi. Peluang juga merupakan peluang untuk meningkatkan kinerja dengan memecahkan

masalah yang ada dengan lebih baik, menyediakan proposisi nilai yang lebih baik kepada pasar sasaran, dan membangun model bisnis yang lebih efisien

4. Peluang untuk memaksimalkan keuntungan

Peluang bisnis melibatkan kondisi menguntungkan yang dapat digunakan untuk meningkatkan keuntungan. Kondisi tersebut termasuk namun tidak terbatas pada ketersediaan sumber daya, adanya permintaan pasar, dan adanya persaingan yang menguntungkan. Tujuannya adalah untuk menemukan solusi yang berpotensi memaksimalkan keuntungan sekaligus memecahkan masalah

B. PERBEDAAN PELUANG DAN USAHA

Peluang usaha berbeda dengan ide usaha, ide usaha didapat berdasarkan pada peluang usaha. Peluang bisnis diidentifikasi ketika perusahaan menemukan masalah atau kendala di pasar yang ada, kebutuhan yang belum dimanfaatkan, teknologi yang belum dimanfaatkan, umpan balik pelanggan, riset pasar, dan sumber informasi lainnya. Sedangkan ide usaha atau ide bisnis biasanya diciptakan melalui pemikiran kreatif oleh wirausahawan yang mencoba memanfaatkan peluang bisnis dengan mencari cara untuk memecahkan masalah tertentu. Ada lima point perbedaan ide dan peluang usaha.

1. Ide tidak memiliki nilai, sedangkan peluang memiliki nilai

2. Ide akan menginspirasi sedangkan peluang membutuhkan aksi
3. Ide dapat dikerjakan sekaligus namun sebaiknya fokus pada satu atau dua kemungkinan saja.
4. Saat berhadapan dengan ide, seseorang bisa bermimpi dan merenung. Namun saat menghadapi peluang, bersiaplah untuk mengukur dan menghitung.

Seorang Investor tidak menginvestasikan uangnya hanya pada ide. Mereka akan melakukannya untuk mendanai peluang.

C. CIRI-CIRI PELUANG USAHA

Peluang bisnis merupakan inti dari setiap bisnis yang sukses. Peluang membantu mengidentifikasi masalah dan menciptakan solusi yang berpotensi membantu bisnis berkembang. Ada beberapa peluang bisnis yang baik, diantaranya, yaitu :

1. **Kejelasan** Peluang yang baik harus memiliki sifat yang jelas, terdefinisi dengan baik, dan lugas. Peluang yang baik memungkinkan bisnis untuk mengidentifikasi masalah secara akurat dan lengkap serta menciptakan solusi yang dapat memaksimalkan potensi yang ada.
2. **Relevansi** Peluang yang baik relevan dengan skenario yang ada. Peluang tersebut memberikan nilai tambah bagi pelanggan, pasar, dan industri. Ini berarti peluang tersebut tidak hanya mewakili potensi tetapi juga relevansi untuk

memecahkan masalah yang ada atau menciptakan nilai tambah bagi orang lain.

3. **Kelayakan** Peluang yang baik bersifat realistis dan layak. Peluang tersebut membantu bisnis mencapai tujuan sekaligus membuatnya lebih efisien, produktif, dan menguntungkan.
4. **Menguntungkan** Peluang yang baik mampu memberikan keuntungan atas investasi. Peluang tersebut mampu mencapai tujuannya sambil memanfaatkan sumber daya, strategi, dan aset yang tersedia secara lebih efisien.
5. **Skalabilitas** Peluang yang baik adalah peluang yang skalabilitasnya dapat ditingkatkan. Ini berarti peluang tersebut dapat diperluas ke skala yang lebih besar atau lebih luas. Peluang tersebut dapat menjangkau berbagai pasar dan industri sekaligus memaksimalkan hasil investasi dalam hal waktu, sumber daya manusia, dan uang.

D. JENIS PELUANG USAHA

Ada berbagai jenis peluang bisnis, masing-masing berfungsi sebagai dasar untuk keputusan penting yang membantu bisnis menjadi sukses. Berikut ini beberapa contohnya:

1. **Peluang pasar baru:** Peluang pasar baru melibatkan pasar yang belum dimanfaatkan, yang memberikan peluang bisnis untuk menciptakan dan menerapkan ide dan inovasi tanpa menghadapi banyak persaingan.

2. Peluang sumber daya yang belum dimanfaatkan: Peluang sumber daya yang belum dimanfaatkan adalah jenis peluang bisnis yang melibatkan sumber daya yang kurang dimanfaatkan atau belum dieksploitasi yang dapat digunakan untuk menciptakan nilai tambah.
3. Peluang permintaan yang ditekan: Peluang permintaan yang ditekan memanfaatkan permintaan yang ada yang tidak dapat dipenuhi oleh penawaran saat ini. Misalnya, Uber memanfaatkan permintaan yang ditekan untuk sistem taksi sesuai permintaan di industri taksi yang ada.
4. Peluang teknologi: Peluang teknologi adalah jenis peluang bisnis yang memungkinkan bisnis memperkenalkan teknologi baru yang dapat digunakan di pasar yang ada.
5. Peluang kompetitif: Peluang kompetitif memungkinkan bisnis untuk memperkenalkan produk atau layanan baru yang dapat memberikan nilai lebih dari pesaing mereka sambil memecahkan masalah pasar sasaran dengan lebih baik.

Peluang kemitraan strategis: Peluang kemitraan strategis melibatkan kesempatan untuk berkolaborasi dengan bisnis dari industri pelengkap, yang memungkinkan mereka mengakses sumber daya baru, memperkuat penawaran produk mereka, dan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka .

BAB III

BISNIS DIGITAL

A. PENGERTIAN BISNIS

Secara umum, bisnis (business) tidak terlepas dari kegiatan produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas dalam bisnis pada umumnya punya tujuan menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan keuntungan bagi pelaku bisnis atau bisnismen (businessman) itu sendiri.

Secara ilmu ekonomi, bisnis merupakan suatu usaha yang menjual barang atau jasa kepada konsumen, untuk mendapatkan keuntungan. Secara bahasa kata bisnis diambil dari bahasa Inggris yaitu *business*, diawali dengan kata *busy* yang memiliki arti "sibuk". Sibuk dalam artian adalah sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Atau bisnis dalam arti luas yaitu semua kegiatan atau aktivitas oleh perusahaan atau pemasok barang dan jasa. Secara sederhana, bisnis merupakan semua kegiatan dan aktivitas yang dilakukan sendiri atau kelompok yang terorganisasi untuk mendapatkan keuntungan dengan cara menyediakan produk barang maupun jasa sesuai apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

B. PENGERTIAN DIGITAL



Secara etimologis istilah Digital berasal dari bahasa Yunani yaitu “digitus” yang memiliki arti jari jemari tangan ataupun kaki manusia yang berjumlah 10. Dengan demikian nilai 10 tersebut terdiri atas 2 radix, yakni 1 dan 0. Demikianlah asal lahirnya istilah digital di dalam bilangan biner. Digitalisasi atau yang lebih dikenal digital merupakan suatu bentuk perubahan dari teknologi mekanik dan analog ke dalam teknologi berbasis digital. Lahirnya istilah digitalisasi ini di mulai pada tahun 1980 dan terus berlanjut hingga sekarang. Era digital mulai hadir karena adanya revolusi yang awalnya dipicu oleh suatu generasi remaja yang lahir di tahun 80 an. Kehadiran digitalisasi ini menjadi awal mula era informasi digital atau perkembangan teknologi yang saat ini jauh lebih modern. Digital merupakan suatu bentuk dari modernisasi ataupun pembaharuan dari teknologi dengan hadirnya internet dan teknologi komputer. Dimana hampir seluruh pekerjaan dilakukan dengan suatu peralatan yang canggih yang mampu mempermudah urusan

manusia. Perkembangan era digital yang saat ini tidak terjadi begitu saja, melainkan melalui proses yang panjang dan membutuhkan waktu yang cukup lama.

Digital menggambarkan teknologi elektronik yang dapat menyimpan dan memproses data dalam bentuk status positif dan nonpositif. dinyatakan positif dengan representasi angka 1 dan nonpositif representasi dengan angka 0. maka Dengan demikian, data yang dikirimkan atau disimpan dengan teknologi digital dinyatakan sebagai rangkaian angka 0 dan 1. Setiap digit status ini disebut dengan istilah bit, rangkaian bit yang dapat dialamatkan oleh komputer secara individual menjadi suatu kelompok disebut byte. Tidak sampai disitu istilah Kata digital juga dapat secara lebih luas berlaku untuk apa pun yang direpresentasikan atau diproses melalui teknologi digital, seperti realitas virtual, buku audio, musik digital, aplikasi seluler, seni digital, komunikasi digital, media digital, podcast, dan pemasaran digital

C. PERKEMBANGAN BISNIS DIGITAL

Perkembangan Bisnis pada saat ini sangat pesat bisnis di era modern mengalami transformasi yang sangat signifikan, dengan pesatnya kemajuan teknologi membuka berbagai pintu peluang dan tantangan baru sehingga memicu perubahan dalam berbagai aspek kehidupan tidak terkecuali dunia bisnis, dalam kontek

perpaduan antara bisnis dan teknologi tidak bisa terlepas dari sistem manajemen perangkat lunak (*software management system*). sistem manajemen berbasis perangkat lunak menjadi peran kunci utama dalam membantu bisnis menghadapi perubahan yang begitu cepat.

Pesatnya perkembangannya bisnis saat ini telah mengarah pada konversi atau representasi data, informasi, dan proses bisnis ke dalam bentuk digital. Dalam hal bisnis, ini mencakup penerapan teknologi digital untuk mengoptimalkan operasi, meningkatkan efisiensi, dan menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan. Di tengah pesatnya adopsi teknologi terutama dalam perkembangan bisnis berbasis digital yang sangat positif, ada beberapa faktor yang mempengaruhi transformasi bisnis berbasis digital, antara lain. Yaitu : E-commerce dan Perubahan Pola Konsumsi, pengadopsian Teknologi Cloud Computing, Privasi Data dan Keamanan Siber, Inovasi, Kolaborasi dan Mobilitas, Analisis Data untuk Keputusan. Selain itu ada peran penting Sistem Manajemen Software dalam Transformasi Bisnis, yaitu :

1. Integrasi Proses Bisnis yang Seamless

Dengan menggunakan Sistem Manajemen Software akan mengintegrasikan berbagai aspek bisnis dalam satu platform yang terpadu. Ini memungkinkan alur kerja yang lebih mulus, meminimalkan kesalahan manusia dan mengurangi

waktu yang dibutuhkan untuk mentransfer informasi antara komponen

2. Pemantauan Real-time dan Analisis Data

Dengan adanya fitur pemantauan secara real-time, perusahaan dapat mengikuti perkembangan bisnis secara langsung. Informasi tersebut dapat digunakan untuk analisis data yang lebih mendalam, memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat.

3. Pengelolaan Pelanggan yang Lebih Baik

Dengan bantuan Sistem Manajemen Software akan memungkinkan perusahaan untuk mempelajari dan mengelola interaksi dengan konsumen secara lebih efektif. Informasi tentang preferensi dan riwayat transaksi konsumen dapat membantu dalam memberikan layanan yang lebih personal dan relevan.

4. Efisiensi Operasional yang Maksimal

Dengan sistem otomatisasi berbagai tugas dan aktifitas, perusahaan dapat mencapai efisiensi operasional yang lebih tinggi. Ini tidak hanya mengurangi biaya, tetapi juga meningkatkan produktivitas para karyawan

5. pengambilan Keputusan Berbasis Data

Dengan Analisis data yang diperoleh dari Sistem Manajemen Software akan menambah wawasan yang berharga untuk pengambilan keputusan. Dengan pemahaman yang lebih

baik tentang tren pasar dan preferensi pelanggan, perusahaan dapat merencanakan strategi bisnis yang lebih efektif dikemudian hari.

D. MODEL BISNIS DIGITAL

Model bisnis digital adalah model yang memungkinkan bisnis menciptakan nilai dan menghasilkan pendapatan secara daring atau melalui cloud. Model bisnis ini memanfaatkan perangkat lunak untuk menawarkan produk, layanan, dan pengalaman kepada pelanggan tanpa perlu kehadiran fisik. Tren pertumbuhan model bisnis digital pada tahun 2020-an mencerminkan lanskap yang dinamis dan berkembang pesat. Sejak lahirnya platform SaaS pertama (Salesforce) pada tahun 1999 dan pertumbuhan berkelanjutan seperti e-commerce, ekonomi berlangganan, dan Revolusi Industri Keempat, transformasi digital bahkan telah mengubah cara kerja model bisnis tradisional.

Meskipun sebagian besar entrepreneur kini memiliki pemahaman dasar tentang teknologi seperti Kecerdasan Buatan, Pembelajaran Mesin, Big Data, IoT, dan Digitalisasi/Transformasi Digital, terkadang masih ada kebingungan tentang cara kerja model bisnis digital. Cara-cara baru dalam berbisnis ini merupakan salah satu model bisnis yang paling disruptif di zaman kita, yang didorong oleh teknologi dan kekuatan jaringan.

Seperti yang kita ketahui, penggerak model bisnis ini bukanlah teknologi. Faktanya, teknologi hanya memiliki peran sekunder. Seperti dalam ekosistem digital, model bisnis digital hanya melayani pengalaman pelanggan. Jadi, kita harus bertanya pada diri sendiri satu hal: Bagaimana kita dapat menciptakan nilai bagi pelanggan saat menggunakan perangkat digital seperti platform, aplikasi, situs web, dan lainnya. Kekuatannya terletak pada akses langsung ke pelanggan dan data. Anda dapat langsung memberikan penawaran Anda ke tangannya, Anda mengirimkan pesan ke sakunya dan dia dapat segera mengonsumsi produk Anda karena produk tersebut mudah ditransfer dan dikonsumsi secara digital. Hal penting lainnya yang perlu disebutkan adalah bahwa layanan digital mudah dibuat, diduplikasi, dan diotomatisasi. Ini berarti bahwa sebagian besar tidak ada biaya besar yang terlibat ketika Anda meningkatkan skala bisnis Anda ke lebih banyak pelanggan. Sebaliknya, inilah titik manis dari model bisnis digital, model tersebut dapat ditingkatkan skalanya tanpa usaha ekstra Anda dapat menjual produk Anda 100 kali atau lebih dari 1 juta kali dan itu tidak membuat Anda kesulitan.

E. JENIS BISNIS DIGITAL

Perkembangan digital memunculkan banyaknya model bisnis baru yang semakin beragam dan adaptif. Dengan berbagai teknologi seperti Penjualan Produk secara Online, pembayaran,

langganan, dan lain sebagainya membuat bisnis juga bisa mengeksplorasi peluang-peluang lain di dunia digital. Bisnis berbasis digital ini pun menghasilkan keuntungan dengan lebih modern menggunakan satu atau berbagai macam model bisnis digital seperti layaknya startup.

Jenis bisnis Digital yang bagus adalah salah satu faktor utama dalam keberhasilan bisnis berbasis Digital. Jenis bisnis berbasis digital ini seringkali muncul dari adaptasi bisnis lama yang adaptif di era digital. Terdapat banyak jenis model bisnis dalam dunia digital, namun secara sederhana kita akan mengklasifikasikan hal tersebut dalam beberapa jenis bisnis berbasis Digital, yaitu:

1. Marketplace

Jenis bisnis ini pada intinya menghubungkan penjual dan pembeli pada satu tempat. Brokerage atau lebih modern disebut marketplace akan mendapatkan keuntungan dari biaya layanan penggunaan platform, komisi penjualan, maupun jasa iklan untuk penjual. Jenis bisnis ini mengarahkan upaya bisnis untuk mengumpulkan sebanyak-banyaknya penjual dan pembeli. Contoh yang paling umum di Indonesia seperti: Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lain sebagainya.

2. Advertising

Jenis bisnis ini menghubungkan para pemasang iklan dengan pemilik media. Dalam digital, seringkali pemilik media juga mempunyai model bisnis advertising untuk menyediakan iklan langsung ke platformnya. jenis bisnis ini mendapatkan keuntungan dari persentase komisi menjual iklan, atau biaya iklan jika memiliki platform media. Jenis ini mengandalkan banyaknya pengguna yang bisa diberi iklan oleh para pemasang iklan. Contoh perusahaan yang menggunakan jenis ini adalah Google dengan Google Ads, Facebook dan Instagram dengan Facebook Ads, serta beberapa marketplace seperti Shopee dengan Shopee Iklanku.

3. E-Commerce

Electronic commerce atau e-commerce adalah suatu proses terjadinya transaksi jual beli yang dalam prakteknya dilakukan secara online melalui media elektronik. Dalam dunia perdagangan, e-commerce menawarkan banyak perubahan. Proses jual beli tidak lagi membutuhkan pertemuan tatap muka seperti pada toko konvensional. Penjual dan pembeli hanya perlu melakukan proses transaksi online. Transaksi terjadi secara lebih efisien dan cepat, apalagi dengan integrasi berbagai sistem pembayaran yang semakin dimudahkan dengan adanya teknologi API. Sekarang pembeli, misalnya, dapat memilih pembayaran

transaksi dengan mudah tanpa harus transfer ke bank lain, yaitu melalui virtual account. Saat ini, sarana e-commerce adalah bukan hanya lewat telepon dan televisi saja, tetapi kini lebih sering menggunakan internet. Sebagian orang salah mengartikan antara marketplace dengan e-commerce dan menganggap keduanya sama. Padahal, pengertian e-commerce berbeda dengan marketplace. Marketplace merupakan salah satu model dari e-commerce yang bertindak sebagai perantara antara pembeli dan penjual. Contohnya seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan lain-lain. Jadi, marketplace bukan merupakan aktivitas jual belinya, melainkan perantara yang mempertemukan penjual dengan pembeli secara online.

4. Konsultasi dan Layanan Digital

Model bisnis layanan digital melibatkan penawaran berbagai layanan konsultasi, konsultasi, atau layanan teknis khusus kepada klien. Ini dapat mencakup:

- a. Desain dan pengembangan web
- b. Pemasaran digital
- c. Optimasi mesin pencari (SEO)
- d. Manajemen media sosial
- e. Pembuatan konten

Salah satu keuntungan utama model ini adalah Anda dapat mempersonalisasikannya sesuai kebutuhan dan tujuan

spesifik klien Anda, menjadikannya pilihan yang lebih menguntungkan dibandingkan konsultasi atau layanan tradisional, Meski begitu, fakta bahwa Anda dapat memulainya dari mana saja (dengan modal kecil atau tanpa modal) menjadikannya ruang yang sangat kompetitif. Agar berhasil, Anda harus menonjol dengan menawarkan layanan berkualitas dan khusus serta terus meningkatkan keterampilan Anda.

5. Subscription

Jenis bisnis ini membebankan biaya tertentu kepada konsumen sebagai ganti untuk menggunakan layanan yang ditawarkan. Semakin banyak pengguna yang dimiliki maka semakin besar penghasilan yang didapatkan. Contoh perusahaan yang menjalankan model bisnis ini adalah Netflix, Spotify, dan lainnya

F. MANFAAT BISNIS DIGITAL

Di balik cepatnya perkembangan bisnis digital, sudah barang tentu ada beberapa faktor yang melatarbelakanginya. Dengan kian banyaknya penggemar bisnis di bidang ini membuktikan banyaknya manfaat yang didapat. Adapun beberapa manfaat bisnis digital adalah sebagai berikut :

1. Keuntungan Yang Meningkat

Dengan menerapkan strategi bisnis digital yang tepat dapat meningkatkan keuntungan perusahaan melalui terbukanya lebih banyak akses baik untuk penjualan maupun pengembangan pasar. Hal ini berlaku bagi bisnis dengan usaha rintisan maupun perusahaan yang sudah lama melakukan digitalisasi pada setiap aspeknya.

2. Mudah dalam Analisis Data

Dengan adanya Transformasi digital terbukti dapat memudahkan proses pengumpulan dan analisis data yang dibutuhkan pebisnis untuk mengembangkan usaha, di mana informasi tersebut tentu akurat karena sudah sesuai dengan kebiasaan konsumen

3. Penerapan Digitalisasi Produk dan Layanan

Menerapkan dan meningkatkan Digitalisasi produk dan layanan penting untuk memenuhi setiap aspek kebutuhan konsumen yang menginginkan hal yang instan dan mudah diakses.

4. Dukungan Terhadap Pengalaman Konsumen

Dengan Kemajuan teknologi yang sangat pesat sangat membantu perusahaan dalam meningkatkan pengalaman konsumen dengan memudahkan interaksi dan menyediakan layanan real time dan tepat sasaran.

5. Meningkatkan Operasional Perusahaan

Penggunaan teknologi digital dalam operasional perusahaan akan mendukung pegawai untuk memberikan hasil kerja yang lebih baik sesuai harapan.

G. KEUNGGULAN BISNIS DIGITAL

Selain berbagai manfaat yang didapatkan dari bisnis digital seperti pada penjelasan sebelumnya, ternyata bisnis digital merupakan metode yang juga memiliki sejumlah kelebihan. Adapun beberapa kelebihan bisnis digital adalah sebagai berikut:

1. Konsumen Memiliki Alternatif Pilihan

Dengan bisnis digital, konsumen memiliki alternatif pilihan sehingga mereka dapat menggunakan jasa atau membeli barang dari suatu bisnis secara online. Selain itu, konsumen juga dapat memperoleh informasi dengan mudah dari mana saja tanpa perlu datang langsung.

2. Modal yang Minim

Bisnis digital sering kali tidak membutuhkan modal yang besar, dan bahkan dapat dilakukan tanpa modal. Seperti menjadi konten kreator, penulisan artikel blog, dan sebagainya.

3. Memperluas Segemntasi Pasar

Dengan bisnis digital, perusahaan dapat menjangkau lebih banyak konsumen dengan tanpa batas, mengingat, hampir semua orang sudah menggunakan internet untuk berbagai

keperluan. Hal ini tentu akan memudahkan para pengusaha untuk memperluas cakupan bisnis dan menarik lebih banyak konsumen

4. Inovasi

Bisnis digital dapat mendorong para pengusaha untuk melakukan inovasi terbaru yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan demikian, para pengusaha pun dapat mencari potensi bisnis lainnya secara digital yang bisa dieksplorasi lebih lanjut untuk menunjang kemajuan perusahaan.

BAB IV

PEMASARAN BISNIS DIGITAL

A. TRANSFORMASI BISNIS DIGITAL

Transformasi digital melibatkan penggabungan strategis teknologi mutakhir ke dalam prosedur bisnis yang ada. Tujuan utamanya adalah untuk mengubah proses yang sudah ketinggalan zaman, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menumbuhkan inovasi untuk masa depan. Jalan menuju transformasi digital beragam, dengan memanfaatkan berbagai sumber daya dan teknologi. Seperti perangkat analisis data, dan perangkat lunak otomatisasi proses dianggap lebih standar, AI dan mesin pembelajaran, layanan pelanggan, dan pengambilan keputusan. 4 jenis transformasi digital yang banyak digunakan.

1. Transformasi Model Bisnis

Transformasi model bisnis merupakan skenario di mana perusahaan berupaya mengubah segmen bisnisnya dengan mendigitalkan produk atau layanan yang secara tradisional dilakukan melalui cara-cara alternatif. Proses ini memperhatikan inovasi dan mendorong pemikiran di luar batasan konvensional untuk meningkatkan hasil bisnis secara keseluruhan. Perusahaan biasanya memulai transformasi model bisnis saat para pemimpin mengidentifikasi peluang

untuk mengubah cara konsumen memperoleh atau memanfaatkan suatu produk atau layanan. Hal ini juga dapat dipicu oleh langkah strategis pesaing pasar, yang mendorong perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan tren serupa. Faktor penting yang perlu dipertimbangkan selama transformasi model bisnis adalah menghindari reaktivitas berlebihan, serta potensi kebutuhan untuk merekrut karyawan dengan keahlian baru atau menyediakan pelatihan ulang bagi tenaga kerja yang ada. Contoh dari Transformasi Bisnis ini adalah Netflix. Dimana pada awal tahun 2000-an industri hiburan bertengger pada Televisi dan DVD tradisional, saat itu Netflix merupakan bagian dari industri tersebut sebagai layanan penyewaan DVD melalui pos. Namun, seiring dengan semakin populernya teknologi streaming, perusahaan tersebut melihat peluang untuk mendefinisikan ulang cara pemirsa mengonsumsi konten. Pada tahun 2007, Netflix memperkenalkan layanan streamingnya, yang memungkinkan pelanggan menonton konten sesuai permintaan, yang memberi mereka fleksibilitas yang belum pernah ada sebelumnya. Mereka juga memperluas layanan mereka secara global, melampaui batas negara dan menjangkau pemirsa di lebih dari 190 negara. Selain itu, mereka memanfaatkan analisis data untuk menganalisis

preferensi pengguna, memberikan rekomendasi konten yang dipersonalisasi, dan merangkul fenomena menonton maraton dengan merilis seluruh musim sekaligus, yang memungkinkan pengguna mengonsumsi konten sesuai keinginan mereka

2. Transformasi Domain Bisnis

Transformasi domain melibatkan upaya melampaui batasan konvensional yang saat ini menentukan pasar dan potensi suatu merek – pada dasarnya ketika para pemimpinnya memutuskan untuk merambah pasar baru. Suatu perusahaan mungkin mengalami transformasi domain jika telah mengembangkan perangkat lunak untuk mengotomatiskan proses dan memutuskan untuk memasarkan perangkat lunak ini ke perusahaan lain, sehingga menciptakan aliran pendapatan baru. Selain itu, motivasi seperti tantangan dari pesaing atau teknologi yang membuat rencana bisnis saat ini sulit dipertahankan juga cukup umum. Contoh Transformasi Domain Bisnis yaitu Amazon. raksasa ritel daring yang satu ini terlihat jelas perjalanannya. Sebelum tahun 2002, Amazon hanya melakukan aktifitas penjualan musik dan video, tetapi kemudian mereka memasuki domain pasar baru dengan Amazon Web Services (AWS). Yang memudahkan Amazon terjun ke ranah ini adalah kemampuan digitalnya. mereka mengembangkan sistem

penyimpanan, komputasi otomatis, dan basis data untuk mendukung bisnis utamanya yaitu dibidang ritel. Hal ini, didukung dengan jaringan dan hubungan hubungan yang baik dengan banyak perusahaan berkembang yang membutuhkan layanan komputasi, sehingga membuka jalan bagi keberhasilannya di kemudian hari. Kini, AWS adalah layanan komputasi berbasis cloud dan infrastruktur terbaik didunia

3. Transformasi Proses Bisnis

Transformasi proses bisnis bertujuan untuk menyederhanakan dan meningkatkan operasi internal – merampingkan waktu pemrosesan, mengurangi biaya, dan meminimalkan kesalahan. Hal ini biasanya melibatkan otomatisasi prosedur manual melalui investasi pada perangkat lunak baru. Dan meskipun memperkenalkan sistem baru mungkin menarik, para pemimpin juga harus mempertimbangkan berbagai faktor sebelum menerapkan aplikasi baru. Misalnya, mereka perlu menilai jadwal penerapan, strategi manajemen perubahan, dan urgensi perubahan. Selain itu, transformasi ini dapat berdampak pada vendor dan pelanggan eksternal. Revisi pada proses seperti pembayaran tagihan dapat mengubah cara faktur diajukan, sehingga memerlukan manajemen perubahan yang efektif baik bagi karyawan internal maupun pemangku

kepentingan eksternal. Contoh dari Transformasi Proses Bisnis ini adalah perusahaan raksasa Cepat Saji McDonald's. Pada tahun 2010-an McDonald's melakukan transformasi besar-besaran dengan meningkatkan pengalaman pelanggan mereka dengan cara merangkul digitalisasi. Setelah beberapa tahun melakukan konseptualisasi dan pengembangan, akhirnya McDonald's meluncurkan aplikasi berbasis seluler pada tahun 2015, yang memungkinkan pelanggan untuk menelusuri menu, menyesuaikan pesanan, dan melakukan pembayaran dari ponsel mereka. Hal ini tidak hanya menyederhanakan proses pemesanan tetapi juga memperkenalkan tingkat personalisasi yang baru.

4. Transformasi Cloud

Apakah itu transformasi cloud? Transformasi cloud pada dasarnya membantu organisasi dalam mentransisikan sistem informasi mereka ke lingkungan komputasi cloud. Proses ini dapat terwujud dalam berbagai cara – misalnya, sebuah perusahaan dapat memilih untuk mentransfer seluruh infrastrukturnya ke cloud atau memilih untuk memigrasikan hanya aplikasi, data, atau layanan tertentu. Cloud memberikan banyak keuntungan, seperti berbagi dan penyimpanan data yang lebih efisien, waktu pemasaran yang lebih cepat, serta skalabilitas dan fleksibilitas organisasi yang lebih baik. Strategi transformasi cloud dapat bervariasi

– beberapa organisasi memilih cloud publik, memanfaatkan pusat data pihak ketiga yang dikelola oleh penyedia cloud; yang lain membangun infrastruktur komputasi cloud mereka secara internal, yang dikenal sebagai cloud privat. Dan ada juga pendekatan ketiga – banyak yang mengadopsi kombinasi kedua model, yang menghasilkan cloud hibrida untuk infrastruktur mereka. Contoh penerapan Transformasi cloud seperti Universitas Bristol. Dengan visi untuk memperluas aksesibilitas pendidikan, para pejabat di Universitas Bristol berupaya memanfaatkan perangkat digital. Dengan Sasarannya adalah melayani khalayak yang lebih luas, menjangkau lebih dari 28.000 mahasiswa yang menghadiri kelas tatap muka setiap tahun. dengan tujuan tersebut, para pemimpin di universitas ini memilih solusi teknologi berbasis awan, yang menjadi dasar bagi dunia pendidikan berbasis daring. Keputusan ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik komersial dan menawarkan kebebasan kepada para pelajar untuk mengikuti pembelajaran di mana pun mereka berada. Pembelajaran berbasis daring diperkenalkan tidak hanya membuat pendidikan dapat diakses di seluruh dunia tetapi juga memfasilitasi kolaborasi dengan badan-badan internasional. Hal ini meningkatkan kemampuan penelitian universitas dan memperkuat kemitraan dengan berbagai organisasi.

B. DIGITAL MARKETING

1. Strategi Digital Marketing

Strategi digital marketing merupakan bentuk perencanaan untuk memanfaatkan berbagai saluran digital guna mencapai tujuan dari bisnis. Berbagai Strategi dapat menggunakan berbagai metode baik gratis maupun berbayar, tergantung pada tujuan dan anggaran bisnis yang ada. Strategi digital marketing berbayar memungkinkan bisnis Anda untuk menjangkau lebih banyak pasar dengan lebih cepat, namun membutuhkan biaya yang cukup tinggi. Sementara strategi digital marketing gratis tidak membutuhkan biaya, namun akan membutuhkan waktu lebih lama untuk membuahkan hasil. Ada banyak sekali strategi digital marketing yang dapat Anda gunakan. Namun, berikut beberapa strategi yang umum digunakan untuk mengembangkan bisnis di era digital:

a. Search Engine Optimization (SEO)

Metode SEO merupakan metode untuk meningkatkan peringkat website di mesin pencari secara. Dengan menggunakan metode ini dapat mengoptimalkan konten situs web agar lebih mudah ditemukan oleh konsumen saat mencari produk atau layanan yang relevan dengan bisnis yang dimiliki.

- b. Search Engine Marketing (SEM)
Metode Search Engine Marketing (SEM) untuk melibatkan penggunaan iklan berbayar dengan tujuan untuk muncul di hasil mesin pencarian
- c. Social media marketing
Dengan semakin banyaknya pengguna media sosial dan yang diiringi dengan munculnya berbagai media sosial merupakan peluang untuk mempromosikan produk atau layanan bisnis
- d. Email Marketing
Metode ini menggunakan email sebagai promosi produk, cara kerja metode ini adalah dengan notifikasi email. Tujuan dari metode ini adalah untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan memberikan konten informatif. Metode ini cukup efektif untuk selalu berhubungan dengan pelanggan.
- e. Content marketing
Metode ini merupakan strategi yang berfokus pada pembuatan konten berupa tulisan, video, infografis, atau konten yang berkualitas lainnya, dengan tujuan untuk menarik perhatian dan mempertahankan konsumen.

2. Manfaat Digital Marketing

Di era kemajuan teknologi yang terus berkembang, banyak dampak pada perubahan metode pemasaran yang semula bersifat klasik dan konvensional, kini mulai beralih ke panggung digital. Ada beberapa manfaat menggunakan Digital Marketing dalam menjalankan bisnis yaitu:

a. Jangkauan pasar lebih luas

Dengan menggunakan Digital marketing memungkinkan bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan tidak terbatas oleh lokasi. Dengan kata lain produk akan dikenal dan dapat diakses oleh konsumen dari seluruh dunia, Meningkatnya jangkauan ini juga memungkinkan bisnis untuk menargetkan segmentasi pasar yang lebih spesifik

b. Biaya yang Efisien

Salah satu keuntungan dan manfaat terbesar dari menggunakan digital marketing adalah efisiensi pada biaya jika dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional, digital marketing menawarkan biaya yang jauh lebih murah dengan potensi jangkauan yang lebih luas. Dengan efisiensi pada biaya sangat menguntungkan bagi para pelaku bisnis kecil hingga menengah. digital marketing juga menyediakan alat

dan platform yang memungkinkan bisnis untuk mengukur kinerja promosi secara real-time.

c. Akses yang mudah

Dengan adanya digital marketing, informasi akan manfaat tentang produk akan dapat diakses oleh konsumen kapan saja dan dari mana saja. Artinya, bisnis akan terus berinteraksi dengan konsumen mereka di luar jam kerja yang normal. Penggunaan Saluran pemasaran online seperti website, media sosial, dan platform digital lainnya memudahkan konsumen untuk menemukan dan mempelajari lebih lanjut tentang produk. Dalam banyak kasus, hal ini dapat membantu mempercepat proses pengambilan keputusan saat konsumen tersebut akan melakukan pembelian.

d. Pemasaran berbasis data

Keputusan untuk menggunaan pemasaran dalam bentuk digital marketing seringkali didasarkan pada data dan analisa yang akurat. memungkinkan bisnis untuk memahami perilaku dan preferensi konsumen dengan lebih baik, serta mengevaluasi kinerja kampanye pemasaran secara lebih objektif. Lewat data yang dimiliki bisnis dapat membuat keputusan yang lebih tepat dan meningkatkan strategi pemasaran berbasis online secara keseluruhan.

e. Interaksi dengan Konsumen

Dengan Digital marketing manfaat yang paling langsung dirasakan adalah terbangunnya hubungan antara konsumen dan pemilik bisnis. Lewat promosi yang ada di media sosial, penggunaan email marketing, dan berbagai bentuk komunikasi digital lainnya, bisnis dapat secara langsung berinteraksi dengan konsumen. Hal ini bermanfaat terutama untuk menerima feedback, dan menjawab pertanyaan atau kekhawatiran konsumen secara real-time.

f. Membangun Reputasi dan Branding

Mendeikripsikan produk dengan melakukan kegiatan yang menghubungkan suatu produk dengan nama dan simbol tertentu agar dapat dikenal orang lain. Cara ini dengan menggunakan sarana membangun merek, menarik perhatian, serta membuat bisnis semakin menonjol di tengah berbagai usaha serupa lainnya. Adapun Caranya anda dapat membuat beberapa akun media sosial dengan desain yang mencerminkan tema bisnismu. Dengan menerapkan gambar dan logo bisnis pada foto profil serta header. memBuat postingan dengan gaya bahasa yang cocok dengan target pasar yang diinginkan. juga bisa menggunakan media lain untuk memasarkan merek yang dimiliki, misalnya video

pendek yang menarik dan menampilkan produk, lalu menampilkannya diberbagai platform media sosial yang dimiliki.

3. Kelebihan Digital Marketing

Ketika akan melakukan transformasi penjualan maupun promosi produk dari bentuk konvensional ke bentuk digital, perlu diketahui beberapa kelebihan dari penggunaan digital marketing yaitu.

a. Hemat Biaya

Keuntungan pertama yang di dapatkan dalam penerapan strategi digital marketing adalah hemat biaya. tidak perlukannya anggaran biaya yang besar untuk melaksanakannya. Bahkan, ada banyak pilihan platform yang memungkinkan untuk menjalankan strategi pemasaran digital secara gratis. Dibandingkan dengan penerapan strategi pemasaran konvensional, biaya yang perlu di keluarkan dalam strategi digital marketing relatif lebih hemat. Bahkan, penghematan biaya yang dapatkan dari aktivitas digital marketing bisa mencapai 50-75%. Di waktu yang bersamaan.

b. Menjangkau semua segmen pasar

Kelebihan strategi digital marketing adalah dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas, dengan biaya yang relatif terbatas. Dengan pemasaran produk

dengan jangkauan yang tidak hanya didalam negeri tapi memiliki kesempatan memasarkan sampai keluar negeri. Dengan jangkauan yang luas dan segmen pasar yang menjangkau semua kalangan akan membuka peluang untuk mendapatkan pendapatan yang lebih banyak.

c. Meningkatkan Penjualan

Diakui atau tidak, dengan luasnya jangkauan pasar akan memberi dampak besar pada peningkatan angka penjualan. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah kemudahan informasi yang didapat konsumen tentang suatu produk. Hal tersebut membuat mereka yakin bahwa barang atau jasa yang dijual berkualitas. Akibatnya, angka penjualan semakin meningkat dan kesempatan untuk mendapat pelanggan baru pun semakin besar.

d. Mudah dan Flaksibel

Sebelum Teknologi Informasi berkembang seperti saat ini, pemasaran produk masih dalam bentuk konvensional dengan memanfaatkan baliho, spanduk, koran dan lain sebagainya. Dan dengan lahirnya digitalisasi semua bentuk promosi mengarah pada platform digital sehingga semua aktivitas pemasaran menjadi lebih mudah dan fleksibel dilakukan.

e. Mengukur dan Mengevaluasi Kinerja

Digital marketing juga akan mempermudah dalam melakukan pengukuran serta evaluasi kinerja strategi pemasaran yang diterapkan. Dan dengan sistem digital marketing kita dapat memantau performa iklan dan konten secara berkala untuk mengetahui profil pasar secara lebih rinci. Dari platform digital juga dapat memperoleh informasi seperti jumlah interaksi dengan akun, profil, hingga ketertarikan konsumen. Dengan pengukuran yang dilakukan dapat menjadi tolak ukur keberhasilan serta bahan evaluasi untuk penerapan strategi pemasaran selanjutnya.

f. Tidak Membutuhkan Sumber Daya Manusia yang Banyak

Salah satu pengeluaran terbesar dalam melakukan pemasaran dengan metode konvensional ialah adanya biaya untuk tenaga manusia seperti sales produk, agen dan pengolah data produk. Namun dengan menggunakan strategi digital marketing tidak perlu lagi membayar tenaga pemasar untuk mempromosikan produk di lapangan. Cukup melakukan pemasaran di media sosial, seperti Instagram, Tik Tok, hingga Facebook, sudah bisa mempromosikan sekaligus menjual produk kepada konsumen.

C. TEKNIK DIGITAL MARKETING

Dengan berbagai penjelasan mengenai pemasaran bisnis berbasis digital pada pembahasan sebelumnya, ada dua alasan kenapa bisnis harus bertransformasi dari pemasaran konvensional ke digital. Yang pertama dengan teknik pemasaran digital mampu memperkuat nilai online dalam bisnis. Kemampuan digital marketing untuk mampu mengenali target pelanggan berbasis online sangat penting untuk para pebisnis. Kemampuan ini juga dapat dimanfaatkan dengan bantuan berbagai platform online untuk memudahkan terjalinnya hubungan dengan pelanggan, sehingga secara terarah dapat membantu tujuan perusahaan dalam menjalankan strategi. Alasan kedua adalah tuntutan zaman dan teknologi makin hari semakin canggih dan maju. Tentu saja, jika bisnis tetap bertahan dengan cara-cara konvensional dan tidak menerapkan digital marketing, bisnis kamu bisa ketinggalan dengan kompetitor sejenis. Pentingnya digital marketing dalam bisnis juga dapat membantu pebisnis untuk membaca semua dinamika perubahan yang terjadi melalui media online. Untuk itu ada beberapa istilah dalam teknik pemasaran digital marketing.

1. **Bounce Rate (Presentase Pengunjung)**

Bounce rate merupakan salah satu istilah yang menggambarkan persentase berapa lama durasi pengunjung membuka halaman website yang kita kelola. Nilai index dari

bounce rate direntan antara 0-100. *Bounce rate* yang baik adalah manakala angkanya semakin kecil bahkan mendekati 0 (nol). salah satu Cara memperkecil *bounce rate* yaitu dengan memperbaiki isi website maupun kontennya, sehingga pengunjung betah untuk berlama-lama membuka website tersebut.

2. **Click Through Rate (CTR) (pengunjung yang mengklik iklan)**

CTR atau Click-Through Rate adalah persentase jumlah klik iklan yang terpampang pada sebuah halaman blog atau website. CTR sendiri berfungsi sebagai indikator dari persentase orang yang melihat halaman web dengan klik iklan tertentu yang muncul pada halaman tersebut. Cara menghitung CTR adalah dengan mengkalkulasikan jumlah klik yang diterima iklan dibagi dengan frekuensi iklan ditayangkan. Misalnya jika iklan kita menghasilkan 10 klik dengan 150 tayangan, maka CTR yang diperoleh adalah 6,7 %.

3. **Engagement**

Engagement dalam digital marketing adalah segala bentuk interaksi dari orang lain tentang konten yang dibuat untuk media sosial. Engagement berkaitan erat dengan strategi yang berfokus pada peningkatan partisipasi sekaligus membangun hubungan yang baik dengan pengguna

maupun pelanggan. Engagement biasanya diukur melalui tindakan atau aktivitas, seperti click, like, comment, dan share.

4. **Affiliate Marketing**

Affiliate marketing adalah suatu program dimana kegiatan mempromosikan produk dari sebuah brand. Nantinya, seorang affiliate marketing akan mendapatkan komisi berdasarkan persentase dari harga jual produk yang ditawarkan. Biasanya komisi ini dihitung dari penjualan, tetapi ada juga berdasarkan leads yang berkunjung ke website, pengguna free trial, dan download aplikasi.

5. **Conversion Rate**

Conversion rate merupakan persentase efektivitas halaman bisnis untuk menarik pengunjung melakukan sebuah tindakan. Tindakan tersebut dapat beragam bentuknya, seperti pembelian, berlangganan atau melakukan subscribe, mengunduh aplikasi, mengirim email, dan lainnya.

6. **Backlink**

Backlink merupakan sebuah link yang dipasang pada suatu website yang mengarah ke halaman website milikmu. Kegiatan membangun backlink disebut juga sebagai link building. Dalam istilah backlink sendiri juga dikenal istilah pemberi dan penerima. Kamu dapat disebut sebagai pemberi apabila mencantumkan link website orang lain

pada website milikmu. Sebaliknya, kamu dapat disebut sebagai penerima apabila website milikmu mendapatkan link dari pemberi backlink.

7. Pay per click (PPC)

Pay per click atau PPC adalah salah satu strategi digital marketing yang melibatkan pengiklan membayar biaya setiap kali iklan tersebut diklik oleh audiens. Dalam hal ini, pengiklan atau pemilik brand harus membayar kepada penerbit iklan, seperti search engine, pemilik website, atau platform media sosial ketika iklan tersebut diklik oleh audiens.

8. Impression

Impression atau impresi adalah metrik yang mengukur berapa kali tayangan suatu konten pada layar audiens. Cara menghitung impression sangatlah mudah, apabila total impresi suatu konten adalah 2.820, maka konten tersebut telah tayang sebanyak 2.820 kali di layar audiens. Walaupun dengan catatan terdapat kemungkinan audiens yang sama sudah melihat tayangan konten tersebut lebih dari satu kali.

9. Call To Action

Call to action atau CTA adalah suatu kalimat pendek yang bertujuan untuk memengaruhi leads agar melakukan sesuatu

atau konversi. anda pasti sudah sering mendengar contoh-contohnya, seperti :“berlangganan sekarang!”, “daftar sekarang!”, “serbu promonya sebelum kehabisan!”, dan seterusnya.

10. Campaign

Digital marketing campaign adalah salah satu cara meningkatkan bisnis. Menggunakan platform digital sebagai sarana promosi dan pengenalan produk kepada khalayak ramai yang terhubung dengan media internet, sehingga jangkauannya lebih luas. Campaign secara umum difungsikan untuk meningkatkan awareness dari sebuah brand dalam hal popularitas.

BAB V

PERAN TECHNOPRENEURSHIP PADA REVOLUSI INDUSTRI

A. SEJARAH SINGKAT REVOLUSI INDUSTRI

Revolusi Industri merupakan periode perkembangan teknologi besar-besaran yang dimulai di Inggris pada paruh kedua abad ke-18 dan dengan cepat menyebar ke seluruh penjuru dunia, mengakibatkan transformasi besar-besaran dalam cara produksi dan juga dalam hubungan antara pemilik usaha dan pekerja sehingga muncul bentuk sistem Kapitalis dalam sistem Ekonomi, titik awal revolusi industri adalah dengan berkembangnya mesin uap.

B. FASE REVOLUSI INDUSTRI

Revolusi Industri berkaitan dengan perubahan ekonomi dan teknologi yang memunculkan sistem kapitalis dan memungkinkan lahirnya bentuk-bentuk baru organisasi masyarakat. Transformasi teknologi, ekonomi, dan sosial yang dialami di Eropa, yang awalnya hanya terjadi di Inggris pada pertengahan abad ke-18, mengalami beberapa perkembangan yang dapat kita sebut fase. Fase-fase ini berhubungan dengan

proses evolusi teknologi yang dikembangkan dan perubahan sosial ekonomi yang diakibatkannya.

1. Revolusi Industri Pertama

Revolusi Industri Pertama mengacu pada proses evolusi teknologi yang dialami sejak abad ke-18 dan seterusnya di Eropa Barat, antara tahun 1760 dan 1850, membangun hubungan baru antara masyarakat dan lingkungan dan memungkinkan adanya bentuk-bentuk produksi baru yang mengubah sektor industri, memulai pola konsumsi baru. Fase ini terutama ditandai dengan.

- a. Penggantian energi buatan dengan energi seperti uap, angin dan hidrolik
- b. Penggantian produksi artisanal (manufaktur) dengan industri (manufaktur mesin)
- c. adanya hubungan kerja baru.

Penemuan utama pada fase ini yang mengubah keseluruhan skenario pada saat itu adalah

2. Revolusi Industri kedua

Revolusi Industri Kedua mengacu pada periode antara paruh kedua abad ke-19 dan pertengahan abad ke-20, yang berakhir pada Perang Dunia Kedua . Industrialisasi melampaui batas geografis Eropa Barat, menyebar ke negara-negara seperti Amerika Serikat, Jepang dan negara-negara Eropa lainnya. Ini terdiri dari fase kemajuan

teknologi yang bahkan lebih besar dari yang dialami pada fase pertama, serta peningkatan teknologi yang ada. Dunia dapat merasakan beberapa kreasi baru, yang selanjutnya meningkatkan produktivitas dan, akibatnya, keuntungan industri. Pada periode ini juga terdapat dorongan yang besar terhadap penelitian, khususnya di bidang kedokteran. Penemuan utama pada fase ini terkait dengan penggunaan minyak sebagai sumber energi, yang digunakan dalam penemuan baru: mesin pembakaran. Listrik yang sebelumnya hanya digunakan untuk melakukan penelitian di laboratorium, pada periode ini mulai digunakan untuk mengoperasikan mesin, dengan penekanan pada mesin listrik dan ledakan. Besi yang sebelumnya banyak digunakan digantikan oleh baja.

3. Revolusi Industri ketiga

Revolusi Industri Ketiga, juga dikenal sebagai Revolusi Teknologi Ilmiah, dimulai pada pertengahan abad ke-20, setelah Perang Dunia Kedua. Fase ini mewakili sebuah revolusi tidak hanya di bidang industri, karena mulai menghubungkan perkembangan teknologi yang ditujukan pada proses produksi juga dengan kemajuan ilmu pengetahuan, tidak lagi terbatas pada beberapa negara saja dan menyebar ke seluruh dunia. Transformasi yang dimungkinkan oleh kemajuan teknologi masih dialami

hingga saat ini , dan setiap penemuan baru mewakili tingkatan baru yang dicapai dalam fase revolusi ini, yang mengkonsolidasikan apa yang kemudian dikenal sebagai kapitalisme finansial . Pengenalan bioteknologi, robotika, kemajuan di bidang genetika, telekomunikasi, elektronik, transportasi, dan lain-lain, tidak hanya mengubah produksi, tetapi juga hubungan sosial, cara hidup masyarakat, dan ruang geografis. Semua perkembangan yang dihasilkan oleh kemajuan yang dicapai di berbagai bidang ilmu pengetahuan ini terkait dengan apa yang kita sebut globalisasi : segala sesuatu menyatu menuju pengurangan waktu dan jarak , menghubungkan orang, tempat, mentransmisikan informasi secara instan, sehingga mengatasi tantangan dan hambatan yang merasuki wilayah geografis. perbedaan lokasi, budaya, fisik dan sosial

4. Revolusi Industri keempat

Revolusi Industri Keempat merupakan fase Revolusi Industri yang kita jalani saat ini. Klaus Schwab, salah satu pendiri Forum Ekonomi Dunia, adalah orang pertama yang mempertahankan gagasan bahwa, mulai tahun 2010 dan seterusnya, Revolusi Industri Keempat dimulai. Bagi penulis, fase saat ini ditandai dengan perpaduan beberapa teknologi yang mengintegrasikan ranah fisik, digital, dan biologis. Baginya, perubahan yang terjadi sejak dekade kedua

milenium ini begitu mendalam sehingga membenarkan istilah Revolusi Industri Keempat.

1. ciri utama Revolusi Industri Keempat adalah kecepatan. Saat ini kecepatan kemajuan bersifat eksponensial, tidak seperti tahapan lain dalam Revolusi Industri , yang kemajuannya bersifat linier. Ingatlah bahwa pada tahun 2007 iPhone 1 diluncurkan, dianggap sebagai smartphone pertama yang diproduksi dalam skala industri. Pada tahun 2022, 5 miliar orang di dunia rutin menggunakan internet, sebagian besar menggunakan ponsel pintar. Ciri lain dari Revolusi Industri Keempat adalah pentingnya data manusia dan perusahaan. Setiap hari miliaran data dikumpulkan tentang berbagai aktivitas, seperti penelusuran internet, penelusuran konsumen, pengguna media sosial, dan lain-lain. Data ini sangat penting bagi beberapa perusahaan, yang menggunakannya untuk pengambilan keputusan dan meningkatkan keuntungan. cara untuk menghasilkan energi berkelanjutan juga merupakan karakteristik Revolusi Industri Keempat, seperti halnya upaya untuk mengurangi emisi gas rumah kaca, yang diidentifikasi sebagai penyebab utama pemanasan global yang kita alami. Tingginya harga minyak juga menyebabkan

perlunya mencari alternatif yang bersih . Pada tahun 2023, untuk pertama kalinya dalam sejarah, investasi global pada energi ramah lingkungan melampaui investasi energi yang berasal dari minyak.

2. Proses Terjadinya Revolusi Industri Keempat

Revolusi Industri merupakan suatu proses yang berkesinambungan dan tidak terputus-putus yang dimulai sekitar tahun 1750 dan berlanjut hingga saat ini, oleh karena itu tanggal-tanggal yang berkaitan dengan awal dan akhir setiap tahapan revolusi menimbulkan banyak diskusi di kalangan sejarawan, ahli geografi, dan pakar lainnya. Namun secara umum, Revolusi Industri Keempat dimulai pada dekade pertama abad ke-21 , ketika perangkat seluler dengan akses internet menjadi populer di seluruh dunia, serta pendalaman otomatisasi di beberapa pabrik, banyak di antaranya menggunakan robot, internet, dan sebagainya. berbagai hal, penyimpanan cloud, dan kecerdasan buatan. Namun Revolusi Industri Keempat tidak disepakati secara bulat . Banyak peneliti, terutama sejarawan yang meneliti peristiwa sejarah secara luas, menyatakan bahwa saat ini kita sedang mengalami proses pendalaman Revolusi Industri Ketiga , dan bukan fase baru. Para pendukung gagasan ini mengklaim bahwa teknologi saat ini

sebenarnya merupakan pengembangan dari teknologi tahap ketiga.

3. Kelebihan dan Kekurangan Revolusi Industri Keempat
Keuntungan pertama dari Revolusi Industri Keempat adalah penggunaan sumber energi berkelanjutan untuk produksi energi listrik, mengurangi emisi gas secara drastis yang meningkatkan efek rumah kaca. Brasil, pada tahun 2023, menghasilkan 27% energinya melalui pembangkit listrik tenaga fotovoltaiik atau angin, Aspek negatif dari Revolusi Industri Keempat adalah hilangnya hak-hak buruh . Di seluruh dunia, dengan diciptakannya aplikasi pengantaran dan transportasi, misalnya, terjadi proses hubungan kerja yang tidak menentu, dimana para pekerja kehilangan hak-hak yang mereka peroleh secara historis. Di Brazil, pengemudi aplikasi dan pengantar barang dipekerjakan sebagai individu, sehingga pekerja tidak memiliki hak seperti liburan, gaji ketiga belas, dan lain-lain

C. DAMPAK TECHNOPRENEURSHIP PADA REVOLUSI INDUSTRI

Secara umum, Revolusi Industri tidak hanya mentransformasikan sektor ekonomi dan industri, tetapi juga hubungan sosial, hubungan antara manusia dan alam, sehingga menyebabkan perubahan pada cara hidup masyarakat, pola konsumsi dan lingkungan. Setiap fase revolusi mewakili transformasi dan konsekuensi yang berbeda berdasarkan kemajuan yang dicapai pada setiap periode.

1. Revolusi Industri Pertama mewakili sebuah organisasi baru dalam model kapitalis. Pada periode pertama ini terjadi peningkatan industri yang signifikan, serta peningkatan produktivitas (produksi dalam waktu lebih singkat). Manusia, ketika digantikan oleh mesin, meninggalkan daerah pedesaan untuk pergi ke kota untuk mencari peluang baru, memulai proses urbanisasi. Proses ini berpuncak pada pertumbuhan kota yang tidak terkendali, marginalisasi sebagian besar penduduk, serta permasalahan sosial seperti kemiskinan, kekerasan dan kelaparan. Pada tahap ini juga, masyarakat diorganisasikan menjadi dua sisi di satu sisi kaum borjuis dan di sisi lain kaum proletariat.
2. Dampak utama dari Revolusi Industri Kedua adalah, melalui kemajuan teknologi yang lebih besar, peningkatan produksi massal dalam waktu yang jauh lebih singkat, yang

mengakibatkan peningkatan perdagangan dan perubahan pola konsumsi. Banyak negara mulai melakukan industrialisasi, terutama negara-negara terkaya, mendominasi beberapa negara lain secara ekonomi (perluasan wilayah dan eksplorasi bahan mentah). Kemajuan transportasi memungkinkan arus barang dan pergerakan orang menjadi lebih besar dan lebih baik. Kota-kota besar bermunculan dan, bersamaan dengan itu, juga muncul masalah-masalah seperti kelebihan populasi, peningkatan penyakit, pengangguran, peningkatan tenaga kerja murah dan hubungan kerja baru.

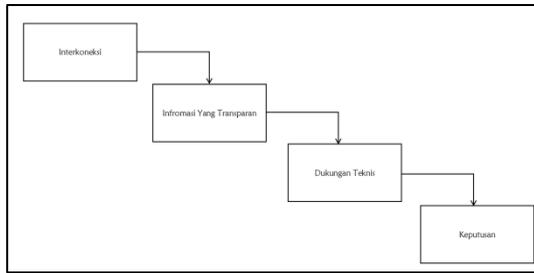
3. Revolusi Industri Ketiga dan integrasi baru antara ilmu pengetahuan, teknologi dan produksi memungkinkan kemajuan dalam bidang kedokteran; penemuan robot yang mampu melakukan pekerjaan yang sangat detail dan presisi; kemajuan di bidang genetika, menghadirkan teknik-teknik baru yang telah meningkatkan kualitas hidup masyarakat; pengurangan jarak antar manusia dan penyebaran berita dan informasi yang lebih luas melalui sarana komunikasi baru; konsolidasi kapitalisme finansial; dan peningkatan jumlah perusahaan multinasional. Dan yang tidak kalah penting, transformasi yang dimungkinkan oleh Revolusi Industri ini secara keseluruhan telah mengubah cara manusia berhubungan dengan lingkungan. Perampasan sumber daya

alam untuk membuat produksi dapat berjalan dan kemajuan teknologi-ilmiah telah menyebabkan dampak lingkungan yang besar. Saat ini, perubahan-perubahan yang terjadi terhadap lingkungan hidup telah banyak dibicarakan oleh komunitas, badan dan entitas internasional, yang menyatakan pentingnya mengubah model pembangunan ekonomi yang memanfaatkan sumber daya alam tanpa memikirkan generasi mendatang.

D. TANTANGAN DAN PELUANG TEKNOPRENEURSHIP INDUSTRI 4.0

Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat, telah mengubah tatanan kehidupan dalam berbagai aspek salah satunya aspek dunia industri dan dunia usaha. Saat ini semua proses industri dan aktivitas lain dilakukan baik pra produksi hingga pasca produksi dilakukan secara otomatisasi. Banyaknya tantangan yang dihadapi di era industri 4.0 yaitu terkait keamanan teknologi informasi, keandalan stabilitas mesin produksi, kurangnya keterampilan yang memadai, ketidakmampuan untuk berubah oleh pemangku kepentingan, dan hilangnya banyak pekerjaan karena sistem yang berubah menjadi otomatisasi. Dampak dari hilangnya pekerjaan yang disebabkan oleh otomatisasi adalah meningkatkan angka pengangguran di seluruh sektor, sehingga hal ini menjadi ancaman bagi keberlangsungan hidup manusia.

Ada 4 prinsip yang bagi technopreneur di era Industri 4.0.



Gambar 1 Prinsip Technopreneurship

1. interkoneksi merupakan kemampuan perangkat seperti mesin, sensor, dan orang untuk saling terhubung dan berkomunikasi satu sama lain melalui Internet of Things (IoT) atau Internet of People (IoP). kebutuhan dalam prinsip ini meliputi kolaborasi, keamanan, dan standarisasi.
2. Informasi yang transparan prinsip ini melibatkan kemampuan sistem untuk menciptakan salinan informasi dan kemampuan untuk menganalisa data.
3. Bantuan Teknis pada prinsip ini dibagi menjadi dua pertama kemampuan sistem dalam mendukung manusia untuk mengambil keputusan dengan cepat. Kedua kemampuan sistem untuk mendukung aktifitas manusia yang berhubungan dengan keselamatan dan keamanan.
4. Keputusan kemampuan sistem dalam membuat keputusan sendiri dan menjalankannya secara efektif sesuai kebutuhan manusia itu sendiri.

BAB VI

ERA SOCIETY 5.0

A. SOCIETY 5.0

Society 5.0 merupakan sebuah konsep masyarakat yang berfokus pada teknologi dalam kehidupan manusia. di era ini juga, manusia dihadapkan dengan berbagai tantangan dan permasalahan sosial dengan memanfaatkan berbagai inovasi yang lahir di era revolusi industri 4.0 dengan tujuan utama adalah meningkatkan kualitas hidup. Society 5.0 merupakan lanjutan dari konsep pendahulunya yaitu Society 4.0, yang lebih dikenal sebagai Revolusi Industri 4.0. Revolusi Industri 4.0 sendiri terbentuk dengan penggunaan teknologi digital dan sistem otomatisasi dalam dunia industri dan manufaktur. Berbeda dengan Revolusi Industri 4.0, Society 5.0 melakukan terobosan baru dengan mengintegrasikan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari masyarakat secara menyeluruh.

Ada beberapa karakteristik utama era Society 5.0 yaitu. Pertama Menggabungkan Teknologi dan Manusia merupakan Salah satu karakteristik utama Society 5.0 seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan big data untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Contohnya adalah penggunaan AI pada bidang Perbankan Yang mengembangkan aplikasi M-Banking, pada aplikasi ini AI Berperan untuk menyediakan informasi terkait verifikasi transaksi guna mencegah terjadinya tindak

penipuan, AI juga memiliki peran mengenai Saldo rekening pemilik. Kedua Individu maupun Komunitas pada Society 5.0 dapat mendapatkan akses informasi yang lebih luas terhadap data dan teknologi, sehingga masyarakat ikut aktif berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan dan memecahkan masalah secara bersama.

1. Dengan lahirnya Society 5.0 ada kekhawatiran akan tergantikannya peran manusia oleh kehadiran Robot Cerdas atau *Artificial Intelligence* dimana melalui Society 5.0 kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) akan mentransformasi big data keseluruhan sendi kehidupan manusia serta akan menjadi sesuatu kearifan yang baru, yang akan didedikasikan untuk meningkatkan kemampuan manusia. Di era ini pula, segala halnya terhubung di dunia maya dengan hasil efektif seperti kecerdasan AI yang dapat mempermudah segala urusan manusia, ditambah lagi kemampuan AI jauh melebihi kemampuan manusia itu sendiri.

B. DAMPAK SOCIETY 5.0

Di era society 5.0 dimana masyarakat dan taknologi sudah sangat memiliki keterikatan yang kuat yang di dukung dengan kemajuan teknologi berbasis digital seperti, artificial intelligence, Big Data sehingga terjadi dampak diberbagai bidang. Ada beberapa bidang yang memiliki dampak, yaitu :

1. Bidang Kesehatan

Istilah Telemedicine merupakan salah satu bentuk dari penerapan society 5.0 pada bidang Kesehatan. Aplikasi telemedicine merupakan sebuah layanan kesehatan jarak jauh yang memungkinkan masyarakat melakukan konsultasi kesehatan secara online bersama para dokter dan ahli kesehatan lainnya tanpa harus datang langsung ke tempat dokter atau kantor layanan.

2. Bidang Pendidikan

di Era Society 5.0 bidang pendidikan harus siap dengan Revolusi Pendidikan itu sendiri melakukan pemetaan Tantangan dan Peluang belajar Berbasis Teknologi dapat dilakukan melalui beberapa cara, antara lain: Menerapkan teknologi dalam pembelajaran, Pendidikan berbasis teknologi dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi seperti perangkat lunak pembelajaran, aplikasi mobile, dan platform pembelajaran online. Hal ini dapat membantu siswa untuk belajar secara mandiri dan meningkatkan efisiensi pembelajaran. Mengembangkan kurikulum yang sesuai dengan era Society 5.0 harus mencakup keterampilan digital dan teknologi yang diperlukan untuk menghadapi tantangan masa depan. Kurikulum ini harus dirancang untuk memfasilitasi pembelajaran yang berpusat pada siswa dan memungkinkan siswa untuk mengembangkan keterampilan

yang relevan dengan dunia kerja. Seiring dengan revolusi pendidikan di era Society 5.0, terdapat dampak yang signifikan pada cara siswa belajar dan mengajar. Teknologi telah memungkinkan pembelajaran menjadi lebih terjangkau dan mudah diakses, serta memberikan peluang untuk pengembangan diri yang lebih luas. Dengan memanfaatkan kemajuan Teknologi dimana dalam teknologi saat ini telah melahirkan Inovasi AI, kita dapat mengoptimalkan pengalaman belajar dan mengajar, serta mempercepat kemajuan pendidikan secara keseluruhan.

3. Bidang Ekonomi

Transformasi Ekonomi Dalam era Society 5.0, berfokus pada inovasi dan nilai tambah. Pengembangan teknologi baru dan bisnis yang berpusat pada data menjadi sangat penting, yang mengarah pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan menggunakan data kualitas produk akan meningkat. Kemajuan teknologi sangat bermanfaat pada proses produksi dan perusahaan.

4. Bidang Perbankan

Seiring dengan pergerakan pertumbuhan industri ke arah digital, banyak aktivitas mulai beralih mengikuti perkembangan yang ada. Inovasi teknologi yang menaruh kemudahan bagi kehidupan juga merambah ke bidang finansial. Salah satu bidang yang sudah bergeser ke era

industri 5.0 terjadi dalam bidang perbankan. Industri perbankan merupakan salah satu industri jasa yang sedang berkembang dan sanggup mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara lantaran perbankan sebagai industri jasa yang menaruh sumbangan terhadap pendapatan nasional dan berfungsi menjadi forum mediator buat menampung dana masyarakat dan menyalurkan balik untuk aktivitas perkonomian yang bersifat produktif.

C. Technopreneurship Muda di Era 5.0

Technopreneurship akan memainkan perannya di era Society 5.0 peran yang dimaksud adalah mendorong pertumbuhan ekonomi serta memajukan pradaban social dan masyarakat. Dengan melakukan inovasi dan pengembangan solusi yang berbasis teknologi. Ada beberapa aspek yang cukup penting bagi seorang technopreneurship di era Society 5.0 dalam memainkan peranya.

1. Mengikuti Perkembangan Teknologi Terbaru.

Bagi seorang technopreneurship di era Society 5.0 teknologi terbaru seperti Kecerdasan Buata (AI), internet of Things (IoT) Robotika, Blokchain dan Big Data. Harus dapat dimanfaatkan. Teknologi ini memiliki fungsi sebagai landasan awal dalam mengembangkan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang terus berkembang mengikuti zaman.

2. Menyiapkan Solusi Sosial

Sebagai seorang technopreneurship tidak hanya berfokus pada keuntungan akan tetapi di era Society 5.0 seorang Technopreneurship harus mengatasi permasalahan social. Dengan memanfaatkan teknologi untuk menciptakan solusi pada isu-isu yang berkembang, seperti layanan kesehatan, pendidikan, pemberantasan kemiskinan, isu perubahan iklim. Sehingga para technopreneurship berkontribusi dalam membangun masa depan yang lebih baik.

3. Kolaborasi dan Disiplin

Technopreneurship bekerjasama dengan berbagai instansi baik pemerintah akademisi, Organisasi Komunitas dengan tujuan untuk mendapatkan solusi bersama. Kolaborasi untuk pengetahuan baru, sumberdaya. Kolaborasi dalam berinovasi untuk memecahkan permasalahan sosial.

4. Rancangan dan Kebutuhan

Dalam desain produk dan layanan seorang technopreneurship di era Society 5.0 harus memprioritaskan kebutuhan dan pengalaman manusia. Dengan begitu kemudahan dalam akses untuk mendapatkan solusi dari permasalahan kehidupan sosial. Dengan memastikan manfaat teknologi dapat digunakan oleh semua kalangan masyarakat.

5. Kemampuan dalam beradaptasi.

Perkembangan teknologi yang begitu cepat mengharuskan para technopreneurship untuk terus berinovasi dan beradaptasi, mengikuti tren baru, keterampilan baru dan menyesuaikan kebutuhan pasar yang selalu berubah dan berkembang.

6. Pandangan Global

Di era Society 5.0 seorang Technopreneurship harus melihat dari sudut pandang global, dengan memanfaatkan relasi sehingga terjadi kolaborasi lintas batas dan mendapatkan pasar internasional.

D. Peran Technopreneur dalam menghadapi Society 5.0

Di era Society 5.0, inovasi teknologi kembangkan untuk memperbaiki kelemahan dengan memperbaharui produk dan jasa menjadi lebih berkualitas belum tersentuh di era sebelumnya. Dengan hadirnya Society 5.0 orang, benda, dan sistem secara keseluruhan terhubung di dunia maya dengan penggabungan teknologi Big Data yang melebihi kemampuan manusia untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Proses ini menciptakan nilai baru dikalangan industri, dimana di era Society semua menjadi bisa untuk terjadi. Di era Society 5.0 seorang siswa dapat belajar seperti dikelas pada umumnya dengan menggunakan AI. Seorang Pedagang dapat menjajalkan dagangannya tanpa harus berkeling untuk berjualan. Seorang dapat melakukan konsultasi kesehatan tanpa harus datang

ketempat praktek dokter. Seorang akan merasa aman ketika meninggalkan rumahnya karena sistem keamanan rumah smarthome telah digunakan. Melakukan diagnosa penyakit hanya hitungan menit. Inilah kemudahan yang ditawarkan oleh Society 5.0. sebagaimana penjelasan pada bab sebelumnya bagi entrepreneur peran Society 5.0 sangat bergantung pada keberanian untuk memulai bisnis, mempunyai skill padang bidang digital, siap menerima resiko yang ada, memiliki kemampuan komunikasi yang baik, penggunaan teknologi terbaru, memiliki sumberdaya manusia, Inovasi pada produk dan inovasi pada setiap proses.

Kecepatan teknologi yang terus berkembang juga mengakibatkan perubahan pola kehidupan masyarakat mengarah pada orientasi berbasis digital sehingga melahirkan profesi atau pekerjaan baru seperti. Pengembangan web, conten creator, pengembang game, pengembang aplikasi, Big data analis, cyber forensik, blogger, cloud service, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Siregar, Dodi. Dkk 2020. *Setrategi dan Inovasi Technopreneurship*. Medan: Kitamenulis.
- Haryono, Vera. 2020. *Pengantar Technopreneurship: Serang Banten*: AA RIZKY.
- Jamaludin. Surya. Dkk 2022 *Technopreneurship Inovasi Bisnis Di Era Digital*. Solok : YAYASAN PENDIDIKAN CENDEKIA MUSLIM.
- Eka Sudarmaji. 2022. *Digital Bisnis* Purbalingga: Eureka Media Aksara .
- Zulkifli, Noor. 2017. *manajemen bisnis berbasis teknologi digital*. DeePublish.
- Chaffey, Dave. 2015. *Digital Business And e-Commerce Management: Strategy, Implementation And Practice*. London: Pearson
- I, Suwastika. 2022. *Kewirausahaan Di Era Digital Berinovasi Dan Bertumbuh Dalam Dunia Teknologi*. Malang: Litnus.

TENTANG PENULIS



Nama **Yusnia Sari Ritonga.**, seorang mahasiswi aktif Prodi Teknologi Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Labuhanbatu Sumatera Utara. Lahir di Desa Silumajang, 25 Maret 2002 di Dusun Pulu Godan Desa Silumajang, Kec. NA.IX-X Kab. Labuhanbatu Utara.

Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan bapak Zulkifli Ritonga dan Ibu Siti Maryam Sipahutar. ia saat ini sedang menempuh pendidikan Strata (S1) pada prodi Teknologi Informasi di Universitas Labuhan Batu “ULB” Rantauprapat. Ia menamatkan Pendidikan Tingkat SMA di SMK Al-Washliyah 1 Merbau, dan Pendidikan SMP di MTSs Al-Wahliyah Simpang Merbau. Sedangkan untuk Tingkat Sekolah Dasar ia menempuh pendidikan di SD Negeri 112323 Silumajang. Alamat email : niaritonga@gmail.com facebook : Yusnia Sari dan lg : aii.ritonga



Nama **Elysa Rohayani Hsb, S.Pd., M.S.**, Penulis melanjutkan pendidikan ke Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah (UMNAW) Pada Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris dan menyelesaikannya pada Tahun 2010 dan mendapat gelar akademik Sarjana Pendidikan (S.Pd). Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Strata Dua (S2) di Universitas Islam Sumatera Utara (UISU) Program Studi Sastra Inggris dan memperoleh gelar akademik Magister Sastra (M.S) Pada Tahun 2014. Penulis saat ini berprofesi sebagai Dosen Tetap di Universitas Labuhanbatu Fakultas Sains dan Teknologi pada prodi Teknologi Informasi, Penulis dapat dihubungi melalui email :

elysa.hasby@gmail.com



Nama **Rahmadani Pane, S.Kom., M.Kom** lahir di Marindal 10 Mei 1986 pendidikan Strata Satu (S1) Sistem Informasi STMIK Potensi Utama, dan Melanjutkan Pendidikan Strata Dua (S2) Magister Ilmu Komputer dengan konsentrasi : Sistem Informasi di UPI YPTK Padang. Saat ini Saya Menjadi Dosen di Universitas Labuhanbatu, Labuhanbatu Sumatera Utara pada Fakultas Sains dan Teknologi Jurusan Teknologi Informasi.



Nama **Ali Akbar Ritonga, S.T.,M.Kom** lahir di Dusun Panduan Desa Silumajang Kec. NA.IX-X pada tanggal 24 Januari 1993. Menempuh pendidikan Sekolah Dasar di Sekolah Dasar Negeri 116901 Montong pada tahun 2006. Dan Melanjutkan Pendidikan Di MTS AT-Taufiqurrahman untuk tingkat Sekolah Menengah Pertama dan melanjutkan pendidikan di SMKN Negeri 4 Padang dengan konsentrasi Multimedia Komputer dan menyelesaikannya pada tahun 2011, Penulis melanjutkan pendidikan tingkat tinggi ke Institut Teknologi Padang dan mengambil Jurusan Teknik Informatika. Dengan memperoleh Serjana Teknik. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan program pasca serjana di Universitas Putra Indonesia YPTK Padang Sumatera Barat dan memperoleh gelar Magister Komputer pada tahun 2018. Penulis sekarang berprofesi sebagai Dosen Tetap di Universitas Labuhanbatu, Penulis dapat dihubungi melalui email : aliakbarritonga@gmail.com

SINOPSIS

Buku *Technopreneurship Di Era Digital* ini, menyajikan materi cukup lengkap, mulai dari pengantar technopreneurship, konsep dasar peluang dan bisnis, analisa peluang bisnis, Model Bisnis Digital bisnis dan manfaatnya, Teknik pemasaran produk berbasis digital serta peran kemajuan industri yang lebih dikenal Revolusi Industri terhadap *Technopreneurship* . Manfaat dari buku ini adalah sebagai pondasi utama untuk memulai bisnis dan pemasarannya berbasis digital.

Buku ini di rancang secara sedemikian rupa agar para pembaca lebih memahami peran technopreneurship di era digital hingga peluang dan metode dalam bisnis berbasis digital. Harapan dengan membaca buku ini para pembaca mampu dan berani untuk memulai memasarkan produknya secara digital, sehingga para wirausahawan baru bermunculan untuk menggerakkan ekonomis.

ISBN 978-623-10-2112-0 (PDF)



9

786231

021120