

KEWIRAUSAHAAN TEKNOLOGI DIGITAL: POTENSI PEMBERDAYAAN PEBISNIS MILENIAL

Indra Caniago

IIB Darmajaya

Keumala Hayati

Universitas Lampung

ABSTRAK

Fenomena baru yang muncul dalam dunia kewirausahaan adalah kewirausahaan teknologi digital. Kewirausahaan tipe ini dapat menghapus sekat-sekat keterbatasan sumberdaya dan skalabilitas produk yang dihadapi para pewirausaha. Kewirausahaan teknologi digital mulai marak bertumbuh khususnya di perguruan tinggi dan perusahaan-perusahaan. Pertumbuhan pada kedua lembaga tersebut menjadi potensi berkembangnya pebisnis muda milenial. Makalah ini membahas potensi pengembangan pebisnis milenial dengan model *triple helix* (pemerintah, perusahaan dan perguruan tinggi), melalui kewirausahaan teknologi digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa baik perguruan tinggi, perusahaan serta pemerintah memegang peranan penting dalam mengembangkan potensi pebisnis milenial. Potensi tersebut akan terus bertumbuh melalui kewirausahaan teknologi digital, oleh karena sumberdaya pengembangan kewirausahaan jenis ini tersedia baik di perguruan tinggi maupun di perusahaan-perusahaan.

Kata kunci: kewirausahaan teknologi digital, pebisnis milenial, *triple helix*

Pendahuluan

Kewirausahaan teknologi digital telah memberikan dampak yang luar biasa di dunia. Usaha digital yang dibangun melalui jejaring internet seperti Google, Facebook, atau Microsoft telah mampu mengubah dunia serta telah membentuk pola komunikasi tanpa sekat geografis. Digitalisasi juga berdampak terhadap pengembangan wirausaha baru. Potensi pengembangan usaha baru meningkat karena adanya peluang digitalisasi cabang usaha maupun mengubah usaha dari *offline* menjadi *online*. Dampak positif digitalisasi pada wirausaha juga terjadi dalam bentuk promosi inovasi, penciptaan peluang kerja, peningkatan produktifitas baik

secara sosial maupun ekonomi sehingga menjadi prioritas pemerintah di berbagai negara (Shane and Venkataraman, 2000; Wong et al., 2005; Sartori et al., 2013; Karimi et al., 2015).

Wirausaha digital adalah fenomena yang muncul melalui perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Guthrie (2014) menyatakan usaha digital adalah penjualan produk atau jasa melalui jejaring elektronik. Ekonomi digital membuka peluang bagi para wirausaha untuk menciptakan area bisnis yang berbeda melalui model perdagangan elektronik (Turban et al., 2008).

Wirausaha digital juga telah menarik minat usaha para pebisnis milenial khususnya di perguruan tinggi (Farani *et al.*, 2017). Namun potensi wirausaha digital dari pebisnis milenial tentunya perlu dikembangkan dari berbagai pihak. Pihak yang berperan besar adalah pemerintah, perguruan tinggi dan industri. Ketiga pihak tersebut merupakan organisasi yang paling kondusif dalam mengembangkan inovasi. Peran ketiga pihak tersebut yang selama ini bergerak masing-masing sebenarnya dapat saling bekerjasama atau disebut dengan triple helix. Makalah ini selanjutnya akan membahas pengembangan wirausaha digital para pebisnis milenial dengan model triple helix yaitu pemerintah, perguruan tinggi, serta industri.

Wirusaha Digital

Wirausaha digital adalah subkategori dari kewirausahaan dimana organisasi tradisional yang bergerak secara fisik didigitalisasikan, sehingga wirausaha tradisional berubah dalam bentuk usaha baru di era digital (Hull et al., 2007; Le Dinh et al., 2018), baik secara produk, distribusi maupun lokasi usaha Hair et al. (2012). Wirausaha digital juga merupakan upaya mencapai peluang usaha baru melalui media baru dan teknologi internet (Davidson and Vaast, 2010). Lebih spesifik Richter *et al.* (2017) menyatakan wirausaha digital adalah upaya untuk memperoleh pangsa pasar, peluang usaha yang menghasilkan uang serta berupaya menjadi inovatif, radikal dan pengambil resiko. Wirausaha digital menurut Sussan and Acs (2017) agen yang melakukan kegiatan komersial atau sosial baik pemerintah maupun industri yang menggunakan teknologi digital.

Berdasarkan berbagai definisi tersebut menunjukkan bahwa pebisnis milenial di perguruan tinggi memiliki semua ciri-ciri yang disebutkan. Mereka didorong untuk mengembangkan usaha digital secara inovatif baik secara produk, distribusi maupun tempat kerja yang berbasis internet untuk mencari pangsa tertentu dan peluang pasar. Kegiatan pengembangan usaha digital dilakukan baik oleh pemerintah, serta perguruan tinggi dan industri melalui pusat pengembangan usaha atau disebut dengan inkubator bisnis.

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

Proses Pengembangan Wirausaha Digital

Proses pengembangan wirausaha digital diawali dari tahap usaha pemula (*start-up*) yang mengembangkan ide awal untuk mendapatkan hasil dari kerja kerasnya. Terdapat tiga tahap dalam pengembangan usaha digital yaitu tahap pengembangan ide, kemudian pengembangan usaha pemula selanjutnya manajemen usaha (Le Dinh et al., 2018). Esensi dari wirausaha digital adalah pendiri usaha itu sendiri. Karena itu penting untuk mendapatkan tim pendiri usaha yang stabil dalam merintis usaha dengan tipikal percobaan (*trial-error*) di tahap awal. Hal penting lainnya adalah jejaring dan modal sosial pebisnis (Spiegel et al., 2016).

Platform Digital

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

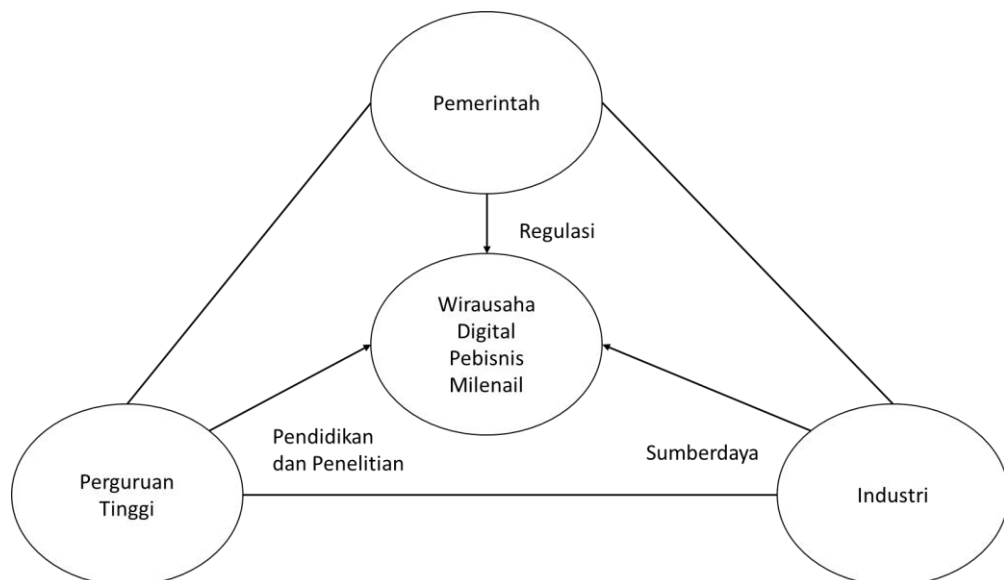
Triple Helix dalam Pengembangan Wirausaha Digital

Pengembangan wirausaha digital membutuhkan kolaborasi ketiga pihak pemerintah, perguruan tinggi dan industri. Kementerian Komunikasi dan Informasi mencanangkan kebijakan gerakan 1000 startup digital (Rudiantara, 2019). Peran pemerintah Indonesia dalam membuat regulasi sangat penting untuk mendorong pengembangan wirausaha digital baru.

Peran perguruan tinggi juga sangat besar dalam mengembangkan teknologi, termasuk dalam hal pembaharuan industri. Peran perguruan tinggi adalah dalam hal pendidikan kewirausahaan serta penelitian. Pendidikan kewirausahaan digital membutuhkan biaya yang rendah sehingga menjadi topik hangat saat ini (Guthrie, 2014). Penelitian melalui laboratorium perguruan tinggi merupakan potensi pengembangan wirausaha digital pemula. Hasil penelitian menemukan semakin besar pengetahuan kewirausahaan mahasiswa bidang ilmu komputer pada perguruan tinggi di Iran, maka semakin besar niat berwirausaha digital (Farani *et al.*, 2017). Namun terdapat kelemahan dari perguruan tinggi seperti dalam hal penyebaran pengetahuan karena kurangnya sumberdaya yang memadai, kurangnya kolaborasi perguruan tinggi dan industri dalam memecahkan masalah teknologi industri.

Peran pihak ketiga yaitu industri tidak kalah pentingnya dalam pengembangan usaha digital. Pihak industri mengembangkan departemen khusus di dalam organisasinya untuk melakukan transfer teknologi untuk kepentingan komersial. Namun terdapat beberapa kelemahan seperti pihak industri bagus dalam melakukan peningkatan teknologi, namun kurang bagus dalam melakukan riset dan pengembangan inovasi.

Berdasarkan peran ketiga pihak beserta keterbatasannya dapat terlihat bahwa peran pengembangn wirausaha digital dapat dilakukan secara sinergi dari ketiga pihak. Hal yang paling utama adalah peran pemerintah untuk mempertemukan antara pihak perguruan tinggi dengan industri untuk saling bekerjasama. Pihak industri memiliki sumberdaya yang dibutuhkan perguruan tinggi, namun tidak sepenuhnya memiliki kemampuan dan pengembangan riset dan teknologi untuk melakukan inovasi teklologi. Sebaliknya perguruan tinggi memiliki potensi dalam melakukan riset dan pengembangan inovasi teknologi namun kekurangan sumberdaya terutama dalam hal pendanaan. Pemerintah merupakana mediator yang mempertemukan kedua belah pihak untuk saling melengkapi keterbatasan masing-masing. Peran mediator tersebut akan memudahkan serta mempercepat pengembangan wirausaha digital sebagaimana yang diprogramkan pemerintah, khususnya pebisnis milenial yang banyak berada di perguruan tinggi.



Gambar 1. Triple Helix Pengembangan Wirausahaan Digital

Kesimpulan

Wirausaha digital merupakan fenomena yang semakin berkembang saat ini. Wirausaha digital banyak berada di perguruan tinggi serta memiliki banyak potensi untuk dikembangkan seperti tidak dianggap sebagai pesaing, mampu mengalisis informasi persaingan untuk mencari ceruk pasar. Keberadaan wirausaha digital tentunya menjadi

potensi besar bagi pemerintah, perguruan tinggi dan industri. Peran pemerintah dalam membuat regulasi yang mendorong terbentuknya 1000 startup setiap tahunnya tentunya tidak semata-mata melalui regulasi. Akan tetapi pemerintah juga perlu menjadi mediator kerjasama perguruan tinggi dan industri. Perguruan tinggi satu pihak memiliki potensi riset dan pengembangan inovasi, namun kurang sumberdaya yang mendukung potensi tersebut. Pihak industri memiliki sumberdaya pendanaan khususnya akan tetapi lemah dalam melakukan pengembangan riset dan inovasi teknologi. Peran pemerintah menjadi mediator untuk mempromosikan kedua belah pihak merupakan potensi untuk menciptakan wirausaha digital.

Daftar Pustaka

- Davidson, E. and Vaast, E. (2010), "Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment", Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences, pp. 1-10.
- Farani, A. Y., Karimi, S., & Motaghd, M. (2017). The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students' career intentions to start a new digital business. *European Journal of Training and Development*, 41 No. 1: 83-100
- Guthrie, C. (2014), "The digital factory: a hands-on learning project digital entrepreneurship", *Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 17 No. 1, pp. 115-133.
- Hair, N., Wetsch, L., Hull, C., Perotti, V. and Hung, Y.-T. (2012), "Market orientation on digital entrepreneurship: advantages and challenges in a web 2.0 networked world", *International Journal of Innovation and Technology Management*, Vol. 9 No. 6, pp. 1-17.
- Hsieh, Y.-J. and Wu, Y. (2018), "Entrepreneurship through the platform strategy in the digital era: insights and research opportunities", *Computers in Human Behavior*, pp. 1-9.
- Hull, C.E., Hung, Y.-T.C., Hair, N., Perotti, V. and DeMartino, R. (2007), "Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship", *International Journal of Networking and Virtual Organizations*, Vol. 4 No. 3, pp. 290-303.
- Karimi, S., Biemans, H.J.A., Mahdei, K.N., Lans, T., Chizari, M. and Mulder, M. (2015), "Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and

entrepreneurial intentions in a developing country”, *International Journal of Psychology*, Vol. 5 No. 1, doi: 10.1002/ijop.12209.

Le Dinh, T., Vu, M.C. and Ayayi, A. (2018), “Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process”, *International Journal of Entrepreneurship*, Vol. 22 No. 1, pp. 1-17.

Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S. and Giselbrecht, C. (2017), “Digital entrepreneurship: innovative business models for the sharing economy”, *Creativity and Innovation Management*, Vol. 26 No. 3, pp. 300-310.

Rudiantara. (2019). *Menyiapkan Infrastruktur & SDM - Menapaki Industri 4.0 Kuliah Umum di Universitas Negeri Padang.*

Sartori, R., Favretto, G. and Ceschi, A. (2013), “The relationships between innovation and human and psychological capital in organizations: a review”, *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, Vol. 18 No. 3, article 2.

Shane, S. and Venkataraman, S. (2000), “The promise of entrepreneurship as a field of research”, *Academy of Management Review*, Vol. 25 No. 1, pp. 217-226.

Spiegel, O., Abbassi, P., Zylka, M., Schlagwein, D., Fischbach, K. and Schoder, D. (2016), “Business model development, founders’ social capital and the success of early stage internet start-ups: a mixed-method study”, *Information Systems Journal*, Vol. 26 No. 5, pp. 421-449

Sussan, F. and Acs, Z. (2017), “The digital entrepreneurial ecosystem”, *Small Business Economics*, Vol. 49 No. 1, pp. 55-73, doi: 10.1007/s11187-017-9867-5

Wong, P.K., Ho, Y.P. and Autio, E. (2005), “Entrepreneurship, innovation and economic growth: evidence from GEM data”, *Small Business Economics*, Vol. 24 No. 3, pp. 335-350, doi: 10.1007/s11187-005-2000-1.