

## PENGUATAN POTENSI KEWIRAUSAHAAN BERBASIS TEKNOLOGI

Sundari<sup>1</sup>, Novemy Triyandari Nugroho<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa-Surakarta

<sup>2</sup>Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa-Surakarta

Email : sundari@udb.ac.id

### ABSTRACT

*The world of technology is developing almost without limits, with dimensional levels of usefulness in all areas of human life. This article intends to explain in simple terms the concept of entrepreneurship in this increasingly advanced technological era. Technology-based entrepreneurship will be reviewed with relevant theoretical studies. The research method is descriptive qualitative with a literature review approach. The main data sources are relevant journal manuscripts, books and other sources that are compatible with the research theme. The research results found that (1) The potential for entrepreneurship is very high in Indonesia, both from the availability of human resources, natural resources, markets and other production factors. (2) Technology is an important instrument for the development of entrepreneurship in Indonesia in the contemporary era like today.*

**Keywords :** Strengthening, Potential, Entrepreneurship, Technology

### ABSTRAK

Dunia teknologi berkembang hampir tanpa batas, dengan tingkat kemanfaatan yang berdimensi pada segala bidang kehidupan manusia. Tulisan ini bermaksud untuk menjelaskan secara sederhana konsep kewirausahaan dalam zaman teknologi yang kian maju ini. Kewirausahaan berbasis teknologi akan di ulas dengan kajian teoretis yang relevan. Metode penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan kajian pustaka. Adapun sumber data utama adalah naskah jurnal yang relevan, buku – buku dan sumber lain yang kompatibel dengan tema penelitian. Hasil penelitian mendapati bahwa (1) Potensi kewirasuahan sangat tinggi di Indonesia, baik dari ketersediaan sumberdaya manusia, sumberdaya alam, market dan faktor produksi lainnya. (2) Teknologi menjadi instrument penting bagi pengembangan kewirausahaan di Indonesia dalam alaf kontemporer seperti sekarang ini.

**Kata Kunci :** Penguatan, Potensi, Kewirausahaan, Teknologi

### PENDAHULUAN

Untuk meningkatkan minat berwirausaha/entrepreneur salah satunya adalah dengan meningkatkan pemahaman dan minat masyarakat terhadap bidang wirausaha. Kegiatan wirausaha harus didorong dengan keberanian dan keuletan serta tekad yang kuat, karena berwirausaha pada dasarnya berhimpitan dengan ketidakpastian, dalam hal keberhasilan maupun kegagalan. Karena hanya dengan menggeluti usaha secara penuh keberanian dan beresiko tinggi maka usaha akan tumbuh berkembang(Marti'ah, 2017).

Bentuk nilai-nilai kemandirian yang ditanamkan oleh banyak negara adalah mengembangkan sektor kewirausahaan bagi masyarakatnya. Kewirausahaan dianggap sebagai salah satu jalan keluar dalam mengatasi masalah pengangguran dan keterbatasan lapangan

kerja, serta kemiskinan yang dihadapi oleh hampir semua negara, terutama negara berkembang (Hasan, 2020).

Teknopreneurship (technopreneurship) adalah bentukan wirausaha yang melibatkan suatu teknologi atau dengan menggabungkan model kewirausahaan serta teknologi. Pengertian teknologi (technology) sesungguhnya bermula dari Bahasa Perancis yakni La Technique yang dapat kita maknai sebagai "Semua proses yang dilaksanakan dalam upaya untuk mewujudkan sesuatu secara rasional".

Technopreneur salah satu bagian dari perkembangan berwirausaha (entrepreneur) memberikan gambaran berwirausaha dengan menggunakan inovasi basis teknologi. Konsep technopreneur didasarkan pada basis teknologi yang dijadikan sebagai alat berwirausaha, misalnya munculnya bisnis aplikasi online, bisnis security system (Marti'ah, 2017).

Dengan diskursus tersebut diatas, kajian ini secara teoretik akan membahas bagaimana penguatan potensi kewirasusahaan di dalam struktur masyarakat kita, terutama untuk generasi muda yang memiliki usia produktif, agar memiliki usaha secara mandiri. Basis pengetahuan yang disandarkan secara penuh pada kekuatan teknologi merupakan keunggulan yang secara potensial dapat dikembangkan untuk mewujudkan jiwa kewirausahaan dimasyarakat, terutama generasi muda di Indonesia.

## METODE

Metode kualitatif memperlakukan partisipan sebagai subjek dan bukan objek. Di sinilah partisipan menjadi sangat berharga, karena informasi yang mereka berikan sangat berguna. Metode penelitian ini memberikan ruang yang sangat besar kepada partisipan, dalam konteks ini adalah sumber-sumber perpustakaan yang relevan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang diambil, diidentifikasi dengan urutan sebagai berikut: (1) pengumpulan data (2) pemilahan data (3) analisis data (4) pengambilan kesimpulan. Sedangkan untuk analisis data, terdapat urutan yang telah ditentukan sesuai dengan langkah-langkah empiris yang dilakukan, yaitu sebagai berikut: (1) Pemeriksaan data (2) dugaan temuan data, (3) Konfirmasi data (4) Diagnosis, (5) Tindakan. Deskripsi data, penyajian, analisis dan temuan yang akan diperoleh dari penelitian ini akan dituliskan pada paragraf-paragraf di bawah ini, pada segmen pembahasan penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konsep Kewirausahaan

Konsep kewirausahaan pertama kali muncul pada sekitar abad 17 dan maknanya telah berevolusi sejak saat itu. Banyak yang mengartikan kewirausahaan dengan "memulai bisnis sendiri". Mayoritas ekonom percaya bahwa konsep kewirausahaan lebih dari pada itu. Bagi beberapa ekonom, seorang wirausahawan adalah orang yang mau menanggung risiko usaha baru jika ada peluang keuntungan yang signifikan. Sementara ekonom yang lain menekankan peran seorang wirausahawan sebagai inovator yang memasarkan produk inovasinya. Ekonom lainnya mengatakan bahwa wirausahawan mengembangkan barang atau proses baru yang diminati pasar dan pada saat bersamaan tidak ada pasokan (Achmad Musyadar, 2022).

Mengetahui dan memahami pengertian kewirausahaan atau entrepreneurship sangat penting sebelum mengetahui dan memahami hal-hal operasional terkait dengan kewirausahaan. Dengan mengetahui dan memahami pengertian kewirausahaan, maka kita akan mengetahui dan memahami filosofi dari kewirausahaan itu. Kata "entrepreneur" berasal dari bahasa Perancis: "entre" berarti antara dan "prendre" berarti mengambil. Jadi, "entrepreneur" adalah orang yang berani mengambil risiko dan memulai sesuatu yang baru (Achmad Musyadar, 2022).

Pada tahun 2025-2030 Indonesia mendapat bonus demografi, yakni suatu keadaan dengan jumlah penduduk produktif lebih besar daripada jumlah penduduk muda dan lanjut usia (lansia). Penduduk usia produktif yang tidak memiliki kesempatan kerja akan menjadi malapetaka bagi negara. Oleh sebab itu tantangan besar yang dihadapi adalah bagaimana mengupayakan agar sumberdaya manusia usia produktif yang berlimpah ini dapat ditransformasikan menjadi sumberdaya manusia yang memiliki kompetensi dan keterampilan melalui pendidikan agar tidak menjadi beban (Darmawan, 2021).

Kewirausahaan merupakan suatu proses dinamis untuk menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa serta kemakmuran. Kewirausahaan merupakan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Thomas W. Zimmerer mengungkapkan bahwa kewirausahaan merupakan proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan mencari peluang yang dihadapi setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang (Saragih, 2017).

Tindakan innovative itu tentu untuk mengantisipasi kemungkinan persaingan kewirausahaan yang dalam wacana ini pasti penuh dengan persaingan. Persaingan dalam startup tidak bisa dihindari. Seiring dengan persaingan, pengusaha menghadapi banyak peluang dan tantangan baik dari luar maupun dalam usaha yang akan sangat mempengaruhi kelangsungan usaha. Oleh karena itu, sangat penting bagi pemilik bisnis untuk selalu mengikuti perkembangan industri, preferensi konsumen, dan faktor lain yang memengaruhi daya saing, serta beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan iklim bisnis. Langkah selanjutnya adalah bagi pemilik bisnis untuk mempertimbangkan dan memilih taktik yang mungkin mereka gunakan untuk tetap berada di depan persaingan. Karena tekanan persaingan yang kuat berdampak besar pada kinerja teknologi, konsumen, dan siklus produk bisnis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Agar bisnis dapat bertahan di saat-saat seperti ini, tindakan tegas dan penggunaan strategi yang baik merupakan prasyarat. Strategi bersaing mencakup teknik atau metode yang digunakan mengembangkan bisnis (Sanny et. al, 2016).

Lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini menuntut perusahaan agar peduli dengan pembuatan produk yang mereka jual untuk bersaing demi keuntungan. Produk yang dikembangkan harus menonjol dari yang lain sehingga dapat dievaluasi berdasarkan kemampuannya sendiri oleh konsumen. Persaingan di dunia usaha telah meningkat seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi baru (Sanny et. al, 2016).

## **Kewirausahaan Berbasis Teknologi.**

Kewirausahaan berbasis teknologi dalam diskursus ini menyangkut bagaimana penggunaan teknologi dalam bisnis, terutama dalam skala yang kecil dan menengah. Dalam konteks ini akan dicontohkan bagaimana teknologi digital media sosial Instagram dapat diberdayakan untuk pengelolaan bisnis. Nama Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram (Nugeraha et al., 2020).

Konten visual memiliki peran yang sangat penting dalam menarik perhatian audience, di mana aspek visual biasanya mampu lebih menarik perhatian dibandingkan dengan deretan kata-kata saja. Peran penting konten visual pada media sosial tentunya juga harus mempertimbangkan metode pengambilan gambar dengan komposisi tertentu, dan juga

konsistensi dalam penentuan unsur visual yang digunakan, seperti penggunaan warna, dan tipografi. Konten visual dapat meningkatkan brand visual yang kuat pada suatu produk, dengan memperhatikan beberapa hal, seperti adanya kesatuan konsep desain pada feed Instagram. Palet warna yang senada pada feed Instagram, akan membuat konten visual mudah dikenali di media sosial. Selain hal tersebut, update produk-produk yang dijual juga sangat penting. Dengan sering memperbarui produk di media sosial, selain dapat memperkenalkan produk-produk yang dijual kepada audience, juga dapat meningkatkan rasa percaya untuk membeli produk yang dijual. Konten visual lainnya seperti testimonial post, quote post, education post, event post, quiz dan parody post juga bisa menjadi strategi yang dapat membantu menyampaikan pesan kepada para audiens dan dapat memberikan dampak pada pemasaran dan penjualan produk (Hanindharputri & Sagung Intan Pradnyanita, 2021).

Hasil yang di dapat memperlihatkan bahwa informan memiliki kebutuhan dalam menggunakan instagram baik dari kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal dan kebutuhan integrasi sosial. Keingintahuan pengguna atas beragam hal dapat terpenuhi dengan melihat konten-konten yang ada di dalamnya. Jika pengguna membutuhkan informasi teraktual terkait situasi terkini di dalam dan luar negeri, tentu dia akan mengikuti akun media massa yang belakangan mulai bermunculan di Instagram (Prihatiningsih, 2017).

Selanjutnya di dalam akun instafgram terdapat beberapa fitur yang bisa digunakan secara maksimal untuk melakukan wirausaha terutama UMKM dalam format digital. Feed Instagram merupakan keseluruhan foto atau video yang diposting dalam akun Instagram. Product Update Post Untuk memperlihatkan produk yang dijual, diperlukan pula konten visual yang berisi produk terkini. Testimonial post merupakan unggahan kesaksian dari konsumen yang telah membeli dan menggunakan produk atau jasa yang disajikan. Quote post merupakan konten kutipan kata-kata yang diambil dari tokoh yang dapat menjadi inspirasi dan motivasi bagi calon konsumen. Penyajian visual pada konten dibuat sederhana dengan gambar yang menarik perhatian, namun fokus hirarki visual adalah pada teksnya. Education post merupakan post yang memberikan informasi tambahan yang berisi pengetahuan lebih seperti tips, trik, informasi singkat yang berkaitan dengan topik produk atau jasa yang dijual. Event post merupakan acara yang dilaksanakan oleh perusahaan dan diinformasikan kepada konsumen. Quiz dan parody post merupakan post yang bersifat hiburan sehingga audience tidak merasa bosan dan dapat menarik perhatian calon konsumen baru (Hanindharputri & Sagung Intan Pradnyanita, 2021).

## KESIMPULAN

Hasil penelitian mendapati bahwa (1) Potensi kewirausahaan sangat tinggi di Indonesia, baik dari ketersediaan sumberdaya manusia, sumberdaya alam, market dan faktor produksi lainnya. (2) Teknologi menjadi instrument penting bagi pengembangan kewirausahaan di Indonesia dalam alaf kontemporer seperti sekarang ini. (3) Penggunaan post seperti product update post, testimonial post, quote post, education post, event post, quiz dan parody post menjadi strategi yang dapat membantu menyampaikan pesan kepada para audiens dan dapat memberikan dampak pada pemasaran dan penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Musyadar. (2022). Konsep dan Proses Kewirausahaan. *Pustaka.Ut.Ac.Id*, 1. <https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/LUHT435403-M1.pdf>
- Darmawan, I. (2021). Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa Melalui Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Caring Economics. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 18(1), 9–16. <https://doi.org/10.21831/jep.v18i1.40035>

- Hanindharputri, M. A., & Sagung Intan Pradnyanita, A. A. (2021). Konten Visual Instagram Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Baru. *Institut Desain Dan Bisnis Bali*, 1–8. <https://www.instagram.com/omosnackbali>,
- Hasan, H. A. (2020). Pendidikan Kewirausahaan: Konsep, Karakteristik, dan Implikasi Dalam Memandirikan Generasi Muda. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 11(1), 99–111. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/view/4909>
- Marti'ah, S. (2017). Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan. *Edutic - Scientific Journal of Informatics Education*, 3(2), 75–82. <https://doi.org/10.21107/edutic.v3i2.2927>
- Nugeraha, A., Karim, A., & Nurliah. (2020). Analisis Fungsi Instagram Sebagai Media Penyebar Informasi Kriminal Di Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi Unmul*, 1(1), 1–15. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/12/01\\_format\\_artikel\\_ejournal\\_mulai\\_hlm\\_ganjil\\_12-15-20-01-09-02\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2020/12/01_format_artikel_ejournal_mulai_hlm_ganjil_12-15-20-01-09-02).pdf)
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Sanny et. al, E. (2016). *Konsep Dasar Technopreneurship*.
- Saragih, R. (2017). Jurnal kewirausahaan. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(2), 50–58.