



MENGGALI POTENSI KEWIRAUSAHAAN DI ERA DIGITAL: TANTANGAN DAN PELUANG

Yuke^{1*}, Naim²

^{1,2}Fakulltas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Pendidikan Ekonomi; Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

*Corresponding Author; yukemiranda36@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari dan menganalisis masalah dan dinamika yang dihadapi oleh kewirausahaan dan inovasi saat menghadapi perubahan mendalam yang terjadi di era digital. Pendekatan holistik memungkinkan pemahaman yang menyeluruh tentang tantangan dan dinamika yang berbeda yang muncul dalam konteks perubahan teknologi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang dinamika kewirausahaan dan inovasi di era digital, yang akan membantu pengusaha dan pemangku kepentingan untuk memahami perubahan dan menyesuaikan strategi mereka sesuai Teknologi kontemporer berkembang dengan sangat cepat. Bagaimana kecerdasan buatan memengaruhi aktivitas ekonomi dan aplikasi berbasis web Perusahaan bersaing semakin ketat karena kemajuan yang pesat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi cara peningkatan kewirausahaan di era digital saat ini, serta potensi peluang dan hambatan. Penelitian ini menggunakan literatur buku, jurnal, dan catatan elektronik lainnya. Pada era digital, teknologi berkembang pesat, tetapi juga memiliki tantangan dan peluang. Ada tingkat persaingan di antara pengusaha, dan generasi muda memiliki lebih banyak kesempatan untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan berkat teknologi.

Kata kunci :

Kewirausahaan;
Tantangan; Peluang,
Era Digital

Artikel ;

Diterima: 13/5/2024
Diperbaiki: 16/5/2024
Diterbitkan: 20/5/2024

PENDAHULUAN

Teknologi kontemporer berkembang dengan sangat cepat. Dampak pengembangan AI pada aktivitas ekonomi Aplikasi berbasis web juga mengalami hal ini. Khususnya dalam industri e-commerce, kemajuan yang pesat membuat persaingan bisnis semakin ketat dan sengit. Kemajuan beberapa pihak telah membuat para pelaku bisnis segala skala harus hadir untuk berkomunikasi dengan klien dan memberikan layanan terbaik. Saat ini, kita melihat pertumbuhan ekonomi digital, dengan sektor inti seperti ritel, perjalanan, dan akomodasi berkembang dengan cepat dan kompleks. Di sisi lain, sektor lain seperti hiburan, media, dan periklanan mengalami perkembangan yang dinamis. Semua ini sangat bergantung pada kemajuan teknologi (Kaur et al., 2016).



Pengusaha sedang mencari transformasi digital untuk memanfaatkan kesempatan ini. Kata "transformasi digital" tidak hanya mengacu pada transformasi bisnis; itu juga dapat mengacu pada perubahan teknologi yang sedang mengubah dunia kita. Transformasi digital adalah ketika prosedur bisnis dirancang ulang untuk memasukkan teknologi digital ke dalam setiap aspek organisasi. Kewirausahaan digital, juga dikenal sebagai kewirausahaan berbasis digital, adalah kesempatan bagi orang-orang untuk memulai bisnis baru dengan menggunakan teknologi internet yang memiliki pengaruh di seluruh dunia (Zizeh, 2018). Pemilik bisnis dan UKM saat ini lebih suka menggunakan platform digital untuk mengatasi persaingan yang ketat dan membuat rencana untuk mempertahankan keberlanjutan bisnis mereka dalam berbagai kondisi. Bisnis dapat membuat strategi pemasaran, meningkatkan visibilitas, dan mengelola data dalam volume yang belum pernah terlihat sebelumnya dengan bantuan teknologi yang disebut sebagai platform digital.

Perkembangan kompetitif yang disebabkan oleh ekonomi digital mencakup kemampuan untuk memproses dan mendistribusikan data dengan lebih cepat, serta fleksibilitas dan digitalisasi proses dan aktivitas. Hal ini dapat digunakan untuk menyebarkan hasil usaha kewirausahaan dan menciptakan peluang baru bagi wirausaha digital.

METODE

Metode yang digunakan dalam kajian ini disebut penelitian kepustakaan, atau library research.. Penelitian Kepustakaan dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan, analisis, dan interpretasi data serta pengorganisasian bahan studi (Zed, 2003:3). Berdasarkan hal tersebut di atas, pengumpulan data untuk penelitian dilakukan dengan cara menelaah dan/atau menelusuri beberapa jurnal, buku, dan dokumen (baik kertas maupun elektronik) serta ringkasan data dan informasi lain yang sejalan dengan penelitian atau analisis.

HASIL DAN DISKUSI

Kewirausahaan Digital

Menurut Davidson & Vaast (2010), "kewirausahaan digital" adalah istilah yang mengacu pada upaya untuk menemukan kesempatan bisnis baru dengan menggunakan internet dan teknologi media terbaru. Dalam menjalankan kegiatan bisnis, teknologi internet harus ada. Ini berbeda dengan kewirausahaan tradisional yang tidak selalu bergantung pada internet. Oleh karena itu, yang membedakan kewirausahaan digital dari kewirausahaan tradisional adalah bagaimana teknologi digital digunakan dalam berbagai bagian operasional rantai nilai bisnis. (Aini dkk., 2023).



Kewirausahaan digital berarti mendirikan bisnis secara online dan menjual barang atau jasa tanpa membeli aset fisik. Contoh bisnis digital termasuk blog, kanal YouTube, platform e-commerce, kursus online, dan solusi teknologi umum lainnya. "Kewirausahaan digital" adalah istilah yang menggambarkan bagaimana kewirausahaan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi digital yang terus-menerus berdampak pada masyarakat dan dunia bisnis. Konsep "kewirausahaan digital" mencakup perkembangan dalam teori, pendidikan, dan praktik bisnis yang telah dilakukan sejak awal tahun 2000. Kewirausahaan digital adalah ketika orang menggunakan platform teknologi, alat komunikasi, dan sumber daya informasi untuk mencari peluang kewirausahaan. Fenomena ini meningkatkan peluang kewirausahaan di negara maju dan berkembang. Data menunjukkan bahwa peraturan dan peraturan yang mendukung media digital secara alami meningkatkan usaha. Secara positif, keadaan ini memberikan para wirausahawan banyak peluang untuk memulai dan membangun bisnis baru. Tetapi tidak boleh diabaikan bahwa ada persaingan yang kuat di antara pengusaha. Perwita (2021)

Karakteristik Digital Marketing

Don Tapscott menyatakan bahwa dalam pemasaran digital ada sembilan elemen penting :

1. Pengetahuan Kemahiran :
Memahami pemasaran digital adalah kemahiran penting bagi pebisnis dan orang-orang di industri ini. Dengan mengetahui informasi ini, pesaing perusahaan dapat memperoleh informasi terbaru tentang peluang inovasi yang kompetitif melalui berbagai saluran.
2. Digitalisasi :
"Digitalisasi" merujuk pada penggunaan teknologi digital dalam pemasaran. Kemajuan teknologi ini membuat komunikasi melalui email lebih cepat dan mudah di seluruh dunia.
3. Virtualisasi (*Digital Emulation*) :
Pelanggan dapat berinteraksi dengan bisnis, bertransaksi, dan melihat iklan melalui internet. Ini mendorong kerja sama bisnis melalui platform digital.
4. Jaringan Internet (*Internetworking*) :
Kerjasama internasional adalah kunci sukses dalam pemasaran digital. Pihak publik, seperti pedagang dan pemasok, bekerja sama dalam kerangka mitra bisnis.
5. Disintermediasi :
Fenomena "disintermediasi" menunjukkan tren fokus pada fasilitator yang lebih sedikit dalam transaksi antara pemasok dan pelanggan.



6. Harmonisasi :
Pemasaran digital mencakup integrasi industri komputer, telekomunikasi, dan konten. Pusat pemrosesan data dan informasi yang diperlukan adalah komputer, yang membentuk inti dari digitalisasi.
7. Orisinalitas (Kecerdasan) :
Dalam lingkungan pemasaran digital yang terus bergerak, mempertahankan keunggulan kompetitif menjadi sangat sulit. Inovasi dan kreativitas menjadi kunci bagi bisnis untuk membedakan diri mereka dan bertahan dalam ekosistem digital.
8. Perdagangan Dunia :
Globalisasi merujuk pada perpindahan nilai-nilai tradisional ke arena global. Ketergantungan pada pengetahuan sebagai sumber daya utama membuat batasan-batasan negara menjadi tidak relevan dalam bisnis online.
9. Kesenjangan Pengetahuan (*Discordance*) :
Kesenjangan ini mengacu pada perbedaan dalam pengetahuan teknologi antara para profesional yang mahir dan yang tidak. Keterampilan teknologi yang mutakhir diperlukan agar bisnis dapat mengikuti perkembangan teknologi yang berkaitan dengan keamanan, integrasi, dan interaksi dalam dunia digital. (Aprilia et al., 2022)

James waat menambahkan bahwasannya ada 3 karakteristik kewirausahaan yaitu:

1. Molekulerisasi
Bisnis dalam ekonomi digital hanya dapat berhasil jika mereka dapat menggunakan metode molekuler. Konsep biologi molekuler sebenarnya berarti sistem yang fleksibel yang dapat menyesuaikan diri dengan situasi dan mengubah dirinya sendiri saat diperlukan untuk mencegah bencana. Bisnis yang beroperasi di internet bersaing langsung dengan pemilik bisnis di seluruh dunia. Organisasi yang menggunakan struktur hierarki atau metrik yang sangat penting dalam dunia bisnis memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan konstan dalam lingkungan bisnis, yang berpotensi mengurangi pangsa pasar. Karena persaingan bebas, struktur pasar dan industri akan sangat mempengaruhi kinerjanya. Strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan pangsa pasar.
2. Harmonisasi
Bisnis online hanya dapat berhasil jika mereka dapat mengintegrasikan (menyatukan) tiga komponen utama: konten, komunikasi, dan komputasi. Saat ini terjadi, komputer memproses data dan informasi sensitif yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi bisnis. Karena memungkinkan data dan informasi terdistribusi secara global, infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK) adalah produk utama dalam industri komunikasi. Sebenarnya, persaingan terletak pada layanan yang dijual melalui internet, terutama dalam industri konten. Untuk kesuksesan bisnis,



ada tiga "C" yang diperlukan. Dalam ekonomi digital modern, penguasaan dan pelaksanaannya sangat penting.

3. Seni Kolaboratif

Selain dua sifat yang telah disebutkan sebelumnya, tampaknya memiliki potensi untuk meningkatkan penjualan. Untuk menangani perubahan yang menantang, kolaborasi saja tidak selalu cukup; upaya tim harus selalu dilakukan. Produk dan jasa yang dibuat melalui kolaborasi harus diubah melalui co-creation agar dapat menghasilkan produk baru yang sesuai dari segi bentuk, warna, kualitas, daya tahan, dan akurasi. Sebagai contoh, jika layanan transportasi digabungkan dengan layanan lain, akan muncul layanan bersama seperti Gojek, GoFood, GoSend, GoTik, dan GoClean. Pada akhirnya, layanan ini mungkin berkembang menjadi layanan baru. Agar dapat beradaptasi dengan perubahan pasar yang sedang berlangsung, perusahaan yang telah lama berdiri dan mendominasi pasar, seperti monopoli, seringkali harus bekerja sama, berkomunikasi, dan bekerja sama dalam tim.

Tantangan Kewirausahaan Digital

Era industri 4.0 menimbulkan banyak masalah, seperti kebisingan dan keamanan teknologi informasi. Stabilitas mesin produksi karena kurangnya tenaga kerja, resistensi pemangku kepentingan terhadap perubahan, dan sistem otomasi yang mengurangi banyak pekerjaan. tentang cara-cara untuk menghadapi tantangan bisnis dan memanfaatkan peluang Industri 4.0 untuk Generasi Milenial, terutama berkaitan dengan "Perkembangan teknologi informasi saat ini, otomatisasi terjadi dengan cepat di segala bidang, menggabungkan dunia digital dan nyata dengan teknologi dan pendekatan baru." (Wicaksono et al., 2021).

Di antara tantangan yang dihadapi oleh wirausaha di era digital adalah sebagai berikut:

1. Konversi Digital:

Karena transformasi digital semakin kompleks setiap hari, masalah dapat muncul jika transformasi tersebut tidak berhasil. Ini dapat dikurangi jika para pekerja tidak menyerah dan tetap optimis.

2. Kecepatan:

Seperti halnya teknologi, orang mengharapkan barang dan jasa yang cepat dan bermanfaat. Pelanggan akan secara bertahap berhenti berbisnis dengan pengusaha jika mereka tidak dapat memenuhi hal ini. Oleh karena itu, bisnis ini harus terintegrasi dengan teknologi agar dapat berkembang lebih cepat.

3. Sumber Daya Pekerja:

Perusahaan harus memiliki sumber daya manusia yang mampu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi jika mereka ingin mendapatkan manfaat dari pembaruan teknologi. Bisnis juga dapat melatih karyawan mereka tentang kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan secara teratur.



4. Zero Supervision:

Ketika pemilik perusahaan hanya berbicara dengan karyawannya tentang masalah pekerjaan Pada kenyataannya, untuk membangun hubungan yang baik, karyawan harus merasa dekat dengan pemimpinnya. Kendala terbesar dalam pengembangan kewirausahaan adalah niat yang tidak tertarik pada usaha, produksi modal, keahlian kerja, kualitas produk, jaminan pasar produk, dan kurangnya kolaborasi. Pasti ada banyak pertanyaan. Ini adalah tantangan bagi mereka yang ingin menumbuhkan jiwa wirausaha dalam diri mereka. Ada sejumlah variabel yang mempengaruhi minat (Santosa, 2014).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nidya Waras Sayekti (2018), transaksi elektronik hanya dapat dilakukan oleh 7,5% dari seluruh pengguna layanan internet yang menggunakan jaringan internet. Ini merupakan salah satu dari banyak tantangan yang ditimbulkan ekonomi digital terhadap perekonomian Indonesia. Hal ini disebabkan oleh cara penanganan kejahatan dunia maya membuat masyarakat tidak percaya pada keamanan data pribadinya. Selain itu, pemerintah tidak memiliki kebijakan yang cukup untuk mengatasi lonjakan ekonomi digital. Asya, 2021).

Peluang Usaha Digital

Menurut Mariotti, potensi pasar yang memungkinkan suatu perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan disebut sebagai peluang bisnis. Dia mengatakan bahwa ketika seorang wirausaha memiliki ide bisnis, mereka meneliti apakah itu memiliki potensi keuntungan, dan kemudian mengembangkan ide jika itu memiliki nilai komersial yang dapat dijual. Bygrave dan Zacharakis mendukung pendapat ini dengan menggambarkan peluang bisnis sebagai kumpulan gagasan dan prosedur yang digunakan untuk membuat konsep bisnis yang didasarkan pada pasar lokal atau kondisi pembeli. Menurut kedua teori ini, dapat disimpulkan bahwa peluang bisnis berasal dari proses pemikiran. Proses ini kemudian membentuk dasar strategi pengembangan bisnis yang didasarkan pada potensi pasar yang ada. Berkat teknologi digital, generasi muda memiliki lebih banyak kesempatan untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaannya. Hapsari dkk., 2023

Untuk sukses sebagai wirausaha, banyak orang yang bekerja sama, baik di dalam maupun di luar organisasi, harus bekerja sama. Cara yang lebih baik untuk bersosialisasi adalah dengan melebarkan sayap dan membangun jaringan. Karena itu, jaringan, komunikasi, kepemimpinan, motivasi, dan gerakan persatuan sangat penting.



Berikut ini adalah beberapa ide atau peluang bagi Anda untuk berbisnis. Adiaty dan Purwana (2011).

1. Barang dagangan terkini Produk yang akan dijual dapat berupa barang atau jasa. Produk harus menonjol dari persaingan dan memiliki fitur unik yang memudahkan pelanggan mengingat manfaatnya. Variasi ini dapat terwujud sebagai manfaat dalam hal biaya dan kualitas (utilitas, kemudahan, atau kelemahan).
2. Pameran yang diadakan setelah pameran dagang dan dipersembahkan oleh pemilik bisnis yang ingin memberi tahu Anda tentang produk baru. Tidak menutup kemungkinan untuk berkolaborasi dengan pengusaha lain melalui kegiatan ini.
3. Pendirian Pemerintahan Tujuan dari sejumlah organisasi pemerintah adalah untuk mendukung bisnis di masyarakat dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
4. Lembaga Akademik Tujuan dari lembaga yang mirip perguruan tinggi ini adalah untuk membina penelitian dan memberikan pengabdian pembelajaran kepada individu yang dapat membantu pengembangan usaha masyarakat.
5. Media Informasi Informasi dapat diperoleh melalui media informasi yang meliputi buku, surat kabar, majalah, dan internet.
6. Memanfaatkan rumah tinggal sebagai lokasi warung tradisional; membuka kantin di dekat sekolah, kampus, atau kantor;
7. Beternak ikan hias atau lele; beternak ayam, bebek, dan kambing; dan beternak ikan hias atau lele. (Farida et al., 2020)

KESIMPULAN

Dengan munculnya kewirausahaan digital, kewirausahaan mengalami transformasi besar di era komputer dan internet saat ini. Kewirausahaan digital membedakannya dari kewirausahaan tradisional karena menggunakan internet dan teknologi media terbaru untuk mencari peluang bisnis baru. Para wirausahawan dari berbagai latar belakang melihat peluang baru melalui platform kewirausahaan online. Namun, ada beberapa masalah yang harus diatasi dalam kewirausahaan era digital. Beberapa di antaranya adalah konversi digital, kecepatan dalam memberikan layanan, pengelolaan sumber daya manusia yang sesuai dengan kemajuan teknologi, dan keamanan informasi. Selain itu, keyakinan masyarakat terhadap keamanan data dalam transaksi digital masih perlu diperbaiki.



Pengakuan

Ucapan terimakasih disampaikan kepada dosen pembimbing yaitu bapak Naim, S.Pd., M.Pd. yg telah mendampingi, membimbing dan mengarahkan peneliti selama penyusunan artikel berlangsung, penyusunan artikel ini tentu sangat bermanfaat untuk peneliti kedepannya dalam penyusunan artikel ilmiah. Semoga artikel yg di dusun oleh peneliti dapat memberikan manfaat bagi khasanah insan penulis khususnya dunia pendidikan.

REFERENSI

- Aini, N., Martha, D., Amanah, N., & Putri, N. K. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Digital di Indonesia. *COOPETITION: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 243–252.
- Aprilia, R., Wibowo, P., & Sitorus, F. (2022). Implementation Of Digital Marketing In Maintaining MSMEs During The Covid-19 Pandemic Penerapan Digital Marketing Dalam Mempertahankan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej> 3(4), 2283–2291.
- Aysa, imma R. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia Challenges of Digital Transformation for Indonesia's Economic Progress. *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 140–153.
- Caniago, I., & Hayati, K. (2019). Kewirausahaan Teknologi Digital. *Pemberdayaan Pebisnis Milenial*, 3(1).
- Davidson, E. and Vaast, E. (2010). Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment. *Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, 1–10.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi Wirausaha Sukses*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Farida, S. I., Prasetiyani, D., Safiih, A. R., Prasada, D., & Ismanto, B. (2020). Humanis Humanis. *Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2), 127–135.
<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/4991>
- Hair, N., Wetsch, L., Hull, C., Perotti, V. and Hung, Y.-T. (2012). Market orientati on digital entrepreneurship: advantages and challengesa web 2.0 networked world. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 9(6), 1–17.



- Hapsari, V. R., Usman, U. U., & Atlantika, Y. N. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Peluang Usaha Oleh Umkm Di Wilayah Perbatasan. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 11(1), 495–500. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3187>
- 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*, 4(3), 290–303.
- Kasidi, K. (2020). Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(1), 17. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i1.1223>
- Kaur, P., Dhir, A., Chen, S., & Rajala, R. (2016). Flow in context: Development and validation of the flow experience instrument for social networking. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.039>
- Keling, Mansur dan Sri Ulfa Sentosa. (2020) “The Influence of Entrepreneur Learning, Self Efficacy and Creativity Toward Students Enterpreneurial Interests of Tarbiyah and Teachers Training Facult, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.” ATLANTIS PRESS, .
- Le Dinh, T., Vu, M.C. and Ayayi, A. (2018). Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1–17.
- Miftitah, F. A. N., & Mashudi, M. (2023). Peluang Bisnis Bagi Umkm Di Era Digital (Studi Kasus Pada Umkm Sheo Sweet Di Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(1), 358–365.
- Perwita, D. (2021). Telaah Digital Entrepreneurship: Suatu Implikasi Dalam Mengatasi Permasalahan Ekonomi. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 9(2), 40–51. <https://doi.org/10.24127/pro.v9i2.4511>
- Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S. and G. (2017). Digital entrepreneurship: innovative business models for the sharing economy. *Creativity and Innovation Management*, 26(3), 300–310.
- Santosa, I. (2014). Masalah dan Tantangan Pengembangan. *Jurnal Inovasi Dan*



Kewirausahaan, 3(3), 203–207.

Sartono, S. (2021). Kewirausahaan Digital. *JURNAL BENEFIT*, 10(2), 6.

Vikrant, N. (2021). Digital entrepreneurship. *Information Systems Journal*, 28(6), 1125–1128. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/isj.12219>

Widhi Wicaksono, Suyatin, Heri Murtiyoko, A. A. E. (2021). Peluang dan Tantangan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Perkusi*, 3(3), 1. <https://voi.id/ekonomi/147117/peluang-dantantangan-bisnis-di-era-digital-apa-saja>

Asikin, M. Z., & Fadilah, M. O. (2024). Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi: Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303-310.