

INOVASI SELF-EFFICACY WIRAUSAHA DALAM MENGENALI TANTANGAN KESUKSESAN DIGITAL *START UP* PASCA PENDEMI COVID-19

Karjono^{1*}, Evyana diah kusumawati¹

¹Program Studi Ketatalaksanaan Pelayaran Niaga,
Politeknik Bumi Akpelni, Jl. Pawiyatan Luhur II No. 17, Bendan Duwur,
Kec. Gajahmungkur, Kota Semarang, Jawa Tengah 50235

*Email: karjono@akpelni.ac.id

Abstrak

Inovasi self-efficacy menjadi faktor penting dalam menentukan minat serta mengembangkan visi yang akan dibawa dalam kehidupan. Pelaku start up wajib hukumnya memiliki kemampuan berinovasi dan berkreasi dalam memenangkan persaingan di era digital ketika pelaku tersebut memiliki niat untuk memiliki atau meningkatkan pendapatan. Pentingnya bangkit pasca Covid-19, talenta digital menjadi peluang utama untuk memulai usaha baru dan menciptakan kompetensi dalam ekosistem mengenali tantangan menjalankan usaha yang sudah ada. Kolaborasi perguruan tinggi maritim dan dunia industri maritim harus lebih adaptif dan fleksible dengan dunia kerja, dunia usaha, dunia industri dan perkembangan yang terjadi untuk memenuhi memenuhi kebutuhan talenta digital. pelaku start up sudah waktunya terbuka dengan ide-ide baru untuk mengembangkan proses produksi dan kualitas produk serta menjadikan aspek inovasi menjadi strategi bisnis.

Kata Kunci: Inovasi, Digital, Start - Up.

Abstract

Self-efficacy innovation is an important factor in determining interests and developing the vision that will be brought to life. Perpetrators must have the ability to innovate and be creative in winning the competition in the Digital era when the perpetrator has the intention to own or increase income. The importance of rising after Covid-19 is, Digital talents are the main opportunity to start new businesses and create competencies in the ecosystem to recognize the challenges of running an existing business. The collaboration of universities and the maritime industry must be more adaptive and flexible with the world of work, the business world, the industrial world, and the developments that occur to meet the needs of digital talents. Start-Up players are the time to open up with new ideas to develop the production process and product quality and make the innovation aspect into a business strategy.

Keyword: *Inovation, Digital, Start - Up*

PENDAHULUAN

Start up dapat merupakan Organisasi kecil, yang memiliki model bisnis yang berani dan dapat digunakan sebagai referensi. Munculnya keinginan berwirausaha pada seseorang ketika memiliki keinginan kuat untuk menghasilkan pendapatan dengan nilai tak terbatas. salah satu karakteristik yang dimiliki oleh sesorang wirausaha yang sukses adalah memiliki prespektif ke depan, kreatifitas yang tinggi, berkomitmen terhadap pekerjaan, bertanggung jawab, mandiri, berani mengenali resiko, selalu berusaha mencari peluang baru, generasi penerus bangsa mahasiswa terutama sehingga diperlukan peran besar civitas akademika perguruan tinggi dalam memotivasi

mahasiswanya untuk menjadi wirausahawan muda. Bisa dilakukan berbagai macam kegiatan aplikatif yaitu dengan mengadakan berbagai macam pelatihan kewirausahaan dan kompetisi kewirausahaan yang dapat ditingkatkan intensitasnya sehingga dapat mendorong siswa agar lebih termotivasi untuk menjadi wirausaha di masa depan (Marditama, 2019).

Teknologi digital menadnai era baru dalam dunia Usaha dalam mensosialisasikan berwirausaha secara Digital, berimplikasi pada kebijakan yang lebih luas berupa Big Data pada pengguna jasa atau produk. dengan digitalisasi produk dan layanan lintas Industri maka peluang berwirausaha semakin diresapi dan berkembang (Nambisan, 2017)

Jumlah Perilaku Inovatif merupakan upaya yang harus dilakukan untuk menghasilkan pengenalan, penerapan ide baru atau gagasan baru yang harus dilakukan. Inovasi bisa tumbuh karena ada kebutuhan, apapun persoalan-persoalan selalu menyediakan atau menciptakan kesempatan, yaitu kesempatan untuk belajar, tumbuh, dan untuk meningkatkan situasi kita lebih baik dari sebelumnya. Keberhasilan seseorang didalam hidup, berpangkal dari kemampuan seseorang mengidentifikasi adanya masalah atau kebutuhan kemudian mengembangkan menjadi opportunity.

Keyakinan yang kuat terhadap kemampuan individu untuk melakukan kegiatan sebagai entrepreneur. Efikasi diperoleh dari pengalaman hidup. Sebuah Efikasi diri yang positif akan mendorong keyakinan dalam diri untuk menuju tujuan akhir dari cita-cita. Proses belajar, secara langsung atau tidak langsung, seseorang akan mengembangkan *self efficacy* dalam dirinya.

LANDASAN TEORI

Self efficacy menurut Bandura (dalam Indarti, 2008) adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Jika seseorang sudah memiliki kepercayaan dan keyakinan untuk memulai maka orang ini akan berani mengambil resiko sebagai seorang wirausaha. Efikasi diri merupakan faktor penting dalam mempengaruhi intensitas berwirausaha (Indarti, 2008). Efikasi diri yang tinggi akan membantu seseorang dalam mengambil keputusan, memiliki arah pemikiran yang terfokus, memiliki rasa percaya diri yang kuat dan menghadapi resiko yang ada. *Self-efficacy* juga terdiri dari beberapa dimensi, antara lain : magnitude (tingkat kesulitan) mengacu pada tingkat kesulitan tugas, *Strength* (kekuatan) mengacu pada kemampuan individu, *Generality* (umum) berkaitan dengan perilaku dan keyakinan individu. Pentingnya efikasi diri menentukan apa yang akan diambil seseorang karena menurut Indarti (2008) *self-efficacy* karir seseorang dapat menjadi faktor penting dalam menentukan apakah minat berwirausaha seseorang telah terbentuk pada tahap awal seseorang memulai karirnya. Konsep efikasi diri sebenarnya merupakan inti dari teori kognitif sosial yang dikemukakan oleh Albert Bandura yang menekankan pada peran pembelajaran observasional, pengalaman sosial, dan determinisme bersama dalam perkembangan kepribadian. Menurut Bandura (dalam Jess Feist

& Feist, 2010:212) efikasi diri adalah keyakinan seseorang pada kemampuannya untuk menjalankan beberapa bentuk kontrol atas fungsi dan kejadian orang itu sendiri di lingkungan. Bandura juga menggambarkan *Self Adequacy* sebagai penentu bagaimana orang merasa, berpikir, memotivasi diri, dan berperilaku (Bandura, 1994:2). *Self-efficacy* merupakan salah satu aspek *self-knowledge* atau pengetahuan diri yang *withering* berpengaruh dalam kehidupan manusia sehari-hari. Hal ini dikarenakan efikasi diri yang dimiliki juga mempengaruhi individu dalam menentukan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan, termasuk perkiraan berbagai kejadian yang akan dihadapi. *Self-efficacy* adalah keyakinan bahwa seseorang dapat menguasai situasi dan mendapatkan hasil positif. Bandura (Santrock, 2007:286) mengatakan bahwa efikasi diri berpengaruh besar terhadap perilaku.

Suatu Organisasi yang dirancang untuk menemukan model bisnis yang tepat sasaran agar dapat menghasilkan pertumbuhan yang cepat pengertian dari *Start up* (afdi & Purwanggono, 2018) sedangkan makna digital yang dimaksudkan pada judul adalah cara mengintegrasikan digitalisasi pada produk dan prosesnya. Perkembangan *Start up* sangat pesat, pada tahun 2019 negara kita pada peringkat 1.939 (sumber .Top ranking 2019) terdapat dukungan yang sangat baik dari Pemerintah terkait *Start up* , semisal membentuk Gerakan nasional *Start up* melalui kementerian komunikasi dan informatika bekerjasama dengan dengan perusahaan-perusahaan, pada maret 2022 Negara kita menduduki peringkat 5 *Start up* melansir dari *start up* rangking.com. Perolehan top 10 countries dengan *start up* tertinggi didunia adalah sebagai berikut: Amerika Serikat: 70.965, India: 12.871, Inggris: 6.186, Kanada: 3.271, **Indonesia: 2.324**. *Start up* merupakan perusahaan yang bertujuan untuk terys tumbuh, dan esensi *Start up* Adalah tumbuh serta segala sesuatu yang dikaitkan dengan perusahaan adalah tumbuh (Patel, 2015). *Start up* adalah Institusi yang didesain untuk mengembangkan produk atau jasa baru dan berada dalam kondisi yang penuh tidak kepastian (RIP, 2014). Sinergy berpengaruh dalam kesuksesan sebuah *start up*, walaupun pada tahap awal sebuah *start up* harus banyak melakukan eksekusi dan pekerjaan masih dilakukan oleh sekelompok kecil yang tergabung menjadi tim *start up* . Seluruh narasumber setuju bahwa

sinergi diartikan sebagai sharing. Dengan kata lain, kunci dari sinergi adalah sharing. Hasil sharing ini memberikan beberapa manfaat dalam menunjang kesuksesan sebuah start up. Manfaat pertama adalah memberikan efisiensi jangka panjang bagi start-up dalam bekerja mengingat bahwa sebuah tim start up terdiri dari berbagai macam latarbelakang yang menjadikan frame (asumsi) kerja yang berbeda-beda pula. Manfaat yang kedua adalah meningkatkan munculnya ide-ide baru akibat dari beragamnya sudut pandang. Hal ini mendukung pendapat bahwa diversity akan mendorong terjadinya kreatifitas dan inovasi. Ide-ide baru ini akan sangat berguna untuk pengembangan produk lama maupun produk baru sehingga sangat berguna dalam early stage dari suatu perusahaan rintisan. Hasil dari sharing ini juga dapat menciptakan revenue chanel yang baru yang sangat berguna bagi start up, terutama untuk produk baru. Sebagaimana diketahui bahwa pada tahap ini start up harus banyak melakukan eksekusi, sehingga eksekusi produk yang dilakukan adalah berdasarkan hasil sharing tersebut. Manfaat ketiga adalah berkembangnya ilmu dalam internal tim akibat bergabungnya ilmu-ilmu baru yang bersumber dari beragamnya latar belakang tim.

METODE

Penggunaan metodologi merupakan suatu langkah yang harus ditempuh agar data-data yang sudah terseleksi dapat terjawab secara valid, reliable dan obyektif, dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan, sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

1. Objek Kajian

Penelaahan terhadap inovasi self-efficacy wirausaha dalam mengenali tantangan kesuksesan digital *start up* pasca pandemi covid-19

2. Subjek Kajian

Pelaku start Up pasca covid-19

3. Sumber Data

- Sumber Data Primer, yaitu hasil wawancara, penyebaran angket-angket daftar pertanyaan (kuesioner) dan observasi (identifikasi permasalahan).
- Sumber Data Sekunder, yaitu berupa pelaku *start up* dan buku-buku / literatur, serta dokumen yang berkaitan dengan permasalahan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data yang dipakai adalah sebagai berikut:

- a. Kuisisioner dan Wawancara
- b. Studi pustaka, yaitu dilakukan dengan cara menelaah buku-buku, jurnal, dll

5. Analisis Data

Data-data yang didapatkan dari hasil pengumpulan data kemudian akan diolah untuk pembahasan lebih lanjut. Adapun metode yang dipakai dalam penelitian kali ini adalah indikator kualitatif adalah pelaku *Start up* pascaCovid-19.

6. Keabsahan Data

Penelitian kualitatif harus memenuhi keabsahan data (Lincoln dan Guba, 1985). Oleh karena itu penelitian ini menggunakan kriteria, yakni : (a) Derajat Kepercayaan (Credibility). Penerapan kriteria derajat kepercayaan dimaksud sebagai pengganti konsep validitas internal dari penelitian non kualitatif. Untuk mencapai derajat kepercayaan dimaksud, maka proses analisis data (pengumpulan, reduksi, penyajian dan kesimpulan). (b) Keteralihan (Transferability, merupakan upaya membangun persamaan persepsi antara Peneliti dengan pembaca atau pengguna. (c)Ketergantungan (Dependability), dalam istilah konvensional disebut dengan reliabilitas, yang merupakan syarat bagi validitas. (d) Kepastian (Confirmability), Kriteria kepastian dalam penelitian ini dimaksudkan hasil penelitian tidak bias atau menyimpang dari realita yang ada, rumusan masalah dan tujuan penelitian.

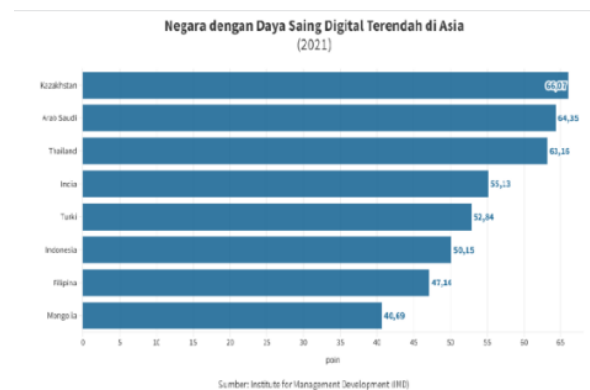
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kurang talenta digital di bidang TIK dan teknologi baru.

Kurangnya Talenta Digital di negara kita sudah terjadi dalam beberapa tahun terakhir, pada setiap tahunnya Indonesia kekurangan 900.000 berakibat banyak korporasi yang mendatangkan tenaga ahli dari luar negeri, relevansi pendidikan yang ada saat ini belum bisa memenuhi kebutuhan digital talenta. Dalam lima tahun terakhir terutana masa pandemi covid 19 muncul celah bahwa Indonesia menjadi pemain ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara. Indonesia dengan sekitar 272 juta penduduknya semakin terkoneksi dengan dunia digital dan masuk 5 besar pengguna internet terbesar, dengan angka 196 juta pengguna di tahun 2020, Ada 1400

penduduk baru yang online setiap jamnya, dengan semakin bertambahnya pengguna internet maka semakin berkembang ekonomi digital Indonesia. Menurut penelitian Google, ekonomi digital Indonesia menghasilkan sekitar 40 miliar \$ pada tahun 2019 tahun di mana aplikasi transportasi online dan e-commerce lokal berlomba-lomba untuk menjadi nomor satu. Pada tahun 2021 melonjak menjadi 70 miliar\$ dan pendapatan Indonesia dari ekonomi digital diprediksi akan naik 108% selama 4 tahun terakhir menjadi 146 Miliar\$. Prediksi kenaikan ini berdasarkan meningkatnya konsumen Digital dan semakin mudahnya peraturan pemerintah. Namun kesempatan tersebut akan hilang jika tidak memperhatikan faktor terpenting Talenta Digital, Pertumbuhan ekonomi dan Star-Up sangat tergantung pada talenta digital yang mahir tetapi jumlah talenta tersebut masih jauh yang dibutuhkan, Kurangnya talenta digital tersebut menjadi perhatian penting presiden Joko Widodo, menurut beliau Indonesia membutuhkan talenta digital sebesar 9 juta untuk 15 tahun kedepan, ini kurang lebih membutuhkan 600.000 pertahun, sehingga kita bisa membangun ekosistem terbaik bagi talenta-talenta digital. Jika kita melihat hal tersebut 272 pengguna internet menurut agensi komunikasi PBB (International Communication Union) ada 3 tingkat ketrampilan digital : (1) Ketrampilan Dasar yaitu mereka yang mampu memnidahkan dan menfolder dan mengirim data melalui e-mail, (2) Ketrampilan Standar yaitu : kemampuan membuat konten dari perangkat smart phone, (3) Ketrampilan lanjutan yaitu : mereka yang mampu membuat program komputer termasuk pada kemampuan dengan ketrampilan lanjutan. Walaupun Indonesia masuk dalam ketrampilan dasar, angka tersebut masih jauh dengan negara-negara berkinerja tinggi di Asia, Tiongkok, Korea selatan dan Japan tidak lebih dari 25% kemampuan negara kita standart dan hanya 3,5% kita mempunyai kemampuan tingkat lanjutan. Hal ini yang perlu diperhatikan 3,5% mempunyai peranan penting dalam tranformasi Digital yang bisa mengatasi Kekurangan talenta digital di bidang TIK dan teknologi baru. Tanpa mereka Indonesia terpaksa mengambil SDM dari luar negeri atau outsourcing. Data pada era sekarang adalah jenis kekayaan baru, tanpa mereka yang ahli dalam talenta digital sangat sulit mendapatkan Individu yang memahami dan mempunyai Talenta digital bisnis, banyak lulusan dibidang TIK tetapi prosentase sangat minim selanjutnya kurangnya

kolaborasi antara akademia dan juga industri ini membuat jarak talenta digital semakin melebar, Skil Gab atau perbedaan standar kualitas Sumber daya manusia bidang digital menjadi temuan setiap saat didunia start up saat ini. Berdasarkan laporan IMD World digital Competitiveness Ranking 2021, skor indeks daya saing digital Indonesia sebesar 50,17 poin. Skor itu merupakan yang ketiga terendah di Asia. Posisi Indonesia yang berada pada kelompok Break out di tahun 2021 Peringkat 3 terendah di Asia.



Gambar 1. Negara dengan Daya Saing Digital di Asia

Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu fokus dalam pembangunan nasional Indonesia di bidang komunikasi dan informatika. Salah satu upaya pemerintah melalui Kominfo dalam menciptakan SDM yang handal dan profesional serta berdaya saing tinggi melalui pendidikan formal memberikan beasiswa dalam dan luar negeri bagi pascasarjana, untuk masyarakat umum, bekerja sama dengan beberapa Universitas di Indonesia dan luar negeri.



Gambar 2. Grafik Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

Data Beasiswa S2/S3 Bidang Kominfo 2015-2019
 Sumber: <https://balitbangsdm.kominfo.go.id>

Pengetahuan dan strategi mempersiapkan talenta-talenta Digital menjadi salah satu aset

yang berharga dan dapat diolah dalam berbagai kehidupan StarUp, melalui peningkatan kualitas lembaga pendidikan dan upaya peningkatan pelayanan terbaik bagi stakeholder akan meningkatkan potensi dan daya saing di kancan internasional, Berdasarkan International Institute for Management Development (IMD) World Digital Competitiveness Ranking 2019, secara keseluruhan Indonesia menduduki posisi ke 56 dari 63 negara. Ada tiga faktor yang menjadi landasan dalam penentuan peringkat dalam studi tersebut, yaitu (1) Tingkat pengetahuan, merupakan pengetahuan yang diperlukan untuk menemukan, memahami, dan membangun teknologi baru. Aspek tersebut dipengaruhi oleh ketersediaan talenta, pendidikan dan pelatihan, serta konsentrasi/ fokus pada sektor ilmiah ; (2) Tingkat teknologi, merupakan konteks keseluruhan yang memungkinkan perkembangan digital teknologi. Aspek tersebut dipengaruhi oleh kerangka regulasi, modal/capital, serta kerangka teknologi; (3) Tingkat kesiapan dimasa mendatang, merupakan kesiapan negara untuk menggunakan dan mengeksplorasi transformasi digital.

Kolaborasi industri maritim dan bersama Dunia pendidikan sudah saatnya terlibat dalam menyusun kurikulum yang relevan. Kolaborasi perguruan tinggi maritim dan dunia industri maritim harus lebih adaptif dan fleksible dengan dunia kerja, dunia usaha , dunia industri dan perkembangan yang terjadi untuk memenuhi kebutuhan talenta digital. Potensi munculnya dunia kerja baru berbasis digital perguruan tinggi mempunyai peranan penting melakukan perbaikan kurikulum bersama industri riil yang akan dihadapi lulusan. Lulusan akan mengetahui apa yang akan terjadi di dunia usaha dan dunia industri, sementara di dunia usaha dan industri dapat masuk ke perguruan tinggi untuk membawa profesi dan permasalahan digital talenta ke lingkungan kampus. Untuk menciptakan ekosistem yang bersinergi antar kedua lembaga tersebut (antara dunia usaha dan dunia industri), perlu adanya keterlibatan berbagai pihak yang berkepentingan. Penyusunan kurikulum yang melibatkan industri sebagai pengajar di kampus memberikan pandangan kepada mahasiswa untuk mengenal digital talenta. Implementasi merdeka belajar kampus mendorong mahasiswa memahami dunia kerja sehingga akan menciptakan tenaga ahli yang bisa memenuhi digital talenta.

Faktor –faktor Kurangnya berinovasi menghadapi tantangan kesuksesan bisnis era start up digital

Dampak Covid 19 terhadap bagaimana kita beranjak dari aktivitas yang komunal menjadi yang lebih nonkomunal, beranjak dari aktifitas off line menjadi on line, intinya era covid kita diantarkan bahwa digital memberikan kesempatan kepada semua orang untuk mengakses dan memanfaatkan Digital secara produktif. Banyak studi menunjukkan bahwa teknologi digital ini sebagai katalis perekonomian. Posisi Starup kecil bisa mendapatkan value pasar dan omzet besar dalam waktu relatif lebih cepat kemudian dalam waktu singkat menukik pada posisi starup pada psoisis kehancuran, ini yang akan kita kaji apa yang akan dilakukann *start up* dan bagaimana nasib *start up* kedepannya, bahwa kondisi penurunan ini tidak hanya terjadi pada *start up* tetapi terjadi penurunan besar pada bisnis lainnya. Posisi *bubble* ini muncul lagi era Covid 19 banyak PHK karyawan banyak *start up* berguguran, bahkan tutup usaha karena mimpi indah pelaku usaha tersebut berantakan. Pada akhirnya mereka sadar, bukan perkiraan yang membuat sebuah usaha bertahan,tetapi profit dalam penjualan besar yang membuat perusahaan tetap hidup supaya dapat memperkirakan dan hati hati sesuai harapan butuh pengalaman yang panjang, inilah yang terjadi pada lulusan sekarang mereka jago teori minim praktek dan pengalaman mengelola *start up*.Aspek inovasi menjadi salah satu faktor penghambat untuk berkembangnya industri tantangan kesuksesan bisnis era *start up* digital, dari data penelitian indikator inovasi belum menunjukkan kinerja yang baik,47% mengetahui teknologi baru yang bisa diterapkan dalam aktifitas startUp untuk mencapai tujuan awal keunggulan bersaing secara berkelanjutan.Inovasi seharusnya menjadi kata kunci utama untuk memenangkan persaingan khususnya yang memiliki *product life cycle* yang pendek, termasuk industri era digital sekarang.

Potensi sumber daya yang dimiliki perusahaan belum dimanfaatkan secara optimal.

Kekuatan yang dapat mempengaruhi perubahan dalam membangun *Human Capital* atau potensi sumber daya yang dimiliki dalam lingkungan perusahaan memiliki pengaruh besar dalam mencapai tujuan dalam rangka perubahan lingkungan, baik perubahan yang alami maupun

yang terstruktur. Sumberdaya manusia dituntut untuk lebih peka terhadap perubahan lingkungan sekitar dan global sehingga sumber daya yang dimiliki oleh organisasi dan perusahaan harus mendapat perhatian yang progresif mengikuti tuntutan potensial. Dalam hal ini *Control of Advertise*, yaitu perusahaan dan organisasi digiring untuk melakukan strategi baru karena pasar selalu fluktuatif dengan penekanan pada peningkatan penjualan atau target dan munculnya pendatang baru di *Advertise Share (Club Item and Benefit)*, sehingga perusahaan dan organisasi harus mengupgrade tanggal barang dan jasa yang dijual, cara membuat barang dan jasa yang murah, multifungsi dan mudah didapat. *Abdicate of Company* adalah aset perusahaan dan organisasi saat ini berupa kekayaan dan keragaman hak cipta (paten/ desain) menjadi keunggulan yang dapat memperkuat *Human Capital* di perusahaan dan organisasi yang harus dilindungi dan dihargai. *Present Value (Control of Esteem)* yaitu perusahaan dan organisasi sejak didirikan telah tertuang dalam filosofi nama dan simbol yang merupakan simbol kekuatan untuk menciptakan budaya kerja yang kuat, mulai ditandai dengan visi, misi, tujuan dan menampilkan slogan-slogan yang dapat memotivasi anggota organisasi dan perusahaan sehingga akan membentuk karakter dan budaya kerja yang seiring dengan itu akan tercipta suasana lingkungan kerja yang terbentuk dari apa yang telah tertulis dan pesan yang tertanam dalam benak setiap anggota/ karyawan dan proses adaptasi ini memakan waktu yang cukup lama sehingga setiap karyawan seumur hidupnya bekerja untuk mencapai profesionalisme yang diinginkannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam rangka menjawab tujuan diatas bahwa kaitan masing-masing tahapan analisis **pertama**, Pertumbuhan ekonomi dan Star-Up sangat tergantung pada talenta digital yang mahir tetapi jumlah talenta tersebut masih jauh yang dibutuhkan peneliti merekomendasikan potensi startUp menciptakan peluang-peluang usaha bagi usaha mikro,kecil,menengah, untuk mendapatkan akses digital guna mewujudkan "the digital Energy of Asia" dengan melibatkan Stakeholder termasuk dunia pendidikan, **Kedua** pelaku *StartUp* sudah waktunya terbuka dengan ide-ide baru untuk mengembangkan proses produksi dan kualitas produk serta menjadikan aspek inovasi

menjadi strategi bisnis. Keterlibatan seluruh sumberdaya manusisa didalam perusahaan memahami jenis dan pererapan strategi inovasi. **Ketiga**, Potensi Sumberdaya manusia dituntut untuk lebih peka terhadap perubahan lingkungan sekitar dan global sehingga sumber daya yang dimiliki oleh organisasi dan perusahaan harus mendapat perhatian yang progresif mengikuti tuntutan potensial melalui pelatihan teknis dan manajemen produksi komersial,perluasan pasar,pengembangan network, serta memiliki jiwa inovatif,mandiri dan berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. (2022). <https://balitbangsdm.kominfo.go.id>. Diakses: 1 Agustus 2022
- Digital Bisa. (2022). Wah, Indonesia Menduduki Peringkat 5 Startup di Dunia!. <https://digitalbisa.id/artikel/indonesia-peringkat-5-start-up-dunia-iRVnA/> Diakses: 21 novemver 2022
- <https://je.ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/download/7900/6807> akses pada 21 /8/2022
- Indarti, N. (2008). *Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang dan Norwegia*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia 23 (4) hlm 1-27.
- Lincoln, Yvonna S & Egon G. Guba. 1985. *Naturalistic Inquiry*. California: Sage
- Marditama, t. (2019) 'model pembelajaran kewirausahaan dalam upaya peningkatan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha. (studi kasus pada fakultas ekonomi universitas nurtanio bandung)
- Nambisan, S. (2017) 'Digital Entrepreneurship
- Patel, N. (2015). 90% Of *Start up* s Fail: Here's What You Need To Know About The 10%, dilihat dari , <<https://www.forbes.com/sites/neilpatel/2015/01/16/90-of-start-up-s-will-fail-heres-what-you-need-to-know-about-the-10/>>, akses 21/9/2022
- Rip, Empson. (2014). Paul Graham Shares Lessons Learned From 630+ YC

Start up s, But Don't Expect Him To
Launch His Own, Social Techcrunch,
Dilihat dari
[http://social.techcrunch.com/2014/02/
24/paul-graham-steps-back-at-yc-
but-dont-expect-him-to-launch-a-start
up/](http://social.techcrunch.com/2014/02/24/paul-graham-steps-back-at-yc-but-dont-expect-him-to-launch-a-start-up/) akses 21 novemver 2022

Trihudyatmanto, M. (2017). Pengaruh
efikasi diri (self efficacy) dan
intensi berwirausaha terhadap spirit
technopreneurship (studi kasus di
sentra pengrajin teralis di desa
Jlamprang kecamatan Wonosobo).
Jurnal Penelitian dan Pengabdian
Kepada Masyarakat UNSIQ, 4(2),
154-166.
[https://doi.org/10.32699/ppkm.v4i2.4
18](https://doi.org/10.32699/ppkm.v4i2.418)