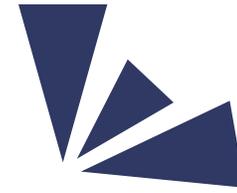
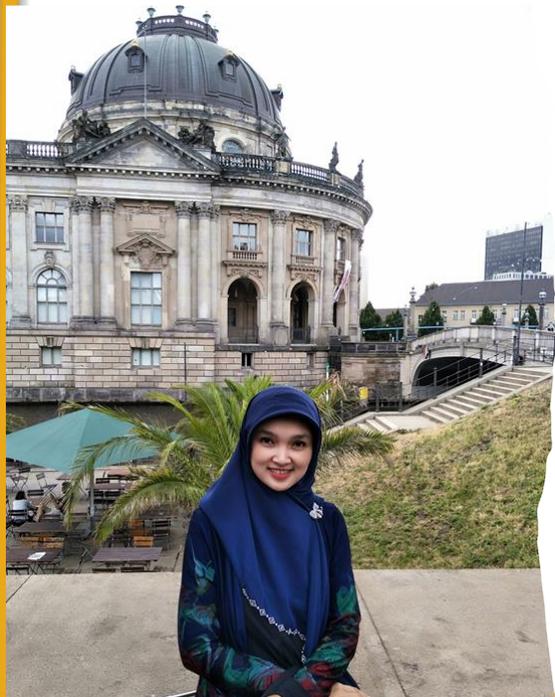




STRATEGI KEWIRAUSAHAAN DIGITAL



PENGANTAR



Dini Turipanam Alamanda

@turipanam

@sharingaddicted

@bisnisdigital_uniga





Munculnya platform jual beli online turut mempengaruhi turunnya penjualan peretail konvensional. Kemajuan teknologi menawarkan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan beberapa aktivitas sehari-hari seperti berkomunikasi, membeli barang, memesan tiket, hingga bertransaksi hanya dengan menggunakan gawai. Hal ini dimanfaatkan tidak hanya oleh masyarakat sebagai konsumen, tetapi juga oleh penjual dan produsen untuk mentransformasi proses produksi hingga distribusi menjadi lebih digital.

Pemerintah melalui kementerian terkait juga melakukan upaya untuk mendorong transformasi bisnis dan membentuk ekosistem masyarakat yang siap menghadapi kemajuan teknologi, salah satunya adalah dengan membuat :

PROGRAM PETA JALAN E-COMMERCE 2017-2019



Terdapat kontribusi sektor UMKM terhadap PDB :

Peningkatan UMKM terhadap PDB (Produk Domestik Bruto)

60,34 %

57,84 %



Dengan kontribusi besar yang diberikan UMKM kepada negara, pemerintah pun mendorong UMKM menuju digital (go digital) guna semakin memperluas jangkauan pasar pelaku bisnis UMKM.

UMKM  go → DIGITAL

INDONESIA THE DIGITAL ENERGY OF ASIA

2020 GO DIGITAL VISION



menargetkan

US\$ 130 miliar transaksi e-commerce



Langkah-langkah yang dilakukan pemerintah pun mulai terlihat dari sejumlah program dan fasilitas yang disiapkan baik oleh pemerintah pusat maupun daerah dalam mendukung tumbuhnya UMKM dan minat kewirausahaan masyarakat.

Saat ini, di level kota dan kabupaten disediakan fasilitas inkubasi bisnis-bisnis mikro yang terpusat pada :



Technopark



Rumah Kreatif



Pusat pengembangan usaha daerah

Penelitian yang dilakukan *Center for Digital Society (CfDS)* FISIPOL UGM di 12 kota, beberapa pemerintah daerah telah bekerja sama dengan perusahaan teknologi dan komunitas digital setempat untuk memberikan fasilitas tambahan seperti Wi-Fi, mesin, dan komputer, dan menyiapkan SDM yang melek digital.



Dalam skala nasional, Kominfo RI bekerja sama dengan Kibar meluncurkan :

GERAKAN 1000 START-UP



yang mendorong tumbuhnya minat kewirausahaan pada masyarakat dengan memanfaatkan teknologi sebagai penggerak bisnisnya.

MENGENAL PASAR DAN MASYARAKAT DIGITAL INDONESIA

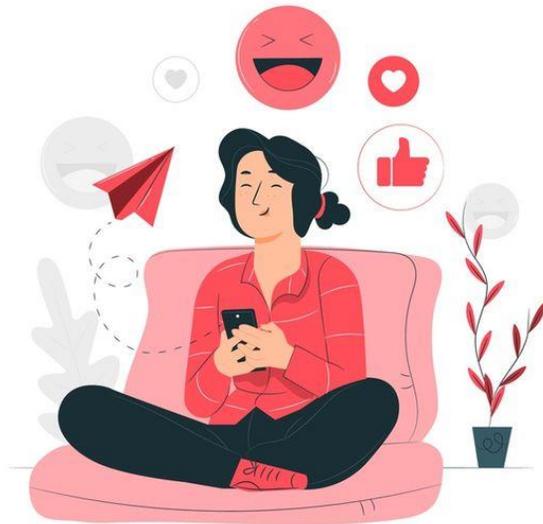
Data dari We Are Social dan Hootsuite menyebutkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan internet terbesar di dunia, yaitu sebesar **51%** dalam kurun satu tahun terakhir. Angka ini jauh dari rata-rata pertumbuhan internet global yang hanya sebesar **10%**.

Indonesia juga berada dalam 12 besar negara di dunia dengan penetrasi penggunaan telepon pintar terbesar di dunia



Chayapa & Cheng Lu menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk berbelanja online, yaitu:

1 **Kenyamanan**



VS



2

Kelengkapan Informasi



3 Ketersediaan produk dan jasa



4

Efisiensi biaya dan waktu





ADAPTASI ADALAH KUNCI

“If you're doing business, not that simple to only buy. You have to create something. You have to create something that never exist for the future.”

“Jika Anda menjalankan bisnis, jangan hanya sekedar membeli. Anda harus membuat sesuatu. Anda harus membuat sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya untuk masa depan.”

– Jack Ma





ADAPTASI ADALAH KUNCI

Dalam beberapa jurnal, terdapat istilah creative disruption, yaitu sebuah konsep yang menjelaskan bahwa teknologi “lama” akan terganti dengan teknologi yang lebih “baru”. Pola ini membuat tuntutan untuk terus menjadi “kreatif” dan “inovatif” menjadi sebuah pilihan yang tidak tergantikan. Termasuk dalam memahami pola bisnis yang terjadi di Indonesia, dengan adanya fenomena pertumbuhan start-up, e-Commerce, dan media sosial, masyarakat harus beradaptasi supaya tidak mengalami disruption dan ketertinggalan dalam mengejar kecepatan zaman.





TERIMA KASIH



STRATEGI KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

PENGANTAR





TERIMA KASIH

