

Kajian Penerapan Teknologi Informasi dan Kapabilitas Dinamik dalam Peningkatan Kinerja Inovasi Bagi Wirausahawan Mahasiswa

Indah Wahyu Utami, Eko Purwanto, Diana Novira, Fioga Zahra Fernando

Fakultas Sains dan Teknologi^{1,3,4}, Fakultas Ilmu Komputer²

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Jalan Pinang Raya No.47 Cemani, Grogol, Sukoharjo

E-mail: indah_wahyu@udb.ac.id

Abstrak

Manajemen Inovasi merupakan proses mengelola inovasi di suatu perusahaan agar dapat berdaya guna bagi penciptaan keunggulan bersaing yang berkelanjutan bagi perusahaan. Model manajemen baru adalah sebuah sistem manajemen yang berkembang dengan baik yang membimbing para praktisi untuk menghasilkan kinerja yang luar biasa konsisten, meskipun dihadapkan pada tantangan yang menimbulkan kekuatan percepatan perubahan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kapabilitas dinamik (knowledge acquisition capability, knowledge creation capability dan knowledge integration capability) terhadap kinerja wirausahawan mahasiswa. Penelitian ini mengambil sampel 100 wirausaha mahasiswa yang berasal dari beberapa perguruan tinggi swasta di Surakarta. Metode penelitian dengan deskriptif kuantitatif. Penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan hasil bahwa wirausaha mahasiswa sebagian besar sudah mengoptimalkan terintegrasi seluruh sumber daya internal dan eksternal yang mereka miliki. Diharapkan para wirausaha mahasiswa dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan organisasi dengan cepat.

Kata Kunci : *Inovasi, Kapabilitas Dinamik, Kinerja, Wirausaha*

Abstract

Innovation Management is the process of managing innovation in a company so that it can be efficient for creating a sustainable competitive advantage for the company. The new management model is a well-developed management system that guides practitioners to produce consistently outstanding performance, even in the face of challenges that pose forces of accelerating change. The purpose of this study was to determine dynamic capabilities (knowledge acquisition capability, knowledge creation capability and knowledge integration capability) on the performance of student entrepreneurs. This research took a sample of 100 student entrepreneurs which derive from several private universities in Surakarta. Research method with quantitative descriptive. Research by distributing questionnaires to respondents with the result that the majority of student entrepreneurs already optimized integrate all the internal and external resources they have. It is hoped that student entrepreneurs can quickly adapt to changes in the organizational environment.

Keywords: *Innovation, Dynamic Capability, Performance, Entrepreneurship*

1. PENDAHULUAN

Era ekonomi global merupakan keterbukaan terhadap inovasi sangat penting [1]. Dalam melakukan praktek manajemen kreatif memerlukan perbaikan yang berkelanjutan demi mempertahankan operasi bisnis lebih efektif dan efisiensi. Supaya dapat bersaing dengan efektif, perusahaan harus memiliki inovasi: tidak hanya sekali, tapi secara terus menerus, dalam seluruh proses menghasilkan produk ataupun pelayanan. Sehingga pentingnya pertumbuhan dalam pasar global yang berimplikasi terhadap kinerja [2, 3]. Perusahaan yang kompetitif memerlukan adanya pekerja yang memiliki kemampuan beradaptasi baik dalam lingkungan dalam ataupun luar perusahaan [4]. Inovasi memiliki pengaruh terhadap indikator kerja suatu perusahaan. Diperlukan adanya strategi inovasi untuk menjalankan inovasi berkelanjutan dan mendukung kinerja perusahaan [5]. Inovasi dapat dinyatakan sebagai implementasi gagasan-gagasan baru dalam upaya menciptakan *value*. Guna menciptakan efek terhadap kinerja inovasi, diperlukan sinergi antara inovasi dan teknologi informasi, agar inovasi berkelanjutan dan mendukung kinerja perusahaan. Inovasi memiliki pengaruh terhadap indikator kinerja perusahaan atau bisnis. Sebuah bisnis atau usaha harus mengarahkan energi dalam investasi inovasi dan investasi teknologi informasi secara bersama-sama untuk menciptakan efek sinergi terhadap kinerja. Penelitian terhadap keterbukaan inovasi dapat ditinjau dari berbagai perspektif, seperti hubungan antara keterbukaan inovasi dan kinerja inovasi [6, 7, 8], keterbukaan inovasi dalam perusahaan kecil dan menengah (SMEs) [9, 10, 11] dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja inovasi [12, 13, 14]. Aslani et.al [15] meneliti faktor kunci dalam manajemen inovasi berkaitan *different type of innovation, diffusion characteristics* dan *adoption mechanisms*.

Dengan perkembangan jaman digital perlu memanfaatkan teknologi informasi (TI) adalah kerharusan supaya usaha tetap eksis dan kompetitif. Penelitian berkaitan dengan pemanfaatan teknologi informasi telah dilakukan [16] berkaitan implementasi teknologi informasi kesehatan dan kualitas pelayanan dan pengaruh teknologi informasi terhadap produktivitas pegawai [17]. Bagheri et., al. [18] meneliti terkait pemanfaatan teknologi informasi sebagai variabel pemoderasi terhadap kinerja perusahaan internasional. Dalam mendorong kinerja perusahaan perlu adanya peningkatan kapabilitas dan kompetensi perusahaan dalam menghasilkan inovasi – inovasi yang berkelanjutan [19]. Android adalah hasil dari perkembangan inovasi teknologi era revolusi industri 4.0. Jika wirausahawan yang fokus pada *customer* akan menyusun kembali kapabilitas orrganisasinya, adanya inovasi produk dan jasa supaya sesuai keinginan *customer* [19]. Aspek-aspek kapabilitas dinamik (*dynamic capabilities*) yang berpengaruh terhadap kinerja inovasi anatara lain *Knowledge Acquisition Capability, Knowledge Creation Capability* dan *Knowledge Integration Capability* [20].

Gerakan Kewirausahaan Nasional (GKN) dicetuskan sejak 2011 merupakan upaya Pemerintah Indonesia dalam mendorong peningkatan jumlah wirausahawan khusus sasarannya adalah adalah wirausaha pemula. Dalam upaya memberdayakan semangat berwirausaha generasi muda dengan industri kreatif di era digital. Mahasiswa dan pelajar sekolah menengah umum yang memiliki teori ilmu dalam kewirausahaan namun belum mampu meningkatkan kapabilitas dinamik dalam kinerja inovasi terhadap sebuah produk. Dalam hal ini diperlukan peranan strategi Digital Marketing dalam pengembangan wirausaha. Dengan gerakan wirausaha digital marketing pada generasi muda diharapkan

dapat meningkatkan semangat dan jiwa kewirausahaan khususnya generasi muda (mahasiswa) yang mandiri handal dan tangguh serta memiliki daya saing. Wirausaha Muda mandiri di lingkungan kampus sudah mulai berkembang sehingga akan tumbuh lagi wirausaha baru kreatif, inovatif dan berwawasan global. Mahasiswa diharapkan menjadi wirausaha muda mandiri mampu melakukan interaksi melalui tukar menukar informasi dan peningkatan kerja sama diberbagai sektor, disamping itu juga meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan berwirausaha dengan berbasis digital marketing khususnya bagi generasi muda agar menjadi pribadi entrepreneur. Selain itu permasalahan lain yang dihadapi mahasiswa adalah belum adanya optimalisasi kemampuan adopsi penggunaan sosial media yang digunakan mahasiswa untuk mendorong tumbuhnya minat berwirausaha. Karenanya diperlukan analisis yang mendalam, apakah pengetahuan dan penguasaan sosial media yang ada pada diri mahasiswa, menumbuhkan minat menjadi wirausaha.

Dalam penelitian ini memiliki permasalahan antara lain: Apakah terdapat pengaruh signifikan penerapan teknologi informasi dan kapabilitas dinamik terhadap kinerja inovasi bagi wirausahawan mahasiswa? Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variabel penerapan teknologi informasi dan kapabilitas dinamik terhadap peningkatan kinerja inovasi bagi wirausahawan mahasiswa dalam mempertahankan eksistensi dan keberlangsungan secara kompetitif, maka sangat diperlukan berbagai penelitian terkait kinerja inovasi. Berdasarkan rencana induk penelitian (RIP) di Fakultas Sains dan Teknologi yang selaras dengan RIP Universitas Duta Bangsa Surakarta bahwa pada tahun 2022 penelitian mengarah pada Pengembangan Transformasi Digital pada UMKM dan Industri Kreatif dalam rangka menuju Pengembangan Bisnis, Kewirausahaan, dan Industri Kreatif di Era Digital. Hilirisasi akhir penelitian mengarah pada kewirausahaan dan ekonomi kreatif dan teknologi bisnis. Penelitian ini dirancang untuk mengkaji implementasi teknologi informasi dan kapabilitas dinamik yang mempengaruhi peningkatan kinerja inovasi bagi produk wirausahawan mahasiswa. Sehingga peningkatan teknologi bisnis tercapai sejalan dengan RIP Fakultas dan Universitas.

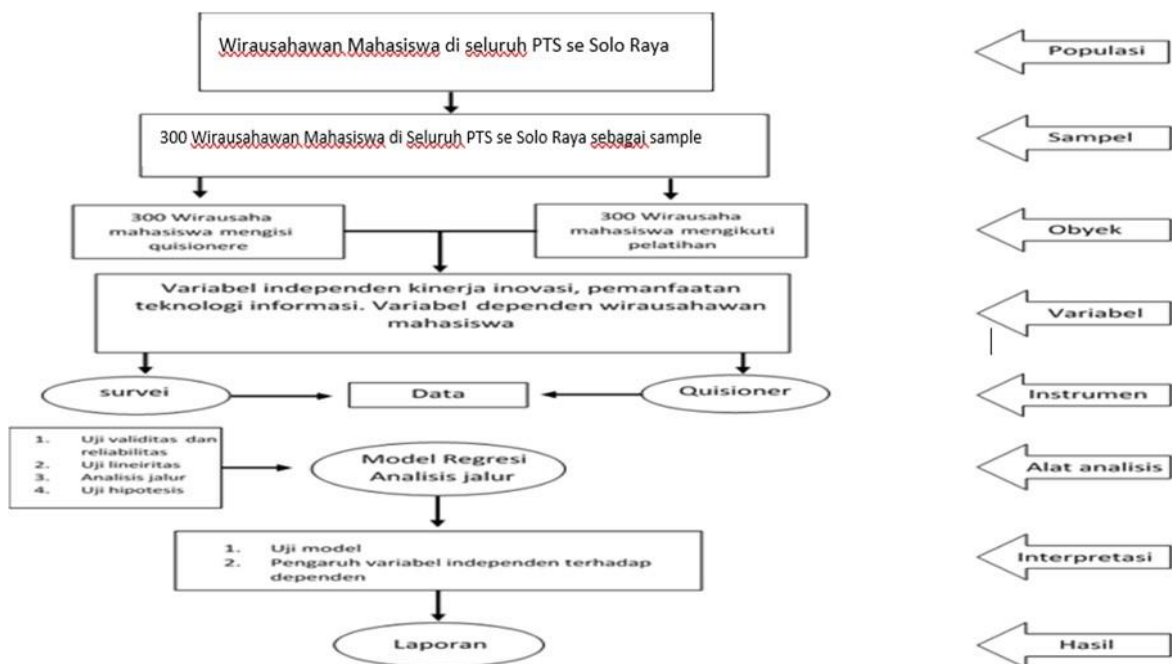
2. METODOLOGI

Desain Penelitian

- a. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja inovasi bagi wirausahawan mahasiswa. Kinerja inovasi dipengaruhi oleh penerapan teknologi informasi dan kapabilitas dinamik.
- b. Subyek / objek penelitian ini adalah seluruh mahasiswa wirausaha di PTS Surakarta. Sampel penelitian diambil acak dengan metode random sampling 100 mahasiswa wirausaha aktif.
- c. Jalannya penelitian adalah menyiapkan kuesioner dengan beberapa item pertanyaan sesuai dengan item-item variabel. Semua responden mengisi kuesioner yang dibagikan tim peneliti.
- d. 100 wirausahawan mahasiswa selanjutnya mengikuti pelatihan penguatan kapabilitas dinamik dan pelatihan penguasaan penyerapan teknologi informasi.

- e. Alat analisis menggunakan pengujian dengan SPSS versi 23. Selanjutnya dilakukan pengujian antara lain : uji validitas dan uji reliabilitas, uji linearitas, uji analisis jalur dan uji hipotesis.
- f. Langkah selanjutnya melakukan pengujian dengan model regresi analisis jalur untuk pengujian model dan mencari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
- g. Hasil dari analisis data tersebut diberikan deskripsi dan analisisnya. Langkah terakhir menyusun laporan hasil penelitian disertai interpretasi data hasil analisis SPSS.

Berikut ini disajikan gambar jalan penelitian secara berurutan :



Gambar 1. Alur / Peta Jalan Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Di dalam suatu perusahaan atau industri senantiasa diperlukan sebuah inovasi produk yang akan memberikan suatu cita rasa yang baru terhadap produk yang sudah ada sebelumnya. Karena jika suatu produk memiliki suatu keunggulan atau keunikan yang berbeda dengan produk lain yang sejenis di pasaran, maka akan dilihat sebagai nilai tambah untuk konsumen. Pengetahuan baru diperlukan untuk meningkatkan sebuah hasil terbaik dari inovasi di dalam lingkungan pasar yang dinamis. Seperti halnya yang dibutuhkan oleh semua organisasi adalah kapabilitas dinamik (*dynamic capability*), sehingga mereka dapat menyesuaikan sesuai dengan keadaan lingkungan yang dinamis.

Lingkungan yang dinamis dapat mendorong perusahaan atau industri untuk dapat merespon perubahan lingkungan yang ada. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Apabila inovasi produk sudah dilakukan, adanya manajemen inovasi dalam pengelolaan produk, peningkatan kapabilitas dinamik, serta penerapan teknologi informasi dengan baik, diharapkan akan meningkatkan kinerja khususnya bagi wirausaha mahasiswa. Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada wirausaha mahasiswa, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi (1) Hasil Kuesioner Pada Responden

	A	B	C	D	E	F
1	Timestamp	Email Address	Email	Program Studi	Nama	Asal Universitas
2	9/9/2022 11:16:41		diens2804@gmail.com	AGRIBISNIS	DIAN SEPTI PURWANI	Universitas Duta Bangsa
3	9/9/2022 12:29:57		elavitamilasari@gmail.com	Agribisnis	Ela Fita Milasari	Universitas Duta Bangsa
4	9/9/2022 19:32:33		febrians354@gmail.com	Teknik Industri	Febrian Rahminda Saputra	Universitas Duta Bangsa
5	9/10/2022 9:52:05		afnilasheila@gmail.com	Farmasi	Sheila Afrilawati	Universitas Setia Budi
6	9/10/2022 10:13:47		anisabudi08@gmail.com	Agribisnis	Anisa Budi Handayani	Universitas Duta Bangsa
7	9/10/2022 10:16:20		ecalonica46@gmail.com	Profesi Apoteker	Tessalonica Putri Tanarja	Universitas Setia Budi
8	9/10/2022 10:39:01		muhammadrouduroyha	Seni tari	Muhammad roudur royhan	ISI Surakarta
9	9/10/2022 13:05:31		Takiracahyukin@gmail.com	Kriya	Takira Cahyu Kintani	ISI Surakarta
10	9/11/2022 11:12:54		Setyaintan75@gmail.com	Teknik Industri	Intan Setyawati	Universitas Duta Bangsa
11	9/11/2022 12:12:37		shantisagitarus04@gmail.com	Manajemen	Shanti Wahyuningrum	STIE Surakarta
12	9/12/2022 15:39:17		jihanabrori.farmasi.ldb@gmail.com	S1 Farmasi Transfer	Jihan Abrori	Universitas Duta Bangsa
13	9/12/2022 15:41:43		rismagayatri24@gmail.com	S1 Agribisnis	Rahajeng Risma Gayatri	Universitas Duta Bangsa
14	9/12/2022 16:05:55		dewilisa199@gmail.com	Manajemen	Lisa Octavia Apliana Dewi	Universitas Duta Bangsa
15	9/12/2022 17:48:24		ampoctavia@gmail.com	Akuntansi	Octavia Azizun Mylofaiza Putri	Universitas Duta Bangsa
16	9/13/2022 9:24:44		wicaksono.pj01@gmail.com	Teknik Industri	Fajar Wicaksono	Universitas Duta Bangsa
17	9/13/2022 9:30:27		dellapuuss057@gmail.com	S1 Teknik Industri	Della Puspitasari	Universitas Duta Bangsa
18	9/13/2022 9:38:16		ilhamardiansyah988@gmail.com	Teknik Industri	Muhammad Ilham Ardiansyah	Universitas Duta Bangsa
19	9/13/2022 11:30:25		thoriciqball@gmail.com	Teknik Industri	Thoriq Iqbal Rizky Saputra	Universitas Duta Bangsa
20	9/13/2022 12:27:50		Yonatanprasetyoadi@gmail.com	Teknik Industri	Yonatan Prasetyo Adi	Universitas Duta Bangsa
21	9/13/2022 12:28:28		rickysupriyanto29@gmail.com	S1 Sistem Informasi	Ricky Muhammad Dwi Supriyanto	Universitas Duta Bangsa
22	9/13/2022 18:04:06		galuhmeisteritp0305@gmail.com	S1 Teknik Industri	Galuh Meisteri Kusuma Prasasti	Universitas Duta Bangsa
23	9/13/2022 21:16:14		akbarwidayapratama123@gmail.com	S1 Manajemen 20B1	Akbar Widya Pratama	Universitas Duta Bangsa
24	9/14/2022 8:23:47		armawahma@gmail.com	Manajemen Informasi	Arma Wahma Wati	Politeknik Indonusa Surakarta
25	9/25/2022 12:39:36		auliaashari00@gmail.com	Manajemen	Aulia Ashari	Universitas Terbuka
26	10/4/2022 10:03:47		thoriciqball@gmail.com	Teknik Industri	Thoriq Iqbal Rizky Saputra	Universitas Duta Bangsa
27	10/4/2022 10:37:53		avalianhisaa@gmail.com	S1 Manajemen	Nisaa' Awalia	Universitas Duta Bangsa
28	10/4/2022 12:15:51		ryo.kristanto02@gmail.com	S1 Manajemen	Dinnova Ryo Kristanto	Universitas Duta Bangsa
29	10/4/2022 12:20:10		nurinovapuspita@gmail.com	Hukum Ekonomi Syariah	Nova Puspita Nuri	Universitas Muhammadiyah Surakarta

Tabel 2. Rekapitulasi (2) Hasil Kuesioner Pada Responden

	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Jenis Kelamin	No. Handphone	Bidang Usaha	Berapa lama u	Mengapa anda memilih bidang us	Berapa omset pemasukan anda per bulan ?	Bagaimana anda menjalanka	Media sosial apa saja
2	Perempuan	085826668034	Kuliner	1-3 Tahun	Menekuni Hobi/ Passion	Rp250.000 - Rp500.000	Dikelola Keluarga	WhatsApp
3	Perempuan	083869140229	Fashion	1-6 Bulan	Menekuni Hobi/ Passion	Rp1.000.000-Rp2.000.000	Dikelola sendiri	Instagram, WhatsApp
4	Laki-laki	085826663984	Jasa	>3 Tahun	Melanjutkan usaha orang tua	Rp250.000 - Rp500.000	Dikelola sendiri	Lainnya
5	Perempuan	089096151884	Fashion, Produk Kecan	7-12 Bulan	Mengikuti Trend	Rp250.000 - Rp500.000	Dikelola sendiri	Instagram, WhatsApp
6	Perempuan	0895385010429	Produk Kecantikan	7-12 Bulan	Menekuni Hobi/ Passion	>Rp2.000.000	Dikelola Tim	WhatsApp
7	Perempuan	087836346129	Jasa	1-6 Bulan	Menekuni Hobi/ Passion	Rp250.000 - Rp500.000	Dikelola sendiri	Instagram, WhatsApp
8	Laki-laki	085855219681	Fashion	7-12 Bulan	Menekuni Hobi/ Passion	Rp500.000-Rp1.000.000, Rp1.000.000-Rp2.000.000	Dikelola sendiri, Dikelola Tim	Instagram, WhatsApp, Facebook
9	Perempuan	083111424633	Fashion	1-6 Bulan	Menekuni Hobi/ Passion	Rp250.000 - Rp500.000	Dikelola sendiri	Instagram, WhatsApp, Facebook
10	Perempuan	085858585497	Produk Kecantikan	1-3 Tahun	Menekuni Hobi/ Passion	Rp500.000-Rp1.000.000	Dikelola sendiri	Instagram, WhatsApp
11	Perempuan	082115406301	Sembako	>3 Tahun	Melanjutkan usaha orang tua	Rp500.000-Rp1.000.000	Dikelola Keluarga	WhatsApp
12	Laki-laki	082138990502	Kuliner	7-12 Bulan	Menekuni Hobi/ Passion	Rp500.000-Rp1.000.000	Dikelola sendiri	Lainnya
13	Perempuan	081396779031	Kuliner	1-6 Bulan	Melanjutkan usaha orang tua	Rp500.000-Rp1.000.000	Dikelola Keluarga	WhatsApp
14	Perempuan	081333652677	Kuliner	1-6 Bulan	Menekuni Hobi/ Passion	Rp500.000-Rp1.000.000	Dikelola sendiri	WhatsApp, Facebook, Email
15	Perempuan	0858-0373-5414	Kuliner	1-6 Bulan	Menekuni Hobi/ Passion	Rp250.000 - Rp500.000	Dikelola sendiri	WhatsApp
16	Laki-laki	085600649883	Kuliner	1-6 Bulan	Mengikuti Trend	Rp250.000 - Rp500.000	Dikelola Tim	Instagram, WhatsApp, Facebook
17	Perempuan	081542083137	Kuliner	1-3 Tahun	Menekuni Hobi/ Passion	Rp500.000-Rp1.000.000	Dikelola sendiri	WhatsApp
18	Laki-laki	08139074958	Kuliner	7-12 Bulan	Mengikuti Trend, Menekuni Hobi/ Passi	>Rp2.000.000	Dikelola sendiri	Semua
19	Laki-laki	08139267408	Kuliner	>3 Tahun	Melanjutkan usaha orang tua	>Rp2.000.000	Dikelola Keluarga, Dikelola Tim	WhatsApp, Facebook, Email
20	Laki-laki	081392633372	Jasa	1-3 Tahun	Melanjutkan usaha orang tua	>Rp2.000.000	Dikelola Keluarga	Instagram, WhatsApp, Facebook
21	Laki-laki	085730288335	Fashion	1-6 Bulan	Menekuni Hobi/ Passion	Rp500.000-Rp1.000.000	Dikelola Tim	Instagram, WhatsApp, Email
22	Perempuan	087734026985	Jasa	>3 Tahun	Melanjutkan usaha orang tua	>Rp2.000.000	Dikelola Keluarga	WhatsApp, Lainnya
23	Laki-laki	089709090050	Kuliner	>3 Tahun	Mengikuti Trend, Menekuni Hobi/ Passi	Rp1.000.000-Rp2.000.000, >Rp2.000.000	Dikelola Keluarga	Instagram, WhatsApp, Facebook
24	Perempuan	081532775164	Fashion	1-6 Bulan	Mengikuti Trend	Rp1.000.000 - Rp500.000	Dikelola sendiri	Instagram, WhatsApp
25	Perempuan	088238224569	Kuliner	1-3 Tahun	Menekuni Hobi/ Passion	Rp1.000.000-Rp2.000.000, >Rp2.000.000	Dikelola Keluarga	Instagram, WhatsApp, Facebook
26	Laki-laki	08139267408	Kuliner	>3 Tahun	Melanjutkan usaha orang tua	>Rp2.000.000	Dikelola Keluarga	WhatsApp, Facebook
27	Perempuan	081328227531	Kuliner, Fashion, Produk	>3 Tahun	Menekuni Hobi/ Passion	>Rp2.000.000	Dikelola Tim	Semua
28	Laki-laki	082277065788	online haran	1-6 Bulan	Menekuni Hobi/ Passion	Rp1.000.000-Rp2.000.000	Dikelola sendiri	Instagram, WhatsApp, Facebook

Tabel 2. Rekapitulasi (3) Hasil Kuesioner Pada Responden

	O	P	Q	R	S	T	U
1	Apa saja kendala yang dihadapi dalam menjai	Bagaimana dampak digital mark	Bagaimana anda mempertahankan keunggul	Bagaimana anda mengatasi persaingan	Apakah ada toko fisik ?	Apakah toko sud	Apakah anda me
2	Kurangnya modal, Keterbatasan penggunaan digital n	Cukup membantu	Semua	Lainnya, Membuat PROMO	Ada	Tidak Ada	Ops
3	Kurangnya modal, Keterbatasan penggunaan digital n	Kurang membantu	Inovasi Produk, Mempertahankan mutu produk/jasa	Lainnya, Memberi harga murah dengan kualitas	Ada	Tidak Ada	Ops
4	Kurangnya modal, Keterbatasan penggunaan digital n	Cukup membantu	Mempertahankan mutu produk/jasa, Memberikan pel	Lainnya	Ada	Ada	Ops
5	Keterbatasan relasi / mitra kerja	Sangat membantu	Memberikan pelayanan yang baik	Lainnya	Tidak ada	Tidak Ada	Ops
6	Keterbatasan penggunaan digital marketing	Cukup membantu	Memberikan pelayanan yang baik	Layanan gratis ongkir	Tidak ada	Tidak Ada	Ops
7	Keterbatasan relasi / mitra kerja	Sangat membantu	Memberikan pelayanan yang baik	Memberi diskon	Tidak ada	Tidak Ada	Ops
8	Keterbatasan relasi / mitra kerja	Cukup membantu, Sangat membantu	Inovasi Produk, Mempertahankan mutu produk/jasa	Memberi diskon, Layanan gratis ongkir, Lainny	Tidak ada	Tidak Ada	Ops
9	Keterbatasan relasi / mitra kerja	Cukup membantu	Semua	Lainnya	Tidak ada	Tidak Ada	Ops
10	Keterbatasan penggunaan digital marketing	Sangat membantu	Semua	Memberi diskon, Layanan gratis ongkir	Tidak ada	Tidak Ada	Ops
11	Kurangnya modal	Sangat membantu	Semua	Layanan gratis ongkir	Tidak ada	Ada	Ops
12	Kurangnya modal, Keterbatasan penggunaan digital n	Sangat membantu	Inovasi Produk, Mempertahankan mutu produk/jasa	Memberi diskon	Tidak ada	Ada	Ops
13	Keterbatasan relasi / mitra kerja	Sangat membantu	Semua	Memberi diskon	Tidak ada	Ada	Ops
14	Kurangnya modal, Keterbatasan penggunaan digital n	Sangat membantu	Semua	Memberi diskon, Layanan gratis ongkir	Ada	Ada	Ops
15	Kurangnya modal, Keterbatasan penggunaan digital n	Cukup membantu	Semua	Memberi diskon	Tidak ada	Tidak Ada	Ops
16	Keterbatasan relasi / mitra kerja	Sangat membantu	Inovasi Produk, Mempertahankan mutu produk/jasa	Memberi diskon, Layanan gratis ongkir, Lainny	Tidak ada	Tidak Ada	Ops
17	Keterbatasan penggunaan digital marketing	Cukup membantu	Mempertahankan mutu produk/jasa	Layanan gratis ongkir	Tidak ada	Ada	Ops
18	Keterbatasan relasi / mitra kerja	Sangat membantu	Semua	Dengan memberi cita rasa sendiri	Ada	Ada	Ops
19	Kurangnya modal, Keterbatasan penggunaan digital n	Kurang membantu	Semua	Memberi diskon, Layanan gratis ongkir, THR	Tidak ada	Tidak Ada	Ops
20	Keterbatasan penggunaan digital marketing	Cukup membantu	Mempertahankan mutu produk/jasa	Memberi diskon, Layanan gratis ongkir	Ada	Ada	Ops
21	Kurangnya modal	Cukup membantu	Semua	Memberi diskon	Tidak ada	Tidak Ada	Ops
22	Keterbatasan penggunaan digital marketing	Cukup membantu	Semua	Memberi diskon	Ada	Ada	Ops
23	Kurangnya modal, Keterbatasan penggunaan digital n	Sangat membantu	Inovasi Produk, Mempertahankan mutu produk/jasa	Lainnya, menyajikan kualitas yang baik dan har	Ada	Ada	Ops
24	Kurangnya modal, Keterbatasan penggunaan digital n	Cukup membantu	Semua	Layanan kartu member	Tidak ada	Tidak Ada	Ops
25	Kurangnya modal	Sangat membantu	Inovasi Produk, Mempertahankan mutu produk/jasa	Memberi diskon	Ada	Ada	Ops
26	Kurangnya modal, Keterbatasan penggunaan digital n	Kurang membantu	Inovasi Produk, Mempertahankan mutu produk/jasa	Memberi diskon, Layanan gratis ongkir	Tidak ada	Tidak Ada	Ops
27	Kurangnya modal	Sangat membantu	Semua	Memberi diskon, Layanan gratis ongkir, Pelaya	Ada	Ada	Ops
28	Keterbatasan relasi / mitra kerja	Sangat membantu	Mempertahankan mutu produk/jasa, Memberikan pel	Memberi diskon, Layanan gratis ongkir	Tidak ada	Tidak Ada	Ops

Sesuai hasil kuesioner tersebut di atas dapat kita peroleh hasil antara lain :

1. Terdapat 100 wirausaha mahasiswa yang menjadi sampel penelitian ini telah terpenuhi. 100 wirausaha mahasiswa tersebut berasal dari perwakilan mahasiswa di beberapa PTS di wilayah Surakarta.
2. Kuesioner yang dibagikan kepada responden berkisar dari bidang usaha yang dijalankan atau sedang dirintis, lamanya usaha yang sudah mereka jalankan, alasan memilih bidang usaha, media sosial yang digunakan dalam promosi dan pemasaran produk, penghasilan bulanan, manfaat *digital marketing* dalam menunjang usahanya, kendala dalam menghadapi persaingan usaha, dan beberapa pertanyaan yang relevan dengan penelitian ini.

3. Kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden ini diisi oleh 58 responden mahasiswi dan 42 mahasiswa. Ke-100 mahasiswa tersebut tersebar di beberapa perguruan tinggi swasta di wilayah Surakarta.
4. Bidang usaha yang dikelola responden berkisar pada usaha kuliner, jasa, fashion/sandang/aksesoris, serta produk kecantikan dan perawatan tubuh dan wajah.
5. Sebagian besar responden yang mengisi kuesioner penelitian ini menjalankan bisnis atau memulai bisnisnya kurang dari 1 tahun, namun ada juga yang sudah memiliki bisnis dengan rentang lebih dari 1 tahun.
6. Alasan mengapa 100 wirausaha mahasiswa memilih bisnis yang sedang mereka jalankan sekarang ini adalah karena mengikuti passion atau hobinya, melanjutkan bisnis orang tua, dan alasan mengikuti tren kaum milenial.
7. Sebagian besar responden menyatakan telah memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dalam mendukung pengelolaan usahanya. Salah satunya dengan memanfaatkan marketplace untuk kegiatan promosi dan pemasaran produk wirausaha mahasiswa.
8. Pemanfaatan teknologi informasi dengan media sosial seperti Facebook, Whatsapp Business, dan Instagram, dan sudah ada yang aktif mempromosikan dan memasarkan produk bisnisnya melalui *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lain sebagainya.
9. Teknologi informasi untuk mendukung kinerja inovasi dalam promosi dan pemasaran produk dinilai sangat membantu sebagai sarana digital marketing dalam rangka keberlangsungan bisnis atau usaha mereka di masa depan.
10. Meski telah memanfaatkan teknologi informasi dalam meningkatkan kinerja bisnis, 70 mahasiswa wirausaha belum mendaftarkan lokasi usahanya di *google maps*, dan 100 responden belum memiliki website bisnis.
11. Bisnis yang dijalankan oleh responden rentan gagal karena beberapa dari mereka masih terdaftar sebagai mahasiswa aktif di kampus masing-masing. Sehingga ada beberapa strategi untuk menghadapi persaingan bisnis dengan produk sejenis dan kompetitor lainnya yang menjadi ancaman bagi bisnis responden.
12. Hasil kuesioner disampaikan oleh responden untuk mempertahankan keunggulan bisnis dengan inovasi produk, meningkatkan kinerja bisnis, memanfaatkan fasilitas teknologi informasi untuk pemasaran digital, menjaga kualitas produk/layanan, dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen/pembeli. Sehingga diharapkan akan terjadi pembelian berulang dari pelanggan.

Berikut tampilan web *marketplace* hasil penelitian yang diberi nama Si-Market-Usaha. Meskipun masih cukup sederhana, tetapi dengan penyediaan Si-Market-Usaha ini sudah digunakan sebagai media promosi dan pemasaran produk wirausaha mahasiswa. Penerapan teknologi informasi dengan pemanfaatan marketplace secara tidak langsung meningkatkan kapabilitas dinamik dalam rangka mendukung manajemen inovasi.

Si-Market-Usaha

Griya Code

Griya Code adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pembuatan software..

[Read More](#)



CATEGORY

FEATURES PRODUCTS

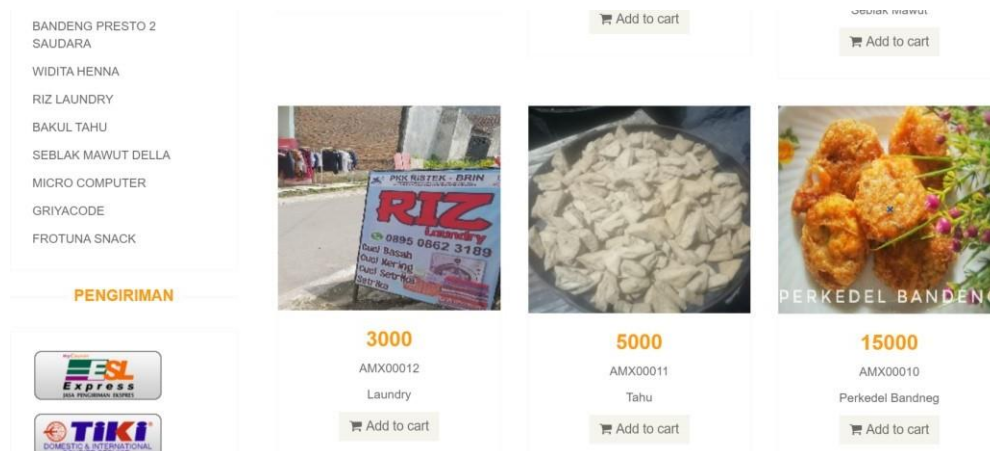
Gambar 2. Tampilan Beranda Si-Market-Usaha

CATEGORY	CARA BELANJA
PROPERTI PAKAIAN MAKANAN JASA SERVICE JASA KONSULTASI	CARA BELANJA ONLINE DI SIWAU Berikut petunjuk pembelian secara Online melalui website kami: 1. Lihat gambar barang yang akan Anda beli lihat juga detail produknya 2. Klik tombol "Beli" pada barang yang akan anda beli 3. Pada label anda masukan quantity barang yang akan Anda beli 4. Setelah mengubah quantity jangan lupa untuk klik tombol "refresh"(untuk menampilkan kalkulasi harga) 5. Tidak ada minimal belanja anda boleh belanja berapapun. 6. Untuk kembali memilih barang lainnya atau melanjutkan berbelanja silahkan klik tombol "lanjut berbelanja" dan cari produk lainnya 7. Jika sudah selesai membeli silahkan klik tombol "selesai berbelanja" 8. Bila anda belum login silahkan login terlebih dahulu. Dengan cara mengisi form yang sudah tersedia. Jika belum menjadi member silahkan mendaftar dahulu dengan cara yang mudah mengklik tombol "registrasi member" 9. Selanjutnya silahkan mengisi data lengkap pada form yang sudah tersedia 10. Sebelum anda selesai periksa dahulu data yang anda isi kebenarannya atau barangkali ada yang lupa dikosongkan. 11. Tunggu paling lambat 1x24 jam kami akan menkonfirmasi kiriman anda melalui email atau Hp yang anda cantumkan sebelumnya." 12. Anda akan menerima balasan melalui email atau Hp Anda tentang kalkulasi harga disertai jasa pengirimannya. 13. Jika Anda setuju silakan kirim sejumlah uang yang kami konfirmasikan. Berikut rekening Bank yang kami sediakan BANK BRI 555555555 A/n : Indah Wahyu Utami BANK BCA 4445555555 A/n : Indah Wahyu Utami BANK MANDIRI 345235235 A/n : Indah Wahyu Utami BANK MANDIRI SYARIAH 235235235 A/n : Indah Wahyu Utami 14. Setelah melakukan transfer ke bank silahkan anda lakukan konfirmasi ke email kami atau hotline kami di 0856455677776. 15. Pengiriman barang akan kami proses secepatnya dan Anda akan menerima nomor resi yang akan kami infokan melalui email atau No Hp Anda. 16. Jika Anda menemui kesulitan silahkan hubungi Customer service kami. Terimakasih Atas kepercayaan Anda. Semoga tetap menjadi pelanggan kami...
BRANDS KEDAI 62 TIENS BANDENG PRESTO 2 SAUDARA WIDITA HENNA RIZ LAUNDORY BAKUL TAHU SEBLAK MAWUT DELLA MICRO COMPUTER GRIYACODE FROTUNA SNACK	

Gambar 3. Tampilan Bagian Menu – Panduan Cara Belanja

CATEGORY	FEATURES PRODUCTS
PROPERTI PAKAIAN MAKANAN JASA SERVICE JASA KONSULTASI	300000 AMD000007 Servis Monitor Laptop Add to cart 26000 AMD000006 Fortuna Snack Add to cart 3000000 AMD000005 Software House Add to cart
BRANDS KEDAI 62 TIENS BANDENG PRESTO 2 SAUDARA WIDITA HENNA RIZ LAUNDORY BAKUL TAHU SEBLAK MAWUT DELLA MICRO COMPUTER GRIYACODE FROTUNA SNACK	RECOMMENDED ITEMS 3000000 AMD000007 26000 AMD000006

Gambar 4. Tampilan Category Produk Si-Market-Usaha



Gambar 5. Tampilan Produk Mahasiswa

B. Pembahasan

Menurut hasil rekapitulasi kuesioner yang diisi oleh responden dari 100 wirausaha mahasiswa, diperoleh pembahasan antara lain:

1. Wirausaha mahasiswa yang dijadikan sampel dalam penelitian mengikuti passion atau hobi dalam menjalankan usahanya sehingga usaha yang dijalankan juga kurang dari 1 tahun.
2. Secara garis besar, sudah ada penerapan teknologi informasi untuk meningkatkan kinerja inovasi bisnis bagi wirausaha mahasiswa.
3. Dengan terciptanya *marketplace* khusus dalam penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana e-commerce untuk promosi dan pemasaran produk usaha mahasiswa.
4. Keterlibatan aktif wirausaha mahasiswa dalam penerapan teknologi informasi dengan mengunggah katalog produk akan memudahkan mereka mendapatkan calon pembeli baru.
5. Menurut jawaban mereka, salah satu cara untuk mempertahankan keunggulan produk adalah dengan meningkatkan kinerja inovasi. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk mengoptimalkan pemasaran produk bisnis. Sehingga keuntungan bisnis meningkat dan menambah relasi atau mitra kerja sama yang lebih luas.
6. Kinerja inovasi bagi wirausaha mahasiswa diperlukan disamping menjaga keunggulan produk juga sebagai upaya bersaing dengan jenis bidang usaha yang sejenis atau berbeda yang dapat menjadi ancaman bagi keberlangsungan usahanya.
7. Kehadiran teknologi informasi dalam mendukung usaha bagi wirausaha mahasiswa sangat penting bagi manajemen bisnis di bidang kuliner, fashion, jasa, atau bidang kecantikan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian tersebut di atas, dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Wirausaha mahasiswa sebagai milenial harus mampu memanfaatkan teknologi informasi secara optimal dalam mendukung bisnis produk/jasa yang dijalankan.
- b. Selain promosi dan pemasaran produk dengan Facebook, Instagram, dan Whatsapp Business, ada marketplace sebagai sarana e-commerce atau jual beli online. Wirausaha mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan marketplace untuk meningkatkan kinerja bisnis. Karena kinerja menjadi target utama dalam menjaga keberlangsungan usaha.
- c. Kinerja inovasi tidak hanya terhadap produk/jasa yang dijalkannya. Namun, inovasi dalam strategi promosi, pemasaran, penjualan, dan mempertahankan keunggulan bisnis juga merupakan bagian penting dari masa depan.
- d. Ketika menjalankan bisnis atau usaha, seharusnya tidak hanya mengikuti hobi tetapi mampu mengoptimalkan semua sumber daya yang ada untuk menghasilkan inovasi yang kompetitif di antara produk sejenis atau produk lainnya di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

1. Zhao, Sun and Xu, Xiabao. 2016. Research on open innovation performance: a review. *Inf Technol Manag* (2016) 17:279–287. DOI 10.1007/s10799-015-0231-7.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10799-015-0231-7>.
2. Saeed, A., Ziaulhaq, H.M., 2018. The Impact of CEO characteristics on the internationalization of SMEs: evidence from the UK: CEO characteristics and internationalization of SMEs. *Can. J. Adm. Sci.*
<https://doi.org/10.1002/cjas.1497>.
3. Tariq, Sohail, and Aslam, Muhammad. 2011. Impact of Employee Adaptability to Change Towards Organizational Competitive Advantage. *Global Journal of Management and Business Research* Volume 11 Issue 7 Version 1.0 July 2011 Journal Publisher: Global Journals Inc. (USA) Print ISSN: 0975-5853. Page. 8-15.
4. Terziovski, M., 2010. Innovation practice and its performance implications in small and medium enterprises (SMEs) in the manufacturing sector: a resource-based view. *Strateg. Manag. J.* 31, 892–902.
5. Chen Y, Chen J (2008) The influence of openness to innovation performance. *Stud Sci Sci* 26(2):419–425.
6. He Y, Zeng Y (2013) How open & indigenous innovation affects industries international competitiveness: an empirical study on Chinese manufacturing industries based on the panel data from the year 2000 to 2010. *Sci Sci Manag S. & T.* 34(3):13–20.
7. Laursen K, Salter A (2006) Open for innovation: the role of openness in explaining innovation performance among U.K. manufacturing firms. *Strateg Manag J* 27(2):131–150.
8. Lee S, Park G, Yoon B, Park J (2010) Open innovation in SMEs— an intermediated network model. *Res Policy* 39(2):290–300.

9. Parida V, Westerberg M, Frishammar J (2012) Inbound open innovation activities in high- tech SMEs: the impact on innovation performance. *J Small Bus Manag* 50(2):283–30.
10. Wei T, Lu R (2011) A model of open innovation with multi- participators. *J Ind Eng Eng Manag* 25(3):133–136.
11. Chen J, Wang P (2011) Selective open innovation—based on the case of SUPCON group. *Soft Sci* 25(2):112–115.
12. Chen X, Miao X (2012) Research on relation between open in- novation, enterprise technological capacity and innovation per- formance. *Sci Technol Manag Res* 14:9–12.
13. Peng Z, Wang H, Jiang X (2011) Effect of resource sharing on innovation performance under the open innovation model: the mediating effect of knowledge transfer. *Sci Sci Manag S. & T.* 32(1):48–53.
14. Alireza Aslani, Mohammad Mahdi Zolfagharzadeh, Marja Naaranoja. 2015. Key Items Of Innovation Management In The Primary Healthcare Centres Case Study: Finland.
15. Restuccia, Alan B Cohen Jedediah N Horwitt and Michael Shwartz. 2012. Hospital implementation of health information technology and quality of care: are they related?. *BMC Medical Informatics and Decision Making* 2012, 12:109. <http://www.biomedcentral.com/1472-6947/12/109>.
16. Rezaei, Rezaei, Zare, akbarzadeh,zare, Farid. 2014. The Effects of Information Technology (IT) on Employee Productivity in Shahr Bank (Case study of Shiraz, Iran). *Applied mathematics in Engineering, Management and Technology* 2014. The special issue in Management and Technology (Sep. 2014):1208-1214. www.amiemt-journal.com.
17. Sudrajat, Darjat. 2013. Kapabilitas Dinamik, Kinerja Inovasi, Dan Kinerja Perusahaan Jasa Logistik Di Indonesia (Suatu Kerangka Penelitian). *Binus Business Review*. P.ISSN: 2087- 1228. E.ISSN: 2476-9053. Vol. 4 No. 2. Hal 798-811.

18. Mahshid Bagheri, Siwan Mitchelmore, dan Vassiliki Bamiatzi. 2019. Internationalization Orientation in SMEs: The Mediating Role of Technological Innovation. *Journal of International Management*. *Journal of International Management*. ISSN. 1075-4253. Vol. 25 (2019); 121–139. www.elsevier.com/locate/intman.
19. Gao, Y. and Zhu, Y.M. 2015. Research on Dynamic Capabilities and Innovation Performance in the Chinese Context: A Theory Model-Knowledge Based View. *Open Journal of Business and Management*, 3, 364-370.
20. Riyadi dan Huseini, Martani. 2019. Inovasi Sistem Manajemen Kinerja Sdm Terintegrasi Dengan Big Data Di BPJS Kesehatan. *JWEM STIE MIKROSKIL*. ISSN 2622-6421. Volume 9, Nomor 01, April 2019. Hal. 41-54.
21. Nurjanah, Siti. 2015. Peranan Manajemen Inovasi Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi Pendidikan. *2nd Conference in Business , Accounting, and Management*. UNISSULA. ISSN2302-9791. Vol 2 No. 1 Mei 2015. Hal 27-33.
22. Ellitan, L. (2006). Strategi inovasi dan kinerja perusahaan manufaktur di Indonesia: pendekatan model simultan dan model sekuensial. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 6(1), 1-22, http://www.altran.ch/de/unsere-dienstleistungen/solutions/life-cycle-experience/innovation-management-platform.html#.WN4pW_mGPDc
23. Teece, D.J. 2014. The Foundations of Enterprise Performance: Dynamic and Ordinary Capabilities in an (Economic) Theory of Firms. *The Academy of Management Perspectives*, **28**, 328-352. <http://dx.doi.org/10.5465/amp.2013.0116>.
24. Wang, C.L. (2007) Dynamic Capabilities: A Review and Research Agenda. *International Journal of Management Re- views*, **9**, 31-51. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00201.x>.