

Membangun Jiwa Kewirausahaan di Era Digital: Strategi Pengembangan Kreativitas, Inovasi, dan Daya Saing UMKM di Indonesia

Eka Rahma Salsabila, Annisa Nuraini, Dinda Putri Ramadani, Elsyah Alvianita, Femilya Putri, Andini Mia Syafitri Osa, Riski Aseandi

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola kegiatan ekonomi dan mendorong lahirnya berbagai peluang usaha baru. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya memiliki kemampuan berbisnis, tetapi juga jiwa kewirausahaan yang mampu beradaptasi terhadap perubahan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pentingnya pengembangan jiwa kewirausahaan dalam meningkatkan kreativitas, inovasi, dan daya saing usaha, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kepustakaan dengan menganalisis berbagai artikel ilmiah, buku, dan laporan yang berkaitan dengan kewirausahaan digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa jiwa kewirausahaan merupakan kombinasi antara keberanian mengambil risiko, kemampuan mengenali peluang, kreativitas, inovasi, kepemimpinan, serta kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi. Digitalisasi membuka peluang yang lebih luas melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, pembayaran digital, dan strategi pemasaran berbasis internet. Namun demikian, tantangan berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, serta persaingan pasar yang semakin ketat masih menjadi hambatan utama bagi banyak pelaku UMKM. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi, lembaga keuangan, dan pelaku usaha dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang inovatif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: kewirausahaan, inovasi, UMKM, digitalisasi, daya saing.

Abstract

The rapid advancement of digital technology has transformed economic activities and created new business opportunities. This situation requires entrepreneurs to possess not only business skills but also an entrepreneurial mindset capable of adapting to continuous change. This study aims to analyze the importance of entrepreneurial development in enhancing creativity, innovation, and business competitiveness, particularly

among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. The research employs a qualitative approach through a literature review by examining scientific articles, books, and reports related to digital entrepreneurship. The findings indicate that entrepreneurial spirit combines risk-taking ability, opportunity recognition, creativity, innovation, leadership, and adaptability to technological developments. Digitalization provides broader opportunities through social media, online marketplaces, digital payment systems, and internet-based marketing strategies. However, challenges such as limited digital literacy, insufficient capital, and increasingly intense market competition remain significant obstacles. Therefore, collaboration among government institutions, universities, financial institutions, and business actors is essential to establish a sustainable and innovative entrepreneurial ecosystem.

Keywords: entrepreneurship, innovation, MSMEs, digitalization, competitiveness.

Pendahuluan

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Peran wirausaha tidak hanya terbatas pada penciptaan keuntungan pribadi, tetapi juga berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, pengurangan tingkat pengangguran, serta pengembangan inovasi di berbagai sektor ekonomi. Di Indonesia, keberadaan UMKM menjadi tulang punggung perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Oleh sebab itu, penguatan jiwa kewirausahaan menjadi kebutuhan yang semakin mendesak di tengah dinamika ekonomi global.

Transformasi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis. Perkembangan internet, media sosial, kecerdasan buatan, dan perdagangan elektronik memberikan peluang yang sangat luas bagi masyarakat untuk memulai usaha dengan modal yang relatif kecil. Kini, seseorang dapat memasarkan produk kepada konsumen di berbagai daerah bahkan mancanegara hanya melalui telepon pintar. Perubahan tersebut menuntut pelaku usaha untuk memiliki kemampuan beradaptasi serta keberanian memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari strategi bisnis.

Jiwa kewirausahaan merupakan karakter yang ditandai dengan kemampuan melihat peluang, keberanian mengambil risiko, kreativitas

dalam menghasilkan ide baru, kemampuan memecahkan masalah, serta komitmen untuk terus mengembangkan usaha. Jiwa ini tidak hanya dimiliki oleh pengusaha besar, tetapi juga dapat dibangun melalui pendidikan, pelatihan, pengalaman, dan lingkungan yang mendukung. Pendidikan kewirausahaan saat ini menjadi salah satu instrumen penting dalam membentuk generasi muda yang mandiri dan produktif.

Di sisi lain, perkembangan dunia usaha juga menghadirkan berbagai tantangan baru. Persaingan pasar menjadi semakin kompetitif akibat terbukanya akses perdagangan digital. Produk-produk dari berbagai negara dapat dengan mudah memasuki pasar domestik sehingga pelaku usaha lokal dituntut menghasilkan produk yang berkualitas, inovatif, serta memiliki nilai tambah. Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang lebih menyukai transaksi digital menuntut pelaku usaha untuk meningkatkan kemampuan pemasaran berbasis teknologi.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh besarnya modal, tetapi juga dipengaruhi oleh karakter kewirausahaan pemilik usaha. Individu yang memiliki kreativitas tinggi, mampu berinovasi, serta berani mengambil keputusan dalam situasi yang tidak pasti cenderung lebih mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu, pengembangan jiwa kewirausahaan menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pengembangan jiwa kewirausahaan mampu meningkatkan kreativitas, inovasi, dan daya saing UMKM di Indonesia serta mengidentifikasi berbagai strategi yang dapat diterapkan untuk menghadapi tantangan bisnis pada era digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif** dengan metode **studi kepustakaan (library research)**. Data diperoleh melalui berbagai sumber ilmiah seperti jurnal nasional dan internasional, buku, laporan pemerintah, serta publikasi yang membahas kewirausahaan, inovasi, transformasi digital, dan pengembangan UMKM. Seluruh data dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis) untuk mengidentifikasi konsep-konsep utama, menemukan hubungan antarteori, dan menarik kesimpulan mengenai strategi pengembangan kewirausahaan dalam meningkatkan daya saing usaha.

Hasil dan Pembahasan

Hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan seorang wirausahawan sangat dipengaruhi oleh kualitas karakter yang dimilikinya. Karakter tersebut meliputi rasa percaya diri, keberanian mengambil risiko, orientasi pada hasil, kemampuan memimpin, kreativitas, dan inovasi. Karakter-karakter tersebut menjadi fondasi utama dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang berlangsung sangat cepat.

Kreativitas merupakan kemampuan menghasilkan gagasan baru yang memiliki nilai ekonomis. Dalam dunia usaha, kreativitas dapat diwujudkan melalui pengembangan produk, desain kemasan, strategi pemasaran, maupun pelayanan kepada konsumen. Sementara itu, inovasi merupakan proses penerapan ide kreatif menjadi produk atau layanan yang memberikan manfaat nyata. Pelaku usaha yang mampu menggabungkan kreativitas dan inovasi akan lebih mudah memenangkan persaingan pasar.

Transformasi digital membuka peluang yang sangat besar bagi pengembangan usaha. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Selain itu, keberadaan marketplace mempermudah proses transaksi antara penjual dan pembeli tanpa harus memiliki toko fisik. Digitalisasi pembayaran juga meningkatkan kenyamanan konsumen dalam melakukan transaksi sehingga mempercepat pertumbuhan bisnis.

Di Indonesia, perkembangan UMKM berbasis digital menunjukkan tren yang positif. Banyak pelaku usaha mulai memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Penggunaan teknologi informasi juga membantu pelaku usaha memperoleh data mengenai preferensi konsumen sehingga strategi pemasaran menjadi lebih efektif.

Namun demikian, digitalisasi juga menghadirkan tantangan yang tidak ringan. Masih banyak pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam penguasaan teknologi digital. Rendahnya literasi digital menyebabkan sebagian pelaku usaha belum mampu memanfaatkan berbagai aplikasi bisnis secara optimal. Selain itu, keterbatasan modal usaha sering menjadi kendala dalam melakukan inovasi produk maupun investasi teknologi.

Persaingan bisnis yang semakin ketat juga menuntut pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas produk. Konsumen saat ini tidak hanya

mempertimbangkan harga, tetapi juga kualitas, pelayanan, kecepatan pengiriman, serta citra merek. Oleh karena itu, pengusaha perlu memahami perilaku konsumen dan melakukan evaluasi secara berkala terhadap strategi bisnis yang diterapkan.

Pendidikan kewirausahaan memiliki peran strategis dalam membentuk sumber daya manusia yang inovatif. Perguruan tinggi tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pendidikan, tetapi juga sebagai pusat pengembangan inovasi dan inkubator bisnis. Melalui pembelajaran berbasis proyek, pendampingan usaha, serta kolaborasi dengan dunia industri, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman nyata dalam membangun usaha.

Pemerintah juga memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan kewirausahaan melalui berbagai kebijakan, seperti penyediaan pelatihan, bantuan permodalan, digitalisasi UMKM, kemudahan perizinan usaha, serta penguatan akses pasar. Kolaborasi antara pemerintah, perguruan tinggi, lembaga keuangan, komunitas bisnis, dan sektor swasta menjadi faktor penting dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan.

Selain aspek ekonomi, kewirausahaan juga memiliki dimensi sosial. Seorang wirausaha tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga mampu menciptakan dampak positif bagi masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, pemberdayaan tenaga kerja lokal, pemanfaatan sumber daya daerah, serta pengembangan produk yang ramah lingkungan. Konsep social entrepreneurship menjadi salah satu bentuk pengembangan kewirausahaan yang semakin relevan dalam menjawab berbagai persoalan sosial.

Dengan demikian, pengembangan kewirausahaan pada era digital harus dilakukan secara komprehensif melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia, penguatan inovasi, pemanfaatan teknologi digital, pengembangan jaringan bisnis, serta dukungan kebijakan yang berkelanjutan. Strategi tersebut akan meningkatkan daya saing UMKM sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi nasional.

Kesimpulan

Jiwa kewirausahaan merupakan modal utama dalam menghadapi perubahan ekonomi pada era digital. Karakter seperti kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, kemampuan beradaptasi, dan kepemimpinan menjadi faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Transformasi digital telah membuka peluang yang sangat luas bagi pengembangan

UMKM melalui pemasaran digital, perdagangan elektronik, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam pengelolaan bisnis.

Meskipun demikian, berbagai tantangan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, dan persaingan global masih perlu diatasi melalui sinergi berbagai pihak. Pendidikan kewirausahaan, dukungan pemerintah, akses pembiayaan, serta penguatan ekosistem bisnis yang inovatif menjadi langkah strategis untuk menciptakan wirausaha yang tangguh, adaptif, dan mampu meningkatkan daya saing perekonomian Indonesia di masa depan.

Daftar Pustaka

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship* (11th ed.). McGraw-Hill.

Kuratko, D. F. (2021). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice* (11th ed.). Cengage Learning.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *SME and Entrepreneurship Outlook 2023*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/51bd9b34-en>

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.

Suryana. (2021). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.

Tambunan, T. T. H. (2022). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. LP3ES.

United Nations Conference on Trade and Development. (2021). *Digital Economy Report 2021*. <https://doi.org/10.18356/9789210057790>

World Bank. (2022). *World Development Report 2022: Finance for an Equitable Recovery*. World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1730-4>