



Editor: Dr. Fachrurazi, S. Ag., M.M

KONSEP DASAR TECHNOPRENEURSHIP

Sanny Edinov | Qristin Violinda | Supriyadi | Andri Nur Cahyo | I'tishom Al Khoiry
Noerma Kurnia Fajarwati | Enji Azizi | Ali Imron | Rizka Ariyanti | Yunita Indriany
Anita Wijayanti | Rahmi Yuliana | Yusnaini | Fithri Setya Marwati

KONSEP DASAR TECHNOPRENEURSHIP

Dalam konteks globalisasi, technopreneurship menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan ekonomi dan pertumbuhan bisnis negara. Hal ini karena technopreneurship dapat menciptakan lapangan kerja baru, menciptakan pasar dan industri baru serta meningkatkan daya saing nasional. Selain itu dalam pandangan bisnis, teknologi bukan hanya sebagai alat untuk mencapai tujuan bisnis, tetapi juga sebagai sumber daya yang dapat digunakan untuk menciptakan produk dan layanan baru yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, technopreneurship menempatkan teknologi sebagai hal yang sangat penting dalam menjalankan bisnis, dan mengintegrasikannya ke dalam setiap aspek bisnis.

Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademisi, terkhusus mahasiswa yang sedang mengikuti mata kuliah yang berhubungan dengan Kewirausahaan ataupun siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh. Terbitnya buku ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai Konsep Dasar Technopreneurship.

Bab yang dibahas dalam buku ini meliputi:

- Bab 1 Ruang Lingkup Kewirausahaan
- Bab 2 Membentuk Karakter Wirausaha
- Bab 3 Ide dan Peluang Bisnis
- Bab 4 Kreativitas dan Inovasi
- Bab 5 Konsep Technopreneurship
- Bab 6 Wawasan Technopreneurship
- Bab 7 Perkembangan Technopreneurship
- Bab 8 Manajemen Merek
- Bab 9 Strategi Bersaing Dalam Kewirausahaan
- Bab 10 Studi Kelayakan Bisnis
- Bab 11 Rancangan Model Bisnis Bagi UMKM (Online Community Business Model)
- Bab 12 Strategi Pemasaran Online
- Bab 13 Analisis dan Perencanaan Bisnis Digital
- Bab 14 Prospek Bisnis Berbasis Digital



☎ 0858 5343 1992
✉ eurekaediaaksara@gmail.com
📍 Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362



KONSEP DASAR TECHNOPRENEURSHIP

Sanny Edinov, S.Si., M.Si.
Qristin Violinda, S.Psi., M.M., Ph.D.
Supriyadi, S.Kom., M.M.
Andri Nur Cahyo, S.Sn., M.Sn.
I'tishom Al Khoiry, M.Kom.
Noerma Kurnia Fajarwati, S.I.Kom., M.I.Kom.
Enji Azizi, S.E., M.M.
Ali Imron, M.Si.
Rizka Ariyanti, M.M.
Yunita Indriany, S. Sos., M.A.
Anita Wijayanti, S.E., M.M., Akt., CA.
Rahmi Yuliana, S.E., M.M.
Yusnaini, S.E., M.M.
Fithri Setya Marwati, S.E., M.M.



eureka
media aksara

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

KONSEP DASAR TECHNOPRENEURSHIP

Penulis : Sanny Edinov, S.Si., M.Si.
Qristin Violinda, S.Psi., M.M., Ph.D.
Supriyadi, S.Kom., M.M.
Andri Nur Cahyo, S.Sn., M.Sn.
I'tishom Al Khoiry, M.Kom.
Noerma Kurnia Fajarwati, S.I.Kom., M.I.Kom.
Enji Azizi, S.E., M.M.
Ali Imron, M.Si.
Rizka Ariyanti, M.M.
Yunita Indriany, S. Sos., M.A.
Anita Wijayanti, S.E., M.M., Akt., CA.
Rahmi Yuliana, S.E., M.M.
Yusnaini, S.E., M.M.
Fithri Setya Marwati, S.E., M.M.

Editor : Dr. Fachrurazi, S. Ag., M.M.

Desain Sampul : Ardyan Arya Hayuwaskita

Tata Letak : Nurlita Novia Asri

ISBN : 978-623-151-207-9

No. HKI : EC00202352731

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, JUNI 2023**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekaediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2023

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

PRAKATA

Puji syukur kami ucapkan kehadiran ALLAH SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan buku yang berjudul Konsep Dasar *Technopreneurship*.

Pembahasan dalam buku ini meliputi Ruang Lingkup Kewirausahaan, Membentuk Karakter Wirausaha, Ide dan Peluang Bisnis, Kreativitas dan Inovasi, Konsep *Technopreneurship*, Wawasan *Technopreneurship*, Perkembangan *Technopreneurship*, Manajemen Merek, Strategi Bersaing dalam Kewirausahaan, Studi Kelayakan Bisnis, Rancangan Model Bisnis Bagi UMKM (*Online Community Business Model*), Strategi Pemasaran Online, Analisis dan Perencanaan Bisnis Digital dan Prospek Bisnis Berbasis Digital.

Pembahasan materi dalam buku ini telah disusun secara sistematis dengan tujuan memudahkan pembaca. Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademisi, terkhusus mahasiswa yang sedang mengikuti mata kuliah yang berhubungan dengan Kewirausahaan ataupun siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh. Terbitnya buku ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai Konsep Dasar *Technopreneurship*.

Penulis merasa bahwa Buku Konsep Dasar *Technopreneurship* ini jauh dari sempurna, oleh karena itu segala masukan baik berupa saran maupun kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih bagi kepustakaan di Indonesia dan bermanfaat bagi kita semua.

Penulis, Juni 2023

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB 1 RUANG LINGKUP KEWIRAUSAHAAN	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Kewirausahaan	2
C. Wirausaha	8
D. Keuntungan dan Kerugian Wirausaha.....	9
E. Karakteristik Wirausaha	10
F. Faktor-faktor Pendorong Keberhasilan Wirausaha.....	12
G. Kewirausahaan di Indonesia	16
H. Kesimpulan	19
BAB 2 MEMBENTUK KARAKTER WIRAUSAHA	21
A. Pendahuluan.....	21
B. Karakteristik Wirausaha	23
C. Enterpreneur dan Kebutuhan untuk Berprestasi	26
D. <i>Locus of Control</i>	29
E. <i>Enterpreneur</i> dan Kecenderungan Mengambil Risiko ..	36
F. Kesimpulan	43
BAB 3 IDE DAN PELUANG BISNIS	48
A. Pendahuluan.....	48
B. Faktor Yang Mempengaruhi Munculnya Ide dan Peluang Bisnis.....	51
C. Metode Analisis Peluang Bisnis	51
D. Sumber Peluang Bisnis dari Faktor Eksternal dan Internal	54
E. Manfaat Kewirausahaan Bagi Perekonomian.....	56
F. Keterampilan Mumpuni yang Harus Dimiliki	58
G. Menemukan Ide Usaha Digital	64
H. Ide Kreatif dalam Penggunaan Media Sosial untuk Promosi.....	70
I. Kesimpulan	75

BAB 4 KREATIVITAS DAN INOVASI.....	76
A. Pendahuluan	76
B. Kreativitas.....	77
C. Inovasi.....	94
D. Hubungan antara Kreativitas dan Inovatif.....	102
BAB 5 KONSEP TECHNOPRENEURSHIP.....	104
A. Pendahuluan	104
B. Pengertian <i>Technopreneurship</i>	105
C. Sejarah <i>Technopreneurship</i>	106
D. Perbedaan <i>Entrepreneurship</i> dan <i>Technopreneurship</i>	109
E. Ciri <i>Technopreneurship</i>	112
F. Pentingnya <i>Technopreneurship</i>	120
G. Landasan <i>Technopreneurship</i>	123
H. Ekosistem <i>Technopreneurship</i>	124
I. <i>Technopreneurship</i> di Indonesia	126
J. Membangun Jiwa <i>Technopreneurship</i>	129
K. Manfaat <i>Technopreneur</i> bagi Masyarakat	131
L. Kesimpulan.....	136
BAB 6 WAWASAN TECHNOPRENEURSHIP	137
A. Pendahuluan	137
B. Lingkup Wawasan dan Karakter Seorang <i>Technopreneur</i>	138
C. Dukungan Pemerintah pada <i>Technopreneur</i>	139
D. Kesimpulan.....	140
BAB 7 PERKEMBANGAN TECHNOPRENEURSHIP	142
A. Pendahuluan	142
B. Perkembangan <i>Technopreneurship</i> di Indonesia.....	143
C. Perkembangan <i>Technopreneurship</i> di Asia.....	144
D. <i>Triple Helix</i> : Wujud Perkembangan <i>Technopreneurship</i>	146
E. Pentingnya Peningkatan <i>Technopreneurship</i>	146
F. Kesimpulan.....	147
BAB 8 MANAJEMEN MEREK	148
A. Pendahuluan	148
B. Tujuan Manajemen Merek	149
C. Elemen Tidak Berwujud dari Manajemen Merek	150

D. Fungsi, Strategi dan Proses Manajemen Merek.....	150
E. <i>Brand Competitiveness</i>	154
F. <i>Brand Value Competitiveness Chain</i>	158
G. <i>Brand Competitiveness</i>	160
H. <i>Brand Value</i>	163
I. <i>Brand Differentiation</i>	167
J. <i>SMEs Branding Learning Process</i>	170
K. Manajemen Merek Secara Digital pada UKM	172
L. Pemasaran UKM di Industri 4.0.....	175
M. Kesimpulan	178
BAB 9 STRATEGI BERSAING DALAM	
KEWIRAUSAHAAN.....	180
A. Pendahuluan.....	180
B. Pengertian Strategi	182
C. Teori Generik Strategi dan Keunggulan Bersaing	184
D. Kompetitif Model Porter.....	189
E. <i>Resource Based Theory</i>	192
F. <i>Knowledge Based View</i>	193
G. Keunggulan Bersaing	194
H. Modal Intelektual dan Manajemen Pengetahuan.....	198
I. Strategi Bersaing dalam wirausaha	201
J. Kesimpulan	205
BAB 10 STUDI KELAYAKAN BISNIS	207
A. Pendahuluan.....	207
B. Studi Kelayakan Bisnis.....	208
BAB 11 RANCANGAN MODEL BISNIS BAGI UMKM	
ONLINE COMMUNITY BUSINESS MODEL	220
A. Pendahuluan.....	220
B. Konsep Business Model	223
C. Konsep <i>Online Community Business Model</i>	226
D. Rancangan Online Community Business Model untuk UMKM	230
E. Kesimpulan	234
BAB 12 STRATEGI PEMASARAN ONLINE	236
A. Pendahuluan.....	236
B. Pengertian	237

C. Karakteristik Lingkungan Pemasaran Online	238
D. Jenis Lingkungan Pemasaran.....	238
E. Pentingnya Strategi Pemasaran Online.....	240
F. Konsep Strategi Pemasaran Online	242
G. Segmentasi pasar.....	243
BAB 13 ANALISIS DAN PERENCANAAN BISNIS	
DIGITAL	248
A. Pendahuluan	248
B. Definisi Bisnis Digital	248
C. Jenis Bisnis Digital	251
D. Perkembangan Teknologi Digital.....	252
E. Faktor Keberhasilan Perencanaan Bisnis Digital.....	258
F. Keuntungan Bisnis Digital	263
G. Analisis SWOT untuk pengembangan Bisnis Digital.....	264
H. Pentingnya Analisis Bisnis di Era Digital	266
I. Tantangan Pelaksanaan Bisnis Digital	267
BAB 14 PROSPEK BISNIS BERBASIS DIGITAL	269
A. Pendahuluan	269
B. Elemen umum bisnis digital	275
C. Jalur karir bisnis digital dan inovasi	275
D. Memahami Peluang Bisnis Digital	276
E. Langkah-Langkah Untuk Menciptakan Bisnis Digital Yang Kuat	283
F. Lima Industri Untuk Peluang Bisnis Digital	285
G. Delapan (8) Manfaat Menerapkan Strategi Bisnis Digital.....	287
H. Ringkasan	295
DAFTAR PUSTAKA	298
TENTANG PENULIS	330

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Prospek Wirausaha Indonesia	19
Gambar 3. 1	Ilustrasi Peluang Bisnis.....	58
Gambar 4. 1	Komposisi Kreativitas.....	86
Gambar 4. 2	Model Pendekatan untuk mencapai Inovasi melalui Kreativitas.....	103
Gambar 5. 1	<i>Dot-com bubble burst</i>	108
Gambar 5. 2	Daftar Decacorn dan Unicorn Indonesia via GoodStats.id	128
Gambar 8. 1	Bibliometric Visualization Branding Berdasarkan Hubungannya	156
Gambar 8. 2	Bibliometric Visualization Branding Berdasarkan Tahun Publikasi	157
Gambar 8. 3	Brand Value Competitiveness Chain	159
Gambar 8. 4	SECI: Sosialisasi – Eksternalisasi – Kombinasi – Internalisasi	172
Gambar 10. 1	Tahapan Studi kelayakan Bisnis	217
Gambar 10. 2	Aspek Studi Kelayakan Bisnis	219
Gambar 11. 1	Jumlah UMKM di Indonesia Sebelum dan Setelah Pandemi Covid 19	221
Gambar 11. 2	Kerangka Perumusan Bisnis Model untuk UMKM	231
Gambar 11. 3	Kerangka Konseptual Model Bisnis	232
Gambar 13. 1	Digital Bisnis.....	250
Gambar 13. 2	Contoh Revolusi.....	252
Gambar 13. 3	Handphone.....	255
Gambar 13. 4	Analisis SWOT	265
Gambar 14. 1	Rantai nilai berbasis informasi untuk IoT	273

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Perbedaan kreativitas dengan inovasi	77
Tabel 4. 2 Jenis dan Level Kreativitas.....	81
Tabel 4. 3 Jenis-Jenis Inovasi	97
Tabel 5. 1 Perbedaan <i>Entrepreneurship</i> dan <i>Technopreneurship</i>	110
Tabel 11. 1 Dimensi Bisnis Model	229



KONSEP DASAR TECHNOPRENEURSHIP

Sanny Edinov, S.Si., M.Si.

Qristin Violinda, S.Psi., M.M., Ph.D.

Supriyadi, S.Kom., M.M.

Andri Nur Cahyo, S.Sn., M.Sn.

I'tishom Al Khoiry, M.Kom.

Noerma Kurnia Fajarwati, S.I.Kom., M.I.Kom.

Enji Azizi, S.E., M.M.

Ali Imron, M.Si.

Rizka Ariyanti, M.M.

Yunita Indriany, S. Sos., M.A.

Anita Wijayanti, S.E., M.M., Akt., CA.

Rahmi Yuliana, S.E., M.M.

Yusnaini, S.E., M.M.

Fithri Setya Marwati, S.E., M.M.



BAB

1

RUANG LINGKUP KEWIRAUSAHAAN

A. Pendahuluan

Kewirausahaan akhir-akhir ini menjadi topik yang menarik dan diminati di kalangan masyarakat luas, terutama di kalangan generasi muda milenial dan Generasi Z, serta ibu rumah tangga dan pengusaha dengan jam kerja yang sangat fleksibel. Minat generasi muda di Indonesia dalam berwirausaha cukup tinggi. Setidaknya 73 persen dari seluruh anak muda di Indonesia tertarik untuk berwirausaha. Ini merupakan peluang besar untuk memajukan industri Indonesia, salah satunya adalah *Food and Beverage Industry* (F&B) (Humaniora, 2022). Bertambahnya jumlah wirausahawan muda di Indonesia turut berkontribusi terhadap bertambahnya jumlah wirausahawan muda yang menginspirasi. Seiring dengan rintisan pengembangan kewirausahaan, mendorong generasi muda untuk mengembangkan dan menggali minat mereka dalam berwirausaha. Selain minat, dukungan lingkungan dan pendidikan juga dapat menjadi faktor penting dalam implementasi strategi bisnis. Namun, peningkatan ini relatif kecil dibandingkan dengan jumlah penduduk yang tinggal di Indonesia. Kewirausahaan adalah apa yang dilakukan seseorang untuk mengolah sumber daya dan menciptakan hal-hal baru, termasuk menambah nilai menjadi suatu yang bernilai untung pada suatu barang atau jasa. Pada awalnya, bisnis hanya tentang bisnis. Seiring berjalannya waktu, kewirausahaan dapat dijumpai di berbagai bidang kehidupan, mulai dari pertanian hingga industri.

BAB 2

MEMBENTUK KARAKTER WIRAUSAHA

A. Pendahuluan

Kewirausahaan adalah tulang punggung ekonomi kita dan amanat kekayaan bangsa kita. Itu adalah inti dari keberadaan kita." (Carland & Carland, 1997) Kewirausahaan ada di mana-mana di sekitar kita. Itu dapat ditemukan di negara dunia mana pun dan dapat ditemukan di setiap organisasi global dimanapun di dunia. Seluruh ekonomi kita didasarkan pada kewirausahaan. Selama beberapa dekade, masyarakat mulai menaruh minat yang besar untuk menjadi wirausahaan. Saat ini juga banyak tampil wirausahawan sukses seperti Steve Jobs, Bill Gates dan Mark Zuckerberg yang dapat dilihat di berbagai media dan dikenal oleh semua orang di belahan dunia mana pun. Namun, tidak semua orang yang berperan sebagai wirasawasta bisa berhasil didalam menjalankan bisnisnya. Prestasi profil dari pengusaha global dapat kita lihat sebagai tokoh karismatik, bahkan sebagai panutan dalam menjalankan bisnis usahanya.

Faktor yang dapat menentukan seseorang bisa sukses atau tidak adalah faktor individu, lingkungan dan organisasi. (Bulut, *et al.* 2010). Menurut Dollinger (1995) seorang wirausahawan memiliki tiga dimensi yang sangat berpengaruh terhadap kesuksesannya yaitu dimensi; individu, lingkungan dan organisasi yang merupakan rangkaian dari penciptaan usaha bisnis baru. Pendekatan lain yang banyak membahas tentang keberhasilan wirausaha yaitu pendekatan multidimensional, dimana menurut pendekatan ini kesuksesan individu dalam

BAB

3

IDE DAN PELUANG BISNIS

A. Pendahuluan

Penciptaan suatu ide bisnis merupakan salah satu faktor penting dalam memulai sebuah bisnis. Inspirasi bisa datang kapan saja dan di mana saja. Mungkin ketika sedang bersantai saat liburan, tiba-tiba tercetus ide perbaikan proses bisnis atau bahkan ide untuk memulai sesuatu yang benar-benar baru (inovasi). Hampir semua proses inovasi mencakup pembangkitan ide dan pemilihan ide atau peluang. Semua inovasi didasarkan pada ide yang bisa berada di dalam atau di luar perusahaan. Membangkitkan suatu ide atau *ideation* adalah proses sistematis dengan tujuan menciptakan dan menangkap ide sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh organisasi, dan itu mencakup elemen yang terkait dengan kreativitas dan detail struktur organisasi untuk mendukung proses tersebut. *Ideation* adalah proses menghasilkan ide dan solusi melalui sesi seperti *sketching*, *prototyping*, *brainstorming*, *brainwriting*, ide terburuk, dan banyak teknik *ideation* lainnya. *Ideation* juga merupakan tahap ketiga dalam proses *design thinking*. Meskipun banyak orang mungkin pernah mengalami sesi *brainstorming* sebelumnya, tidak mudah untuk memfasilitasi sesi ide yang benar-benar bermanfaat. *Ideation* seringkali merupakan tahap yang paling menarik dalam proyek *design thinking*, karena selama *ideation*, tujuannya adalah untuk menghasilkan sejumlah besar ide yang kemudian dapat disaring dan dipotong oleh tim menjadi yang terbaik, paling praktis atau paling inovatif untuk menginspirasi solusi desain dan produk baru dan lebih baik.

BAB

4

KREATIVITAS DAN INOVASI

A. Pendahuluan

Kreativitas dan inovasi adalah dua konsep yang sangat fundamental untuk hampir semua disiplin ilmu, tidak hanya seni. Keduanya sering kali disebutkan bersamaan. Kreativitas adalah sebuah proses aktif yang terlibat secara langsung dalam sebuah inovasi. Proses kreatif adalah sumber dari inovasi. Namun, meskipun keduanya memiliki keterkaitan yang erat, kedua konsep ini sebenarnya memiliki arti yang berbeda. Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan gagasan atau solusi yang baru dan orisinal. Kreativitas dapat diterapkan dalam berbagai bidang, seperti seni, musik, desain, teknologi, dan bisnis atau pengembangan produk baru. Sedangkan inovasi merupakan suatu perubahan yang sengaja dilakukan pada suatu produk, layanan, atau proses yang bertujuan untuk meningkatkan nilai atau efisiensi dari produk, layanan, atau proses tersebut. Inovasi juga dapat terjadi dalam berbagai bidang, seperti teknologi, bisnis, dan sosial.

Dalam bab ini, akan dibahas pentingnya kreativitas dan inovasi, serta beberapa strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kreativitas dan menghasilkan inovasi. Fokus diskusi dalam tulisan *technopreneurship* adalah bagaimana mengembangkan hubungan antara *entrepreneurship* dengan kreativitas dan inovasi. Hal ini menjadi penting karena kreativitas dan inovasi merupakan tonggak kemajuan dan keunggulan *entrepreneurship*. Sebelum membahas lebih banyak tentang konsep kreativitas dan inovasi, perlu diketahui beberapa

BAB

5

KONSEP TECHNOPRENEURSHIP

A. Pendahuluan

Dalam era persaingan global yang sangat ketat saat ini, inovasi bisnis tidak lagi cukup hanya berfokus pada peningkatan produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi juga harus diikuti dengan penerapan teknologi rekayasa yang tepat untuk mengoptimalkan kinerja dari usaha tersebut. Penggunaan teknologi terkini dalam pengembangan bisnis akan memberikan banyak manfaat, seperti peningkatan efisiensi dan efektivitas dalam proses produksi, pemasaran, dan lain-lain. *Entrepreneurship* dan *Technopreneurship* merupakan topik yang menarik dalam studi kewirausahaan bisnis di Indonesia. Kedua konsep ini mengacu pada inovasi dan kreativitas dalam menciptakan bisnis baru. Saat ini, Indonesia sedang mengalami pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat, dan kewirausahaan menjadi salah satu pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi. *Entrepreneurship* di Indonesia telah berkembang sejak lama, namun dengan semakin berkembangnya teknologi dan internet, *technopreneurship* semakin menjadi topik penting dalam kewirausahaan di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi dan inovasi dapat menjadi basis penting untuk menciptakan nilai dan peluang bisnis. *Technopreneurship* membutuhkan keterampilan dan pengetahuan yang memadai dalam penerapan teknologi terkini serta semangat dan keterampilan bisnis yang kuat.

Pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan adalah tujuan penting bagi setiap negara. Untuk mencapai tujuan tersebut, dibutuhkan peran aktif dari sektor swasta,

BAB

6

WAWASAN TECHNOPRENEURSHIP

A. Pendahuluan

Technopreneurship gabungan dari kata *technology* dan *entrepreneur*. Secara umum, kata Teknologi digunakan untuk merujuk pada penerapan praktis ilmu pengetahuan ke dunia industri atau sebagai kerangka pengetahuan yang digunakan untuk menciptakan alat-alat, untuk mengembangkan keahlian dan mengekstraksi materi guna memecahkan persoalan yang ada (Wibowo, Sulartopo and Koerniawan, 2022; Supriadi and Nur, 2023). Sedangkan kata *entrepreneurship* berasal dari kata *entrepreneur* yang merujuk pada seseorang atau agen yang menciptakan bisnis/usaha dengan keberanian menanggung risiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang ada (Bhat and Gulzar, 2020; Paulus, 2021). Apabila digabungkan, maka *technopreneurship* diartikan sebagai bisnis atau usaha yang berbasis teknologi sehingga tidak hanya keahlian dalam berbisnis dan berwirausaha tetapi pengetahuan akan teknologi yang berkembang juga dibutuhkan.

Technopreneurship mengacu pada kegiatan wirausaha berbasis teknologi yaitu wirausaha yang memulai usaha baru yang dihasilkan dari ilmu pengetahuan, teknologi, dan rekayasa yang dibutuhkan oleh pasar. Karena itu, *technopreneurship* merupakan proses dan pembentukan usaha baru yang melibatkan teknologi sebagai basisnya, dengan harapan bahwa penciptaan strategi dan inovasi yang tepat kelak bisa menempatkan teknologi sebagai salah satu faktor untuk

BAB

7

PERKEMBANGAN TECHNOPRENEURSHIP

A. Pendahuluan

Istilah *technopreneurship* semakin populer saat perkembangan teknologi seperti internet dan handphone sudah semakin luas. Perkembangan teknologi yang tiada hentinya semakin lama semakin maju, memacu persaingan yang sangat ketat diantara pengelola bisnis yang menerapkan *Technopreneurship* sebagai inkubator bisnis berbasis teknologi mereka, dimana teknologi memiliki peranan sebagai penggerak bisnisnya (Pratiwi *et al.*, 2022). Istilah *technopreneur* merupakan gabungan dari dua kata yakni teknonologi dan *enterpreneur*. Kata teknologi berasal dari bahasa Yunani yang berarti tindakan sistematis dari sebuah kecakapan, termasuk seni. Sedangkan *enterpreneur* merupakan tindakan komersialisasi terhadap suatu produk. Kesimpulannya, *technopreneurship* merupakan suatu proses komersialisasi produk-produk teknologi yang kurang berharga menjadi berbagai produk yang bernilai tinggi sehingga menarik minat konsumen untuk membeli atau memilikinya (Nirbita, 2020).

Perkembangan dan penerapan *Technopreneurship* di era Globalisasi saat ini telah banyak membawa dampak perubahan pada area bisnis saat ini. Jika kita lihat ke 2 -3 dekade sebelumnya, maka Taiwan, Korea Selatan dan Singapura masih digolongkan sebagai negara berkembang. Namun sekarang negara-negara ini telah menjadi negara maju dengan perekonomian yang didasarkan pada Industri teknologi (Maulana, Soegoto and Syahputra, 2021).

BAB

8

MANAJEMEN MEREK

A. Pendahuluan

Merek (*brand*) telah menjadi elemen krusial yang berkontribusi terhadap kesuksesan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba, pemanufaktur maupun penyedia jasa, dan organisasi lokal, regional, maupun global. Riset selama ini cenderung didominasi penelitian di sektor *consumer markets*, terutama dalam kaitannya dengan produk fisik berupa barang. Kendati demikian, literatur merek mulai berkembang pula untuk sektor pemasaran jasa, pemasaran bisnis, pemasaran online, dan bahkan pemasaran negara (*country marketing*). Bidang kajiannya pun sangat beragam, mulai dari sejarah manajemen merek, *brand origin*, *brand pioneership* dan *brand name strategy* hingga *brand equity*, *brand extension*, *brand loyalty*, *brand community*, dan *global branding*.

Banyaknya kajian tentang merek pada usaha skala besar, seolah olah menafikan fakta bahwa 95 persen usaha yang ada di dunia adalah usaha kecil dan menengah Storey, 1994 dalam (Krake 2005) Di USA, UKM telah menjadi awalan untuk menjadi suatu perusahaan besar dan global. Banyak perusahaan besar kelas dunia sekarang seperti: Microsoft, Philips, Nike, semuanya dimulai dari usaha kecil dan menengah (UKM). Di balik semua kesuksesan tersebut terungkap bahwa mereka (pendiri dan pemilik perusahaan) sangat perhatian pada merek perusahaan yang mereka ciptakan.

American Marketing Association dalam Kotler & Keller (2009) mendefinisikan merek sebagai nama, istilah, tanda,

BAB 9

STRATEGI BERSAING DALAM KEWIRAUSAHAAN

A. Pendahuluan

Persaingan dalam *startup* tidak bisa dihindari. Seiring dengan persaingan, pengusaha menghadapi banyak peluang dan tantangan baik dari luar maupun dalam usaha yang akan sangat mempengaruhi kelangsungan usaha. Oleh karena itu, sangat penting bagi pemilik bisnis untuk selalu mengikuti perkembangan industri, preferensi konsumen, dan faktor lain yang memengaruhi daya saing, serta beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan iklim bisnis. Langkah selanjutnya adalah bagi pemilik bisnis untuk mempertimbangkan dan memilih taktik yang mungkin mereka gunakan untuk tetap berada di depan persaingan. Karena tekanan persaingan yang kuat berdampak besar pada kinerja teknologi, konsumen, dan siklus produk bisnis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Agar bisnis dapat bertahan di saat-saat seperti ini, tindakan tegas dan penggunaan strategi yang baik merupakan prasyarat. Strategi bersaing mencakup teknik atau metode yang digunakan mengembangkan bisnis.

Lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini menuntut perusahaan agar peduli dengan pembuatan produk yang mereka jual untuk bersaing demi keuntungan. Produk yang dikembangkan harus menonjol dari yang lain sehingga dapat dievaluasi berdasarkan kemampuannya sendiri oleh konsumen. Persaingan di dunia usaha telah meningkat seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi baru. Bisnis saat ini menghadapi persaingan industri yang lebih ketat daripada sebelumnya, sebuah tren yang sebagian didorong oleh

BAB 10

STUDI KELAYAKAN BISNIS

A. Pendahuluan

Studi kelayakan adalah penyelidikan menyeluruh terhadap ide bisnis, apakah ide tersebut layak atau tidak. Ada tiga jenis aspek studi kelayakan pra-eksplorasi: pembentukan, pengembangan, dan merger atau akuisisi. Studi kelayakan digunakan untuk produksi barang di sektor pertanian, industri dan komersial, dan untuk produk jasa di sektor jasa seperti transportasi, perumahan, pariwisata, pendidikan dan perbankan (Subagyo, 2007).

Studi kelayakan juga sering disebut studi pendahuluan yang memperhitungkan keputusan untuk menerima atau menolak ide atau proyek bisnis yang direncanakan. Dalam evaluasi, istilah kelayakan sebagai studi kelayakan berarti kemungkinan ide atau proyek bisnis yang diterapkan akan membawa manfaat ekonomi dan sosial. Sama seperti ide dan proyek bisnis belum tentu sesuai secara sosial dan sebaliknya, konteks di mana evaluasi berlangsung adalah penting.

Studi kelayakan pada dasarnya berkaitan dengan berbagai konsep dasar yang berkaitan dengan pemilihan dan proses seleksi perusahaan untuk mencapai keuntungan finansial dan sosial dari waktu ke waktu. Aspek ekonomi dan teknis sangat penting dalam kursus ini karena menjadi dasar untuk melakukan kegiatan komersial. Sebuah studi kelayakan mempertimbangkan berbagai aspek, termasuk dampak rasional, hukum, sosiologis, politik, pasar, risiko, keuangan dan

BAB 11

RANCANGAN MODEL BISNIS BAGI UMKM ONLINE COMMUNITY BUSINESS MODEL

A. Pendahuluan

Pandemi COVID-19 rupanya tidak hanya memengaruhi kesehatan, tetapi juga mengguncang ekonomi global. Pandemi COVID-19 berdampak luar biasa terhadap ekonomi global (Leal Filho et al., 2021; Rume & Islam, 2020). Secara ekonomi, pandemi ini mengganggu pasokan dan permintaan. Pandemi COVID-19 juga membuat konsumsi dan investasi menurun dan memengaruhi rantai pasokan. Dengan demikian, hal itu memengaruhi aktivitas perusahaan dan jaringan produksi (Ivanov, 2021). Di Indonesia, Covid-19 terkonfirmasi awal Maret 2020, dan pada Mei 2020 pandemi melanda seluruh provinsi di Indonesia (Halimatussadiyah et al., 2020). Pandemi Covid-19 berdampak pada perekonomian Indonesia, dan semua jenis usaha terdampak oleh perekonomian negara yang melambat akibat pembatasan pergerakan manusia untuk menghentikan penyebaran Covid-19 (Halimatussadiyah et al., 2020; Susilawati et al., 2020).

Secara khusus, pandemi Covid-19 sangat memukul UMKM di Indonesia. Menurunnya jumlah UMKM di Indonesia sebelum dan selama pandemi COVID-19 ditunjukkan pada gambar 11.1

BAB 12

STRATEGI PEMASARAN ONLINE

A. Pendahuluan

Pemasaran adalah salah satu perangkat vital dalam suatu bisnis, sistem pemasaran yang baik merupakan pendukung siklus hidup sebuah produk (*product lifecycle*). Pemasaran tidak sekedar pengembangan produk yang baik, penetapan harga yang menarik, dan ketersediaan bagi konsumen sasaran. Perusahaan juga harus berkomunikasi dengan konsumen. Kendala yang dihadapi adalah pada efisiensi anggaran untuk media komunikasi pemasaran. Teknologi informasi khususnya internet sangat mempengaruhi dunia marketing, bahkan pemanfaatan internet untuk marketing dianggap sebagai trendsetter.

Secara umum konsumen lebih memilih produk yang mereka gunakan sebelumnya, maka dari itu sangat penting untuk memperkenalkan produk secara online agar diketahui konsumen secara luas. Setiap bisnis yang dimiliki oleh seseorang tentunya mempunyai strategi pemasaran yang dirancang guna memenangkan persaingan dalam memenuhi kebutuhan pasar. Pemasaran penawaran produk baru kepada pelanggan, dilakukan untuk menumbuhkan kepercayaan merek pada pelanggan. Sebuah bisnis tentunya mempunyai harapan yang bersifat berkelanjutan dalam strategi pemasarannya, yakni jangka panjang dalam memenuhi kebutuhan pasar dan menjadi perusahaan unggulan yaitu melalui produk yang ditawarkan tersebut.

BAB 13

ANALISIS DAN PERENCANAAN BISNIS DIGITAL

A. Pendahuluan

Bisnis digital adalah segala jenis bisnis atau aktivitas komersial yang berjalan secara online atau melalui Internet. Melaksanakan bisnis digital membutuhkan sarana online sebagai media untuk berbisnis. Sarana online seperti situs, blog, dan toko online dapat digunakan sebagai sarana bisnis. Pada dunia modern sekarang, perdagangan digital sangat penting dan semua orang harus belajar, karena perusahaan yang tidak ingin *go digital* tidak dapat mampu bertahan dari gelombang teknologi dan persaingan perusahaan yang lain. Banyak perusahaan besar terpaksa tutup karena sudah terlambat untuk pindah ke dunia baru. Banyak orang ingin memulai proyek bisnis digital yang disebabkan penggunaan teknologi yang semakin canggih. Bahkan dengan tren bisnis saat ini, banyak orang yang memilih bisnis digital. Ada beberapa yang berhasil, adapula beberapa yang gagal. Dalam berbisnis, hal ini tentunya membutuhkan rencana dan strategi bisnis yang matang. Terus? Apakah perencanaan bisnis? Perencana bisnis adalah rencana bisnis yang ingin kita kelola baik dari segi biaya, tujuan, visi, misi, dll. Memulai bisnis tidak ada perencanaan bisnis adalah proyek yang sangat berisiko.

B. Definisi Bisnis Digital

Rencana bisnis menurut Hisrich dan Peters berarti sebagai berikut : "Perencanaan bisnis adalah data tertulis yang dipersiapkan oleh pelaku usaha yang menguraikan keseluruhan faktor eksternal dan internal yang terlibat untuk memulai bisnis

BAB 14

PROSPEK BISNIS BERBASIS DIGITAL

A. Pendahuluan

Digitalisasi dalam bisnis telah terbukti hampir penting untuk kesuksesan bisnis saat ini. Itu terjadi ketika bisnis mulai menggunakan teknologi digital untuk mengubah model bisnisnya dan memberikan peluang penghasil nilai baru. Digitalisasi mengacu pada penggunaan teknologi digital untuk mengubah model bisnis dan memberikan peluang penghasil pendapatan dan nilai baru. Dapat dikatakan bahwa itu mencakup setiap aktivitas dan proses yang dimungkinkan oleh teknologi digital. Digitalisasi dalam bisnis telah membawa banyak perusahaan menuju kesuksesan. Dari mengotomatiskan aktivitas pemasaran hingga memproses pesanan, bisnis telah sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital.

Meningkatnya digitalisasi bisnis dan masyarakat pada umumnya telah memicu ledakan nyata dalam jumlah yang disebut Big Data yang tersedia dan diadopsi serta dieksplorasi dalam pengembangan bisnis. Digitalisasi menciptakan ekonomi kedua yang luas, otomatis, dan tidak terlihat, sehingga menimbulkan pergolakan masyarakat terbesar sejak Revolusi Industri. Data telah menjadi sangat besar dan telah berpindah dari bulanan, ke mingguan, ke harian dan setiap jam sehubungan dengan sejumlah besar transaksi yang dilakukan oleh jutaan pelanggan dan entitas di seluruh ekosistem organisasi. Beberapa penelitian memperkirakan peningkatan data yang dibuat, direplikasi, dan dikonsumsi setiap tahun dari

DAFTAR PUSTAKA

- Abdollahi, G. (2011). A Classification for Business Model Types in E-commerce A Classification for Business Model Types in E-commerce. *AMCIS*, 1-14.
- Abid, A. A., Rahim, M., & Scheepers, H. (2011). *Experienced Benefits and Barriers of e-Business Technology Adoption by SME suppliers*. July. <https://doi.org/10.5171/2011.791778>
- Adi, K., Riptanti, E.W. and Irianto, H. (2017) 'Growing a Technopreneurship-Based New Entrepreneur in Business Incubator', *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(2), pp. 122-139. doi:10.20885/ajie.vol2.iss2.art4.
- Adom, D., & Hussain, Emad Kamil, and Joe, A. . A. (2018). Theoretical and Conceptual Framework: Mandatory Ingredient of Quality Research. *International Journal of Scientific Research*, 7(1), 93-98. <https://www.researchgate.net/publication/322204158%0ATHEORETICAL>
- Afuah, A., Tucci, C. L., & A Afuah, C. T. (2000). Internet business models and strategies: Text and cases. *McGrawHill International Editions Management Organization Series*, 2(January), 358. <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=579520>
- Agustina, K. (2015) Analisis Strategi Bersaing Industri Kecil Makanan Tradisional (Kasus Pada Usaha Lempuk Durian Di Kabupaten Bengkalis. *Jom FISIP*. Vol 1 No 2.
- Ahmad, H., (2010) Personality Traits among Entrepreneurial and Professional CEOs in SMEs. *International Journal of Business and Management*, Volume 5, Number 9, p. 203-213.
- Aisyah, E. N. *et al.* (2022) *Transformasi Bisnis Digital*. Kediri: FE Univ. Nusantara PGRI Kediri.

- Al Habib, M. F., & Rahyuda, I. K. (2015). Pengaruh Efikasi Diri, Kebutuhan Akan Prestasi Dan Keberanian Mengambil Risiko Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa, 4(9), 2618–2646.
- Alianse, S., Definicija, S. T. O., & Veidošanās, U. N. (2017). *Strategic Alliances – Their Definition And Formation*. 1(February). <https://doi.org/10.17770/Iner2013vol1.5.1155>
- Alma, B. (2011) *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Alonso, D.A., and Bressan, A. (2015). Resilience in the context of Italian micro and small wineries: an empirical study. *International Journal of Wine Business Research*, 27(1), 40–60.
- Alt, R., & Zimmermann, H.-D. (2001). Preface: Introduction to Special Section - Business Models. *Electronic Markets*, 11(1), 3–9. <https://doi.org/10.1080/713765630>
- Ang, S. K., & Husain, W. (2015). A Study on Implication of Adopting E-Business Technology by SMEs. *ICCIT*, 336–369.
- Anggara, AA and Weihwa, P. (2021). *Pandemic Leadership & System Resilience: Mitigate Crisis and Maintain Competitive Advantage During Pandemic Covid-19 in Indonesian Firms*. Yuntech Press: Yunlin
- Aprilianty, E. (2002) Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Lingkungan terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*. Vol 2, No. 3.
- Ardolino, M., Saccani, N., Adrodegari, F., & Perona, M. (2020). A business model framework to characterize digital multisided platforms. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(1). <https://doi.org/10.3390/joitmc6010010>
- Arifin, Z. (2017) *Adopsi Teknologi untuk Keunggulan Daya Saing*. PT.

PLN Persero. Jakarta Selatan,

Armstrong, M. (2006) *A Handbook of Human Resource Management Practice Edition*. London: Kogan Page

Aryani, N.W.S. and Rahyuda, A.G. (2022) 'The Impact Between Family Background In A Development And Technopreneurship Mindset Among University Students : A Case Study In Bali', *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 27(1), pp. 29–37.

Assefa, M., & Yadavilli, J. (2020). Financial supporting mode for small businesses to coup with COVID-19 lock- down restrictions. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 7(10).

Ayala, J.C., & Manzano, G. (2014). The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business. A longitudinal analysis. *Journal of Economic Psychology*, 42, 126-135

Badan Pemeriksa Keuangan. (2022) *PERPRES No. 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024*.

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/196126/perpres-no-2-tahun-2022#:~:text=PERPRES%20No.%20%20Tahun%202022,%20D2024%20%5BJDIH%20BPK%20RI%5D>.

Baharuddin, M. (2015). Pengaruh Locus Of Control Dan Sikap Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha Melalui Kreativitas (Studi Kasus pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Donri-Donri Kabupaten Soppeng). *Jurnal Administrasi Publik*, 5(2), 154–160. 141

Bakoğlu, R., Bige, O., & Yıldırım, A. (2016). The Role of Sustainability in Long Term Survival of Family Business : Henokiens Revisited. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235(October), 788–796.

<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.081>

- Balogun, A. G., & Olanrewaju, A. S. (2016). *Role of Computer Self-Efficacy and Gender in Computer-Based Test Anxiety Among Undergraduates in Nigeria*. *Role of Computer Self-Efficacy and Gender in Computer-Based Test Anxiety Among Undergraduates in Nigeria*. April. <https://doi.org/10.5964/psyct.v9i1.160>
- Bank, W. (2021). How firms are responding and adapting during covid-19 and recovery: Oppotunities for accelerated inclusion in emerging markets. Retrieved from Pennsylvania:
- Basrowi. (2011) *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Bazerman, M. H., & Watkins, M. (2004). Predictable surprises: The disasters you should have seen coming, and how to prevent them. Harvard Business Press.
- Beghetto, R. A., & Kaufman, J. C. (2007) Toward a broader conception of creativity: A case for mini-c creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity and the Arts* 1.
- Bhat, I.S. and Gulzar, F. (2020) 'An Insight Into The Factors Affecting Women Technopreneurs', *International Journal of Knowledge Management and Practices*, 8(1), pp. 33–40. doi:10.31080/asmi.2020.03.0704.
- Biggs, R., Westley, F.R., and Carpenter, S.R. (2010). Navigating the back loop: fostering social innovation and transformation in ecosystem management. *Ecology and Society*, 15(2).
- Bigliardi, B., Cassia, L., De Massis, A., & Frattini, F. (2013). Technology strategy in family business: A new avenue for research. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 17(1–3), 1–7. <https://doi.org/10.1504/IJEIM.2013.055262>
- Blohm, I., & Leimeister, J. M. (2011). *Managing Open Innovation Communities - Development and Test of an Innovation Community Scorecard*. March 2016.

- Bouwman, H., Nikou, S., & de Reuver, M. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*, 43(9), 101828. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101828>
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 5, 509–520. <https://doi.org/Doi.org/10.5465/255515>
- Brown, T. & Wyatt, J. (2010) Design Thinking for Social Innovation. *Stanford Social Innovation*. Leland Stanford Jr. University.
- Buchori, A., & Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Pertama). Bandung. CV. Linda Karya
- Bullough, A., and Renko, M. (2013). Entrepreneurial resilience during challenging times. *Business Horizons*, 56(3), 343–350.
- Bulut, Y. et al., (2010) An Evaluation of Entrepreneurship Characteristics of University Students: An Empirical Investigation from the Faculty of Economic and Administrative Sciences in Adnan Menderes University. *International Journal of Economic Perspectives*, Volume 4, Issue 3, p. 559-568.
- Burns, P., (2005) *Corporate Entrepreneurship: Building an Entrepreneurial Organization*. New York: MACMILLAN.
- Buzan, T. (1983) *Use Both Sides Of Your Brain*. USA: E.P. Dutton, Inc.
- Cahyani, U. E. (2016) Strategi Bersaing dalam Berbisnis Secara Alami. *Jurnal At-Tijarah*. Vol 2 No 1.
- Calabrò, A., & McGinness, T. (2021a). *Mastering a Comeback : How Family Business Are Triumphant Over Covid 19* (Issue March). http://thestepproject.org/wp-content/uploads/2021/03/GM-TL-01270_Family-Business-Survey-Report_Web.pdf
- Calabrò, A., & McGinness, T. (2021b). *Mastering a comeback. March*,

60. http://thestepproject.org/wp-content/uploads/2021/03/GM-TL-01270_Family-Business-Survey-Report_Web.pdf
- Carland Jr., J. and Carland, J., (1997) Entrepreneurship: An American Dream. *Journal of Business and Entrepreneurship*, Volume 9, Number 1, ABI/INFORM, p. 33-45.
- Carnell P.E., P. H., & Hunsu, N. J., & Ray, D. F., & Sochacka, N. W. (2018). Exploring the Relationships Between Resilience and Student Performance in an Engineering Statics Class: A Work in Progress Paper presented at 2018 ASEE Annual Conference & Exposition, Salt Lake City, Utah. 10.18260/1-2-30501
- Casadesus-masanell, R. (2017). *Business Model Innovation and Competitive Imitation: The Case of Sponsor-Based Business Models* The Harvard community has made this article openly available . Please share how this access benefits you . Your story matters . *Business Model Innovation and C.* <https://doi.org/10.1002/smj.2022>
- CB Insight. (2022). *The Complete List Of Unicorn Companies.* <https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>
- Celaya, C. (2016). *Family, business, and ownership: influence of family businesses on corporate social responsibility.* 5(06), 17-35.
- Chell, E., (2008) *The Entrepreneurial Personality: A Social Construction*, 2nd ed. East Sussex: Routledge.
- Chrysler, Farber, D., Schwartz, J., Yang, J., Iii, W. H. G., Reilly, T. O., Featherstone, M., Ross, J. W., & Vitale, M. R. (2006). *and future panel discussion with.* 3-8.
- CIMB Niaga. (2022) *7 Tips Jitu untuk Menjadi Pengusaha Sukses.* [https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/7-tips-jitu-untuk-menjadi-pengusaha-sukses.](https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/7-tips-jitu-untuk-menjadi-pengusaha-sukses)

- Cope, J., and Watts, G. (2000). Learning by doing – an exploration of experience, critical incidents and reflection in entrepreneurial learning, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(3), 104– 124
- Crain, M. (2014). Financial markets and online advertising: reevaluating the dotcom investment bubble. *Information, Communication & Society*, 17(3), 371–384. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.869615>
- Daft, R. L. (2014) *New Era of Management*. South-Western: Cengage Learning.
- Daryanto & Cahyono. (2013) *Kewirausahaan (Penanaman Jiwa Kewirausahaan)*. Yogyakarta: Gava Media.
- David, F. R. (2011) *Strategic Management Concepts and Cases*, Thirteenth Edition. Prentice Hall. Boston
- Depositario, D. P. T., Aquino, N., & Feliciano, K. C. (2011). Entrepreneurial Skill Development Needs Of Potential Agri-Based Technopreneurs. *Journal of ISSAAS [International Society for Southeast Asian Agricultural Sciences] (Philippines)*, 17(1).
- Dewi, K., Yaspita H., & Yulianda A. (2020) *Manajemen Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.
- Dewi, S., & Kelana, J. B. (2019) Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kreatif IPA Siswa Sekolah Dasar Menggunakan Model Contextual Teaching and Learning. *COLLASE (Creative of Learning Students Elementary Education)*, 2(6).
- Doern, R. (2017). Strategies for resilience in entrepreneurship: Building resources for small business survival after a crisis, in: T. Vorley and N. Williams (Eds.), *Creating Resilient Economies: Entrepreneurship, Growth and Development in Uncertain Times*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 11–27
- Dollinger, M., (1995) *Entrepreneurship: Strategies and Resources*.

Illinois: Irwin.36

- Durbhakula, V. V. K., Kim, D. J., & Kim, D. J. (2011). *E-business for Nations : A Study of National Level E- business Adoption Factors Using Country Framework*. 6(3), 1–12. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762011000300002>
- Dusak, I. K. A. F., & Sudiksa, I. B. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Parental, Dan Locus Of Control Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa. *EJurnal Manajemen Unud*, 5(8), 5184–5214.
- Eisape, D. (2019). The Platform Business Model Canvas a Proposition in a Design Science Approach. *American Journal of Management Science and Engineering*, 4(6), 91. <https://doi.org/10.11648/j.ajmse.20190406.12>
- Emueje, Ibini., Olannye. OH, Olanye AP. (2020). Entrepreneurial Resilience and Performance of an Organization: A Survey of Small and Medium Enterprises in Asaba, Delta State, Nigeria. *Webology*, 17 (2)
- Englich, P., & Ambrosini, F. (2020). *Family Businesses and COVID-19 : Managing Ownership : The four key areas that family*. 1–4. <https://www.pwc.com/gx/en/services/family-business/assets/family-businesses-and-covid-19.pdf>
- Fahmi, I. (2016) *Kewirausahaan Teori, Kasus dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, I. (2010) *Manajemen Risiko*. Bandung: Alfabeta.
- Farrukh, M., Alzubi, Y., Shahzad, I. A., Waheed, A., & Kanwal, N. (2018). Entrepreneurial intentions of theory of planned behaviour. *Asia Pasific Journal Of Innovation and Entrepreneurship*, 12(3), 399–414. <https://doi.org/10.1108/APJIE-01-2018-0004>
- Fatoki, O. (2018). The Impact of Entrepreneurial Resilience on the Success of Small and Medium Enterprises in South Africa. *Sustainability*, 10(7), 2527

- Febriansyah, R. S. (2015). Pengaruh Faktor Organisasi, Kecenderungan Mengambil Risiko, Kebutuhan Berprestasi dan Demografi Terhadap Perilaku Intrapreneur. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif
- Febrianty, F. et al. (2020) *Manajemen Sumber Daya Manusia (Urgensi, Trend Dan Ruang Lingkup)*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Febriatmoko, B. and Raharjo, S. T. (2015) Meningkatkan Kinerja Bisnis melalui Keunggulan Bersaing Kuliner Khas Semarang (Studi pada Sentra Usaha Mikro Lumpia, Bandeng Presto dan Wingko di Kota Semarang). 2nd Conference in Business, Accounting, and Management, Universitas Islam Sultan Agung. 2(1): 139-144.
- Ferdinand, A. (2011) Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen (3rd ed.). Universitas Diponegoro.
- Fine, et al., (2012) Psychological Predictors of Successful Entrepreneurship in China: An Empirical Study. *International Journal of Management*, Volume 29, No. 1, Part 2, p. 279-292.
- Folke, C. (2006). Resilience: the emergence of a perspective for social-ecological systems analyses. *Global Environmental Change*. 16(3), 253–267.
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., & Evans, S. (2017). The Cambridge Business Model Innovation Process. *Procedia Manufacturing*, 8 (October 2016), 262–269. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.02.033>
- Gomezelj, Omerzel. (2012). The influence of personal and environmental factors on entrepreneurs' performance. *Kybernetes Emerald*, 42 (6), 906-927
- Goto, T. (2014). Family Business and Its Longevity. *Kindai Management Review*, 2, 78–96.

- Grant & Osanloo. (2014). Understanding, Selecting, and Integrating a Theoretical Framework in Dissertation Research: Creating the Blueprint for Your "House." *Administrative Issues Journal Education Practice and Research*, 4(2). <https://doi.org/10.5929/2014.4.2.9>
- Griffin, R. W. & Ebert, R. J. (2008) Business, 8th Edition, Pearson International Edition, New Jersey, Prentice Hall.
- Gundry, L.K., Kickul, J.R. and Prather, C.W. (1994) Building the creative organisation. *Organisational Dynamics* 22(4).
- Gupta, A. and Muita, S., (2013) Relationship between Entrepreneurial Personality, Performance, Job Satisfaction and Operations Strategy: An Empirical Examination. *International Journal of Business and Management*, Volume 8, Number 2, p. 86-95.
- Haaker, T., Bouwman, H., Janssen, W., & Reuver, M. De. (2017). Business model stress testing_ A practical approach to test the robustness of a business model. *Futures*, 89(November 2016), 14–25. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2017.04.003>
- Hadiyati, E. (2011) Kreativitas dan Inovasi berpengaruh terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 13. No. 1. Hal. 8-16.
- Halim, M., et al., (2011) The Measurement of Entrepreneurial Personality and Business Performance in Terengganu Creative Industry. *International Journal of Business and Management*, Volume 6, Number 6, p. 183-192.
- Halimatussadiyah, A., Widyasanti, A. A., Damayanti, A., Verico, K., Qibthiyah, R. M., Kurniawan, R., Rezki, J. F., Rahardi, F., Sholihah, N. K., Budiantoro, S., Halimatussadiyah, A., Cesarina, A., Siregar, A. A., Hanum, C., Wisana, D., Rahardi, F., Bintara, H., Rezki, J. F., Husna, M., ... Sofiyandi, Y. (2020). *Thinking Ahead : Indonesia ' s Agenda on Sustainable Recovery from COVID -19 Pandemic*.
- Hammer, J., & Pivo, G. (2016). *The Triple Bottom Line and Sustainable*

Economic Development Theory and Practice.
<https://doi.org/10.1177/0891242416674808>

- Han, T. Y., & Williams, K. J. (2008). Multilevel investigation of adaptive performance: Individual- and team-level relationships. *Group & Organization Management*, 33, 657 – 684.
- Handayani, I. S. (2013) *Faktor-faktor Penentu Keberhasilan Wirausaha*. Universitas Semarang. Skripsi Publikasi.
- Hanifah, N., & Julia, J. (2014) *Membedah Anatomi Kurikulum 2013 untuk Membangun Masa Depan Pendidikan yang Lebih Baik. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Dasar*. UPI Sumedang Press.
- Harisudin, M. (2011) *Competitive Profile Matrix Sebagai Alat Analisis Strategi Pemasaran Produk atau Jasa*. *Jurnal Sepa*. 7(2): 80-84
- Hariyono, H., & Andrini, V. S. (2020). *Pengantar Technopreneurship*. CV. AA. RIZKY.
- Hartini, H. *et al.* (2021) *Perilaku Organisasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Hartono, S. (2017). *Technopreneur*. *Technopreneur*.
<https://sis.binus.ac.id/2017/01/18/technopreneur/>
- Hastuti, I., Purnomo, S. and Lestari, W. (2018) 'The Guidance of Technopreneurship Using Expert System Computing', 2018(3), pp. 27–35.
- Hayward, M.L., Forster, W.R., Sarasvathy, S.D., & Fredrickson, B.L. (2010). Beyond hubris: How highly confident entrepreneurs rebound to venture again. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 569-578.
- Herrero, I. (2017). Family Involvement and Sustainable Family Business: Analysing Their Effects on Diversification Strategies. *Sustainability*, 1–20.
<https://doi.org/10.3390/su9112099>

Hinings, B., Gegenhuber, T., & Greenwood, R. (2018) Digital innovation and transformation: An institutional perspective. *Information and Organization*, 28 (1) (2018), pp. 52-61, [10.1016/j.infoandorg.2018.02.004](https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2018.02.004).

Hisrich, R.D., Peters, M.P., & Shepherd, D.A. (2008). *Entrepreneurship*. 7th ed., Mc. Graw-Hill. New York.

Hitt, M., Ireland, R., Sirmon, D., & Trahms, C. (2011) Strategic entrepreneurship: Creating value for individuals, organizations, and society. *Academy of Management Perspectives*, 25(2).
<https://doi.org/10.5465/AMP.2011.61020802>

<http://m.republika.co.id>, "Jumlah Pengusaha Indonesia hanya 1,65%". Tanggal: 12 Maret 2015. tanggal akses: 20 Januari 2023.

<http://www.indopos.co.id>, "Tingkat Pengangguran Sarjana di Indonesia terus naik". tanggal: 8 Juni 2015. tanggal akses: 20 Januari 2023.

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-pemasaran-digital-dan-strateginya/&ved=2ahUKEwiL2ODQh97-AhUFyDgGHTbKAIQQFnoECAsQAQ&usg=AOvVaw118zdA-NfK6pRiVwq31IzF>

https://www.academia.edu/4949389/BAB_V_PEMASARAN_ONLINE

[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj8pOaW-N-AhVO7TgGHZXWBXMQFnoECA8QAw&url=https%3A%2F%2Fwww.itb.ac.id%2Fberita%2Fdetail%2F4228%2Fpentingnya-pahami-segmentasi-pasar-sebagai-strategi-pemasaran%23%3A~%3Atext%3DA%20alasan%2520kenapa%2520segmentasi%2520itu%2520penting%2CPrice%252C%2520Place%252C%2520Promotion\).&usg=AOvVaw2jbyr5j_4f](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj8pOaW-N-AhVO7TgGHZXWBXMQFnoECA8QAw&url=https%3A%2F%2Fwww.itb.ac.id%2Fberita%2Fdetail%2F4228%2Fpentingnya-pahami-segmentasi-pasar-sebagai-strategi-pemasaran%23%3A~%3Atext%3DA%20alasan%2520kenapa%2520segmentasi%2520itu%2520penting%2CPrice%252C%2520Place%252C%2520Promotion).&usg=AOvVaw2jbyr5j_4f)

[cHf41i3C6YUp](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj8pOaW-N - AhVO7TgGHZXWBXMQFnoECAkQAw&url=https%3A%2F%2Fwww.ocbcnisp.com%2Fid%2Farticle%2F2022%2F03%2F11%2Fsegmentasi-pasar-adalah%23%3A~%3Atext%3DSalah%2520satu%2520tujuan%2520segmentasi%2520pasar%2Cmenentukan%2520strategi%2520pemasaran%2520yang%2520tepat.&usg=AOvVaw3VinLQeF6NU_DyVQSkTi3D)

[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj8pOaW-N - AhVO7TgGHZXWBXMQFnoECAkQAw&url=https%3A%2F%2Fwww.ocbcnisp.com%2Fid%2Farticle%2F2022%2F03%2F11%2Fsegmentasi-pasar-adalah%23%3A~%3Atext%3DSalah%2520satu%2520tujuan%2520segmentasi%2520pasar%2Cmenentukan%2520strategi%2520pemasaran%2520yang%2520tepat.&usg=AOvVaw3VinLQeF6NU_DyVQSkTi3D](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi7hf67-d - AhUnS2wGHYU9DsYQFnoECB4QAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.ocbcnisp.com%2Fid%2Farticle%2F2022%2F03%2F11%2Fsegmentasi-pasar-adalah&usg=AOvVaw3VinLQeF6NU_DyVQSkTi3D)

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi7hf67-d - AhUnS2wGHYU9DsYQFnoECB4QAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.ocbcnisp.com%2Fid%2Farticle%2F2022%2F03%2F11%2Fsegmentasi-pasar-adalah&usg=AOvVaw3VinLQeF6NU_DyVQSkTi3D

Hoover, S. M., & Feldhusen, J. F. (1990). The scientific hypothesis formulation of ability of gifted ninth grade students. *Journal of Educational Psychology*, 82, 838-848.

Hubeis, M. (2005) *Manajemen Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*. Jakarta: PT. Hecca Mitra Utama.

Humaniora. (2022) Minat Kalangan Milenial dan Generasi Z Geluti Wirausaha Terus Meningkat. <https://mediaindonesia.com/humaniora/504466/minat-kalangan-milenial-dan-generasi-z-geluti-wirausaha-terus-meningkat>.

Hyder, A. S. (2007). *Strategic Alliances by Small and Medium Sized Firms: An Explorative Study and A Conceptual Framework*. 2, 579-605.

Ifham, A. & Helmi, A. F. (2002) Hubungan Kecerdasan Emosi dengan Kewirausahaan pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*. No.2, hal. 89-111.

Ignat, R., & Constantin, M. (2020). Multidimensional Facets of

Entrepreneurial Resilience during the COVID-19 Crisis through the Lens of the Wealthiest Romanian Counties. *Sustainability*, 12(23), 10220

- Imenda, S. (2014). Is There a Conceptual Difference between Theoretical and Conceptual Frameworks? *Journal of Social Sciences*, 38(2), 185–195.
<https://doi.org/10.1080/09718923.2014.11893249>
- Indonesia. (2022) Wirausahawan Mapan, Ekonomi Nasional Kuat. [https://indonesia.go.id/kategori/perdagangan/4994/wir-
usahawan-mapan-ekonomi-nasional-kuat?lang=1](https://indonesia.go.id/kategori/perdagangan/4994/wir-
usahawan-mapan-ekonomi-nasional-kuat?lang=1).
- Indriayu, M., et al. (2022) *Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Keterampilan Non Kognitif Dapat Membentuk Generasi Yang Job Creator*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.
- Ismail, E., Samsudi, S. and Widjanarko, D. (2017) 'Development of Technopreneurship Learning Model in Vocational High School Machinery Program', *Journal of Vocational and Career Education*, 2(2). doi:10.15294/jvce.v2i2.13811.
- Istiqomah and Andriyanto, I. (2017) Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Jurnal Binis*. Vol 5 No 2.
- Ivanov, D. (2021). Supply Chain Viability and the COVID-19 pandemic: a conceptual and formal generalisation of four major adaptation strategies. *International Journal of Production Research*, March.
<https://doi.org/10.1080/00207543.2021.1890852>
- Izedonmi, F. (2005) Assesment of The Entrepreneurial Characteristics and Intentions among Academics. *Psychologia International Journal*. Volume 16. no. 2.
- Jalal. (2019) *Menuju Bisnis Berkelanjutan: Petunjuk Praktis Pelaksanaan CSR*. Jakarta: Penerbit Balai Pustaka.
- James, E. H., & Wooten, L. P. (2005). Leadership as (un)usual: How to display competence in times of crisis. *Organizational*

Dynamics, 34(2), 141-152.

- Jan, P., & Leimeister, M. (2014). *Collective Intelligence*. February. <https://doi.org/10.1007/s12599-010-0114-8>
- Jayakumar, T., & De Massis, A. (2020). A Shock to the System: How Family Businesses Can Survive Covid-19. *Entrepreneur and Innovation Exchange*. <https://doi.org/10.32617/532-5ef363ecef0c>
- Julyanthry, Putri, D. E. and Sudirman, A. (2021) *Kewirausahaan Masa Kini*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Kamaluddin, A. (2017) *Administrasi Bisnis*. Makassar: CV Sah Media.
- Kamil, I., Yuliandra, B., & . T. (2018). A Study to Investigate Technopreneurship Talent for Higher Education Students [Engineering, Agriculture Engineering, and Information Technology Students in Universitas Andalas Indonesia]. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(2.29), 933. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.29.14286>
- Kao, J. J. (2010) *Entrepreneurship, Creativity & Organization: Text, Cases & Readings*. Indiana University. Prentice Hall
- Kao, J. J. (1993) *Entrepreneurship creativity and organization: Text, case and reading*. New York: McGraw Hill.
- Kampylis, P. & Berki, E. (2014) *Nurturing Creative Thinking*. International Academy of Education, UNESCO.
- Kasmir. (2011) *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir & Jakfar. (2009) *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir & Jakfar. (2012) *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kaufman, J. C. & Beghetto, R. A. (2009) Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity. *Review of General Psychology*, 13(1).
- Keegan, W. J. (2003) *Manajemen Pemasaran Global*. Edisi keenam.

Jakarta: PT. Indeks Gramedia

- Kemenkeu. (2021). Kerangka ekonomi makro dan pokok-pokok kebijakan fiskal tahun 2021. Retrieved from Jakarta:
- Ketonen, Jussila, et al. (2016). Social Media-Based Value Creation and Business Models. *Industrial Management and Data System.*, 116(2016), 1820–1838. <https://doi.org/10.1108/IMDS-05-2015-0199>
- Kiel, D., C. Arnold, M. Collisi, and K.I. Voigt. (2016). The Impact of the Industrial Internet of Things on Established Business Models. In Proceedings of the 25th International Association for Management of Technology (IAMOT) Conference, Orlando, FL, USA, May 15–19.
- Kingsinger, P. &Walch, K. (2012). Living and leading in a VUCA world. Thunderbird University.
- Korber, S., and McNaughton, R.B. (2018). Resilience and entrepreneurship: a systematic literature review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(7), 1129–1154.
- Korpela, K., Mikkonen, K., Hallikas, J., & Pynnonen, M. (2016). Digital business ecosystem transformation - Towards cloud integration. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 2016-March*, 3959–3968. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2016.491>
- Kotarba, M. (2018). Digital Transmormation Of Business Models. *Fondation of Management*, 10, 123–142. <https://doi.org/10.2478/fman-2018-0011>
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2014) *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2008) *Manajemen Pemasaran*. XII. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2012) *Marketing Management*. 14th ed., *Organization*. 14th ed. Edited by S. Yagan. New Jersey: Prentice Hall.

- Kotler, P. & Amstrong, G. (2018) *Prinsip-prinsip Marketing*. Edisi Ke Tujuh. Jakarta: Salemba Empat.
- Kraus, S., Clauss, T., Breier, M., Gast, J., Zardini, A., & Tiberius, V. (2020). The economics of COVID-19: initial empirical evidence on how family firms in five European countries cope with the corona crisis. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(5), 1067–1092. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-04-2020-0214>
- Kreitner, R. and Kinicki, A. (2005) *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kumalaningrum, M. P. (2012) Lingkungan Bisnis, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Kinerja Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 7(1). <https://doi.org/10.21460/jrmb.2012.71.83>
- Kuratko, D. and Hodgetts, R., (2007) *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*, 7th ed. Ohio: Thomson South-Western.
- Kuratko, D. and Welsch, H., (2004) *Strategic Entrepreneurial Growth*, 2nd ed. Ohio: Thompson South-Western.
- Kurniullah, A. Z., Simarmata, H. M. P., Sari, A. P., Sisca, S., Mardia, M., Lie, D., Anggusti, M., Purba, B., Mastuti, R., Dewi, I. K., Purba, P. B., & Fajrillah, F. (2021). *Kewirausahaan dan Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Lacatus, M.L., & Staiculestu, C. (2016) *Entrepreneurship in education*. International Conference Knowledge-Based Organization, 22(2). 438-443. <http://doi.org/10.1515/kbo-2016-0075>.
- Lagos, F. B., States, O., & Oludare, S. (2017). Succession Mentoring and Sustainability of. *The International Journal of Business & Management*, 5(3), 27–32.
- Lambing, P. & Kuehl, R. C. (2000) *Entrepreneurship* (2rd ed.). New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Lang, J. W. B., & Bliese, P. D. (2009). General mental ability and two types of adaptation to unforeseen change: Applying dis-

continuous growth models to the task-change paradigm. *Journal of Applied Psychology*, 94, 411– 428.

- Leal Filho, W., Azul, A. M., Wall, T., Vasconcelos, C. R. P., Salvia, A. L., do Paço, A., Shulla, K., Levesque, V., Doni, F., Alvarez-Castañón, L., Mac-lean, C., Avila, L. V., Damke, L. I., Castro, P., Azeiteiro, U. M., Fritzen, B., Ferreira, P., & Frankenberger, F. (2021). COVID-19: the impact of a global crisis on sustainable development research. *Sustainability Science*, 16(1), 85–99. <https://doi.org/10.1007/s11625-020-00866-y>
- Leary, S. O. (2015). *Organic Model to reflect the transitional nature of family firms Chris Swaffin-Smith*. 1–10.
- Lee, T. K. and W. C. (2011) Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage - The Mediation of Resource Value and Rareness. *African Journal of Business Management*, 5.
- Lee, S., M. Choi, and S. Kim. (2017). How and What to Study About IoT: Research Trends and Future Directions from the Perspective of Social Science. *Telecommunications Policy* 41 (10): 1056–1067.
- LePine, J., Colquitt, J., & Erez, A. (2000). Adaptability to changing task contexts: Effects of general cognitive ability, conscientiousness, and openness to experience. *Personnel Psychology*, 53, 563–593.
- Lestari, F. 2016. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreatifitas terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung (Akses 2023).
- Lestari, R. B. & Wijaya, T. (2012) Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa, Forum Bisnis dan Kewirausahaan, Jurnal Ilmiah STIE MDP, Vol. 1, No.2, Hal. 112.
- Levenson, H., (1981) Differentiating among internality, powerful others, and chance. In H. M. Lefcourt (Ed.). *Research with the locus of control construct*, Volume 1, p. 15-63, New York:

Academic Press.

- Linnenluecke, M.K., Griffiths, A., and Winn, M.I. (2013). Firm and industry adaptation to climate change: a review of climate adaptation studies in the business and management field. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 4(5), 397–416.
- Littunen, H., (2000) Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Volume 6, Issue 6, p. 295–310.
- Liu, Y., Ming Lee, J., and Lee, C. (2020). The challenges and opportunities of a global health crisis: the management and business implications of COVID-19 from an Asian perspective, *Asian Business & Management*, 19, 277–297.
- Looi, K. M., & Lattimore, C. K. (2015) Undergraduate students' entrepreneurial intention: born or made. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 26(1), 1-20. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/280722549>.
- Luthans, F. (2002). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23(6), 695–706.
- MacGregor, R., & Vrazalic, L. (2005). Electronic commerce adoption and strategic alliance membership: A study of regional SMEs in Sweden. *Internet and Information Technology in Modern Organizations: Challenges and Answers - Proceedings of the 5th International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2005*, 1, 841–852.
- Maglio, P.P., and J. Spohrer. (2013). A Service Science Perspective on Business Model Innovation. *Industrial Marketing Management* 42 (5): 665–670.
- Magretta, J. (2002). Why Business Models Matter. *Harvard Business Review* 80 (5): 86–92.

- Manyika, J., M. Chui, B. Brown, J. Bughin, R. Dobbs, C. Roxburgh, and A. Hung Byres. (2011). *Big Data: The Next Frontier for Innovation, Competition, and Productivity*. San Francisco: McKinsey Global Institute.
- Mardiana, S., Tjakraatmadja, J. H., & Aprianingsih, A. (2015). DeLone-McLean Information System Success Model Revisited: The Separation of Intention to Uses-Use and The Integration Of Technology Acceptance Models. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(5), 172–182. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.150>
- Mardiyono, A., & Sugiyarti, G. (2015) Analisis Kinerja Pemasaran pada Industri Kreatif di Kota Semarang (Studi Empiris Pada Produsen Kaos). *Optimalisasi Peran Industri Kreatif Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN*.
- Markides, C. (2013). Business Model Innovation: What Can the Ambidexterity Literature Teach Us? *The Academy of Management Perspectives* 27 (4): 313–323.
- Markides, C., and C. Charitou. (2004). Competing with Dual Business Models: A Contingency Approach. *Academy of Management Executive* 18 (3): 22–36.
- Marti'ah, S. (2017) 'Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan', *Eduatic - Scientific Journal of Informatics Education*, 3(2), pp. 75–82. doi:10.21107/edutic.v3i2.2927.
- Massa, L., Zott, C., & Amit, R. (2010). *The Business Model: Theoretical Roots, Recent Developments and Future Research*. 3(September).
- Maulana, H., Soegoto, E.S. and Syahputra, R. (2021) 'Technopreneurship in Small Businesses', *International Journal of Entrepreneurship & Technopreneur*, 1(1), pp. 25–30. doi:10.34010/injetech.v1i1.5468.
- McAfee, A., and E. Brynjolfsson. (2012). Big Data: The Management Revolution. *Harvard Business Review* 90 (10): 60–68.

- McDaniel, C. & Gates, R. (2001) *Riset Pemasaran Kontemporer*. Jilid I, Jakarta: Salemba Empat.
- McClelland, D., (1961) *The Achieving Society*. New York: The Free Press.
- McNeil, et al., (1991) Entrepreneurship Success or Failure: Can We Identify the Causes? *Journal of Business and Entrepreneurship*, Volume 3, Number 1, ABI/INFORM, p.35-46.
- Mej, J. (2018). e-Business Innovation Conceptual Model : Towards a Reference Framework for SME's. *Entrenciencias*, 5(December 2017), 52–77.
<https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2017.15.62590>
- Mejtoft, T. (2011) Internet of Things and Co-creation of Value. In *Proceedings of the 2011 International Conference on and 4th International Conference on Cyber, Physical and Social Computing*, Dalian, 672–677, October 19–22.
- Meutia. (2013). Improving Competitive Advantage and Business Performance through the Development of Business Network, Adaptability of Business Environment and Innovation Creativity: An Empirical Study of Batik Small and Medium Enterprises (SME) in Pekalongan, Centra. *Aceh International Journal of Social Sciences*, 2(1), 11–20.
- Michalko, M. (2001) *Cracking Creativity: The Secrets Of Creative Genius*. California: Ten Speed Press.
- Moma, L. (2016) Pengembangan Instrumen Kemampuan Berpikir Kreatif Matematis Untuk Siswa SMP. *Delta-Pi. Jurnal Matematika dan Pendidikan Matematika*, 4(1).
- Mulyani, E. (2011) Model pendidikan kewirausahaan di pendidikan dasar dan menengah. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 8(1). 1-18. Retrieved from <https://journal.uny.ac.id/index.php/jep/article/view/705/568>.

- Munandar, U. (1999) *Kreativitas dan Keberbakatan Strategi Mewujudkan Potensi Kreatif & Bakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Munandar, U. (2012) *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka. Cipta.
- Musnaini, A. J. *et al.* (2020) *Digital Busines*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Mustafa, R., & Werthner, H. (2015). *Business Models and Business Strategy - Phenomenon of. January 2011*.
- Muttaqien, A. (2008) Hubungan Antara Lingkungan Eksternal, Orientasi Strategik Dan Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Usaha Manufaktur Menengah -Kecil di Kota Semarang). UNDIP.
- Nambisan, S., K. Lyytinen, A. Majchrzak, and M. Song. (2017) Digital Innovation Management: Reinventing Innovation Management Research in a Ddigital World. *MIS Quarterly* 41 (1): 223-238.
- Nani, G.V. (2016) Entrepreneurial education in the school curriculum: in search of positioning in Zimbabwe. *Problems and Perspectives in Management*, 14(3), 85-90. [http://dx.doi.org/10.21511/-ppm.14\(3\).2016.08](http://dx.doi.org/10.21511/-ppm.14(3).2016.08).
- Nasdaq. (2022). *Nasdaq Composite Index*. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Nasdaq_Composite_dot-com_bubble.svg
- Ncanywa, T. (2019) Entrepreneurship and development agenda: a case of higher education in South Africa. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1-11. Retrieved from <https://www.abacademies.org/articles/Entrepreneurship-and-development-agenda-1528-2651-22-1-273>.
- Nirbita, N.N. (2020) 'Pentingnya Technopreneurship Dalam Dunia Pendidikan Tinggi', *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 1(1), pp. 1689-1699. Available at: <file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf>.

- Noor, Z. Z. (2017) *Manajemen Bisnis Berbasis Teknologi Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nurhayati, D., Machmud, A. and Waspada, I. (2020) 'Technopreneurship Intention: Studi Kasus Pada Mahasiswa Dipengaruhi Entrepreneurial Learning', *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), p. 79. doi:10.26740/jepk.v8n1.p79-92.
- Olayinka, O., Wynn, M. G., & Bechkoum, K. (2016). *E-business adoption in Nigerian Small Business Enterprises E-business Adoption in Nigerian Small Business Enterprises. January 2017*.
- Osterwalder, Pigneur, et al. (2010). *Business Model Generation*.
- Osterwalder, A., and Y. Pigneur. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken: Wiley.
- Pacyna Pyrkosz, J., Nawojczyk, M., Synowiec-Jaje, L. (2021). Entrepreneurial Resilience in the COVID-19 Crisis: A Qualitative Study of Micro and Small Entrepreneurs in Poland. *Polish Sociological Review*, 216(4)
- Paltasingh, T. (2012) Entrepreneurship education & culture of enterprise: relevance & policy issues. *The Indian Journal of Industrial Relations*, 48(2), 233-246. <http://www.jstor.org/stable/23509835>.
- Paulus, A.L. (2021) 'Technopreneurs Millennial in Indonesia: The Acquisition and Application Knowledge', *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 2(2), pp. 76-85. doi:10.30596/ijbe.v2i2.5052.
- Pearson, C.M., and Clair, J.A. (1998). Reframing crisis management. *Academy of Management Review*, 23, 59-76.
- Pechuán, I., Palacios-marqués, D., & Peris-ortiz, M. P. (2014). *Strategies in E-Business*.
- Peter, J. P. and Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani Edisi

Kesembilan Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Porta, M. (2014). *A dictionary of epidemiology*. UK: Oxford University Press.
- Porter, M. E. (2007) *Competitive Advantage (Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing)*. Alih Bahasa Sigit Suryanto. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Porter, M. E. (1993) *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance (Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul)*. ALih Bahasa Agus Dharma, et al., Jakarta: Erlangga
- Potsangbam, Chandibai. (2017). Adaptive Performance In Vuca Era – Where Is Research Going?. *International Journal of Management*, 8 (6), 99-108
- Pratiwi, C.P. et al. (2022) 'Characteristics and Challenge Faced By Socio-Technopreneur in Indonesia', *Business Review and Case Studies*, 3(1), pp. 13-22. doi:10.17358/brcs.3.1.13.
- Prendeville, S., & Bocken, N. (2017). Sustainable Business Models through Service Design. *Procedia Manufacturing*, 8(October 2016), 292-299. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.02.037>
- Purwana, D. & Hidayat, N. (2016) *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press.
- Purwati, A.A. and Hamzah, M.L. (2022) 'Instrument Readiness Analysis of Technology-Based Businesses', *Journal of Applied Engineering and Technological Science*, 4(1), pp. 611-617. doi:10.37385/jaets.v4i1.1434.
- Puspitasari, D. (2021) *Dasar dasar Pemasaran*. Jakarta: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan Riset dan Teknologi
- Putra, P. O. H., & Hasibuan, Z. A. (2015). E-Business Framework for Small and Medium Enterprises: A Critical Review. *3rd International Conference on Conference on Information Ang Communication Technology (ICoICT)*, 516-521.

- Putri, D. E. *et al.* (2020) 'Minat Kunjungan Ulang Pasien yang Ditinjau dari Aspek Persepsi dan Kepercayaan pada Klinik Vita Medistra Pematangsiantar', *Jurnal Inovbiz: Inovasi Bisnis*, 8, pp. 41–46. Available at: www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP.
- Putri, D. E., Arta, I. P. S., *et al.* (2021) *Manajemen Perubahan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Putri, D. E., Sudirman, A., *et al.* (2021) *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Ramune Ciarniene, G. S. (2015). *Theoretical Framework of E-Business Competitiveness*. 213, 734–739. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.528>
- Reimers-Hild, C., King, J. W., Foster, J. E., Fritz, S.M., Waller, S. S and Wheeler, D. W. 2005. A Framework for the "Entrepreneurial" Learner of the 21st Century, *Online Journal of Distance Learning Administration*. Vol. 8. No.2. Summer.
- Rezaei, R., Kian, T., & Peck, S. (2014). The Journal of Systems and Software A review on E-business Interoperability Frameworks. *The Journal of Systems & Software*, 93, 199–216. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2014.02.004>
- Ries, E. (2011). *The Lean Start-up: How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses*. London: Portfolio Penguin. ISBN-10: 0670921602.
- Risanti, Surti. (2022) 10 Manfaat Wirausaha Bagi Milenial yang Wajib Diketahui. <https://www.fortuneidn.com/business/surti/manfaat-wirausaha?page=all>.
- Robertson, I. (2020). Principles of sustainable finance. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 10(3), 311–313. <https://doi.org/10.1080/20430795.2020.1717241>
- Rong, K., G.Y. Hu, Y. Lin, Y.J. Shi, and L. Guo. (2015). Understanding Business Ecosystem Using a 6C Framework in Internet-of-Things-Based Sectors. *International Journal of*

- Production Economics 159: 41–55. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2014.09.003>.
- Rotter, J., (1966) Generalized expectations for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, Volume 80, Number 1, p. 1-28.
- Rume, T., & Islam, S. M. D. U. (2020). Environmental effects of COVID-19 pandemic and potential strategies of sustainability. *Heliyon*, 6(9), e04965. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04965>
- Rusdiana. (2018) *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rusliati, E. *et al.* (2022) 'Technopreneurship on Market Penetration and Product Development in Micro and Small Enterprises', *Trikonomika*, 21(1), pp. 30–36. doi:10.23969/trikononika.v21i1.5694.
- Sahlman, W., (1999) *The Entrepreneurial Venture*, 2nd ed. Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Saladin, D. (2003) *Intisari Pemasaran*. Bandung: Linda Karya
- Sandlin, J. (2017). *Family Business Adaptation to Disruptive Technology*. Jonkopin University.
- Schreieck, M., Wiesche, M., & Krcmar, H. (2016). Design and governance of platform ecosystems - Key concepts and issues for future research. *24th European Conference on Information Systems, ECIS 2016, June*.
- Schroeck, M., R. Shockley, J. Smart, D. Romero-Morales, and P. Tufano. (2012). *Analytics: The Real-World Use of Big Data. How Innovative Enterprises Extract Value from Uncertain Data*. Oxford: IBM Institute for Business Value/Saïd Business School at the University of Oxford.
- Seaman, C., & Mcquaid, et al. (2016). *Networks in Family Business : A Multi-Rational Approach Networks in Family Business : A*

Multi-Rational Approach.

- Semiawan, Conny R. (2009) *Kreativitas dan Keberbakatan*. Jakarta : PT. Indeks.
- Shani, A. B., & Brunelli, M. S. (2013). Leading transformation in a family-owned business : Insights from an Italian company
Leading transformation in a family-owned business : insights from an Italian company Filomena Canterino and Stefano Cirella * Marco Guerci. *International Journal Entrepreneurship and Innovation Management*, 17(January).
<https://doi.org/10.1504/IJEIM.2013.055248>
- Siakas, K., Naaranoja, M., Vlachakis, S., & Siakas, E. (2014). Family Businesses in the New Economy: How to Survive and Develop in Times of Financial Crisis. *Procedia Economics and Finance*, 9(14), 331-341. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00034-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00034-3)
- Simatupang, S., Efendi, E. and Putri, D. E. (2021) 'Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli', *Jurnal Ekbis; Analisis, Prediksi dan Informasi*, 22(1), p. 28. doi: 10.30736/je.v22i1.695.
- Siregar, R. T. et al. (2021) *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Singh, S., & Pavlovich, K. (2011). Being resilient when experiencing venture failure. *ANZAM - Australian and New Zealand Academy of Management*, 1-21.
- Siregar, D., Purnomo, A., Mastuti, R., Napitupulu, D., Sadalia, I., Sutiksno, D. U., Putra, S. H., Sahir, S. H., Revida, E., & Simarmata, J. (2020). *Technopreneurship: Strategi dan Inovasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Souza, A. D., Wortmann, H., Huitema, G., & Velthuisen, H. (2015). *A business model design framework for viability; a business ecosystem approach*. 3(2), 1-28.
- Spaulding, T. J. (2010a). *Electronic Commerce Research and*

- Applications How can virtual communities create value for business? *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), 38–49. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.004>
- Spaulding, T. J. (2010b). *How can virtual communities create value for business ?* 9, 38–49.
- Spieth, P., D. Schneckenberg, and J.E. Ricart. (2014). Business Model Innovation: State of the Art and Future Challenges for the Field. *R&D Management* 44 (3): 237–247.
- Spring, M., and L. Araujo. (2009). Service, Services and Products: Rethinking Operations Strategy. *International Journal of Operations & Production Management* 29 (5): 444–467.
- Stähler, P. (2001). *Geschäftsmodelle in der digitalen Ökonomie. Reihe: Electronic Commerce Band 7*. <http://books.google.com/books?hl=de&lr=&id=mgOE6l0DScC&oi=fnd&pg=PR18&dq=gesch%25C3%25A4ftsmodelle&ots=Dc0CpJGTTU&sig=8VCn1zrqPUEFEN69I7vJ8s9jcko#v=onepage&q&f=false>
- Štefan, S., & Richard, B. (2014). Analysis of Business Models. *Journal of Competitiveness*, 6(4), 19–40. <https://doi.org/10.7441/joc.2014.04.02>
- Subagyo, A. (2007) *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sudrajad. (2011). *Kiat Mengentaskan Pengangguran dan Kemiskinan Melalui Wirausaha*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sun, Y., H. Yan, C. Lu, R. Bie, and P. Thomas. (2012). A Holistic Approach to Visualizing Business Models for the Internet of Things. *Communications in Mobile Computing* 1: 4.
- Suliyanto. (2010) *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Supriadi, A. and Nur, M. (2023) 'Research Trends on Digital Entrepreneurship with Islamic Values: Bibliometric Analysis (2012-2022)', *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*,

- 12(1), pp. 879–894. doi:10.30868/ei.v12i01.4339.
- Suryana. (2014) *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana Y., & Bayu K. (2011) *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana.
- Susanto, A. (2013) *Teori Belajar Dan Pembelajaran Di Sekolah Dasar*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(2), 1147–1156. <https://doi.org/10.33258/birci.v3i2.954>
- Susilowati, E. (2020). an Economic Resilience of Families in Pandemic Outbreak: a Literature Review Approach. *Proceeding of International Conference on ...*, March, 38–45. <http://e-journal.president.ac.id/presunivojs/index.php/ICFBE/article/view/1357>
- Svahn, F., L. Mathiassen, and R. Lindgren. (2017). Embracing Digital Innovation in Incumbent Firms: How Volvo Cars Managed Competing Concerns. *MIS Quarterly* 41 (1): 239–253.
- Takdir, *et al.* (2015) *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Wijana Mahadi Karya.
- Tambunan, THT., *et al.* (2022) *Pengembangan UMKM dan Kewirausahaan Masyarakat*. Banyumas: Wawasan Ilmu.
- Taran, Y. (2011). *Re-thinking It All: Overcoming Obstacles to Business Model Innovation*. Center for Industrial Production. Ph.D Thesis, Aalborg University.
- Teece, D.J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning* 43 (2–3): 172–194.
- Timmers, P. (1998). Business Models for Electronic Markets.

- Turber, S., J.V. Brocke, O. Gassmann, and E. Flesich. (2014). Designing Business Models in the Era of Internet of Things. In Conference Paper. 9th International Conference, DESRIST 2014, Miami, 17–31, May 22–24. Unify IoT deliverable D02.01 – IoT Business Models Framework. Published 14 July 2016. <http://www.unify-iot>.
- Utomo, B. and Santoso, T. (2022) 'The Influence Of Technopreneurship And Business Network Competency Towards The Competitive Advantage Of Sme In The Middle Of The Covid-19 Pandemic', *Econbank: Journal of Economics and Banking*, 4(2), pp. 181–186.
- Vargas-hernández, J. G. (2016). Strategies for the Adoption of E-commerce. *Journal of Global Economics*, 3(4), 2–5. <https://doi.org/10.4172/2375-4389.1000157>
- Vargo, S.L., and R.F. Lusch. (2004). Evolving to a New Dominant Logic for Marketing. *Journal of Marketing* 68 (1): 1–17.
- Varshney, D, Varshney, NK. (2017). The effect of resilience on performance and job satisfaction among construction managers in Saudi Arabia. *Global Business and Organizational Excellence*, 36(5), 36–45
- Venette, S. J. (2003). Risk communication in a high reliability organization: Aphis ppq's inclusion of risk in decision making. Dakota: North Dakota State University.
- Walker, B.H., Holling, C.S., Carpenter, S.R., and Kinzig, A. (2004). Resilience, adaptability and transformability in social-ecological systems. *Ecology and Society*, 9(2).
- Watrianthos, Ronal & Sutrisno, E. (2020) *Kewirausahaan dan Strategi Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Westhead, P. et al., (2011) *Entrepreneurship: Perspectives and Cases*. Essex: Pearson Education Ltd.

- WHO. (2020). Coronavirus disease (covid-19) Retrieved from https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200527-covid-19-sitrep-128.pdf?sfvrsn=11720c0a_2
- Wibowo, M. (2011) Pembelajaran Kewirausahaan dan Minat Wirausaha Lulusan SMK. Eksplanasi. Vol. 6. No. 2.
- Wibowo, A., Sulartopo and Koerniawan, I. (2022) 'Technopreneurship Development in Indonesia: Digital Business Development', *Journal of System and Management Sciences*, 12(3), pp. 87–103. doi:10.33168/JSMS.2022.0305.
- Wickham, P., (2006) *Strategic Entrepreneurship*, 4th ed. Essex: Pearson Education Ltd.
- Widhiandono, H., Miftahuddin, M. A. and Darma, A. (2016) 'Pengaruh Faktor Internal, Faktor Eksternal Dan Faktor Pendidikan Terhadap Intensi Kewirausahaan Alumni Mahasiswa', pp. 159–178. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/73938034.pdf>.
- Wijaya, D. (2017) *Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Wijoyo, H. et al. (2020) *Digitalisasi UMKM*. Padang: ICM Publisher.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., & Firmansyah, F. (2020). *Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Teknopreneurship)*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Wilantara, F. Rio, & Susilawati. 2016. Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM : Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasional di Era MEA. Penerbit PT. Refika Aditama. Bandung
- Williams, N., and Vorley, T. (2014). Economic resilience and entrepreneurship: lessons from the Sheffield City Region. *Entrepreneurship & Regional Development*, 26(3–4), 257–281.
- Wincent, J. and Westerberg, M. (2005). Personal traits of CEOs, inter-

- firm networking and entrepreneurship in their firms: investigating strategic SME network participants. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 10 (3), 271-284.
- Windle, G., Bennert, K.M., & Noyes, J. (2011). A methodological review of resilience measurement scales. *Health and quality of life outcomes*, 9(8), 1-18.
- Wolf, P., & Troxler, P. (2016). Community-Based Business Models Insights from an Emerging Maker Economy. *Interaction Design and Architecture*, 3, 75-95.
- Yuda, A., (2021) Pengertian Wirausaha Tujuan Kelebihan Kekurangan Ciri-ciri dan Contohnya yang Perlu Diketahui. <https://indonesia.go.id/kategori/perdagangan/4994/wirahawawan-mapan-ekonomi-nasional-kuat?lang=1>.
- Yukselen, C., & Yildiz, E. (2014). The Role of The Family Constitution in Sustainability of Family Business and Evaluation in Light of Implementaion Problem. *Research Journal of Business and Management*, 1(1), 14-28.
- Zhang, D. and Bruning, E., (2011) Personal characteristics and strategic orientation: entrepreneurs in Canadian manufacturing companies. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Volume 17, Issue 1, p. 82-103.
- Zimmerer, T. and Scarborough, N., (1996) *Entrepreneurship and the New Venture Formation*. New Jersey: Prentice Hall
- Zimmerer, W. Thomas & Norman. (2009) *Interpreneurship and the New Venture Formation*. New Jersey: Prantice Hall.
- Zimmerer, Thomas W., & Norman, M. (1998) *Essentials Entrepreneurship and Small Business Management. 2nd Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc

TENTANG PENULIS



Sanny Edinov, S.Si., M.Si.

Penulis lahir di Padang tanggal 8 Mei 1990. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Teknik Lingkungan Fakultas Teknik, Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Barat. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Kimia fokus riset Kimia Lingkungan dan melanjutkan S2 pada Jurusan Ilmu Lingkungan. Penulis menekuni pekerjaan sebagai pendidik dan aktif melakukan riset baik di lingkungan ataupun melibatkan masyarakat. Publikasi dari penulis dimuat baik dalam jurnal nasional maupun internasional. Di samping penulis buku dan karya ilmiah, penulis yang mempunyai bakat di bidang tarik suara, telah menelurkan karya serta terlibat sebagai penulis beberapa lagu yang diminati kalangan terbatas dimulai pada tahun 2013.



Qristin Violinda, S.Psi., M.M., Ph.D.

Penulis lahir di Manado 17 Oktober 1980, menyelesaikan pendidikan S1 Program Studi Psikologi UNDIP tahun 2005 kemudian melanjutkan pendidikan S2 Magister manajemen UNDIP dan Menyelesaikan pendidikan S3 pada program studi Manajemen SMEs di HZAU Wuhan,China pada tahun 2016. Pada tahun 2010-2013 penulis merupakan Dosen di fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang kemudian pada tahun 2017 penulis melanjutkan karirnya sebagai dosen di Universitas PGRI Semarang pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Selain berprofesi sebagai Dosen penulis aktif sebagai chief in editor dan juga aktif sebagai reviewer. Menulis merupakan salah satu kegemaran sehingga banyak tulisan penulis yang sudah dimuat dalam buku dan jurnal terakreditasi sinta bahkan sampai jurnal internasional bereputasi.



Supriyadi, S.Kom., M.M.

Penulis lahir di Serang, 08 Juli 1983. Anak pertama dari bapak bernama Soepoyo dan ibu Eni Indarwati. Menyelesaikan pendidikan S1 di STMIK AMIK Serang jurusan Teknik Informatika, kemudian melanjutkan program studi Magister Manajemen (S2) di Universitas Pancasila jurusan Manajemen SDM pada tahun 2013, dan menyelesaikan pendidikan di Pusat Studi Lingkungan Hidup (PSLH) Universitas Gajah Mada (UGM) Dengan pekerjaan sebagai Dewan Komisaris di PT. Rakata Realtindo (2019-2021) serta di PT. Krakatau Daya Tirta (DPKS Grup) sampai tahun 2022. Di salah satu perusahaan BUMN, Konsultan Lingkungan Hidup. Serta mengajar di salah satu universitas di Cilegon yaitu Universitas Al Khairiyah sebagai Dosen Tetap. Penulis melanjutkan pendidikan pada Program Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Pasundan Bandung, Jawa Barat sejak 2021 sampai dengan sekarang pada jurusan Doktor Ilmu Manajemen SDM.



Andri Nur Cahyo, S.Sn., M.Sn.

Lahir di Solo, 15 Mei 1990. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Kriya Batik Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital ITS NU Pekalongan. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Program Studi Kriya Tekstil FSRD UNS dan melanjutkan S2 pada Program Studi Magister Seni Rupa Program Pascasarjana UNS. Aktif sebagai Praktisi Perancang Desain Batik dan pernah mengikuti Sertifikasi Kompetensi di bidang yang sama. Sebelumnya juga aktif sebagai Praktisi Desainer Motif Batik di beberapa usaha batik di Solo dan Wonogiri selama kurang lebih 5 tahun. Saat ini penulis berfokus melakukan penelitian dalam bidang desain, produksi, dan industri kreatif batik.



Itishom Al Khoiry, M.Kom.

Penulis lahir di Grobogan pada tanggal 20 Juni 1997. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Semarang (UPGRIS). Menyelesaikan pendidikan S1 Informatika di Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) pada tahun 2019 dan S2 Sistem Informasi di Universitas Diponegoro (UNDIP) pada tahun 2021. Selain menjadi pengajar di UPGRIS, penulis juga mengajar di Perguruan Tinggi lain. Mata kuliah yang diampu mencakup bidang Teknologi Informasi; seperti E-Business, Pemrograman, Analisis Big Data, dll. Untuk berkorespondensi atau berdiskusi terkait buku ini, dapat melalui email pada alamat itishom@upgris.ac.id.



Noerma Kurnia Fajarwati, S.I.Kom., M.I.Kom.

Penulis lahir di Serang pada 01 Mei 1991. Penulis adalah seorang Dosen Tetap dan kini menjabat Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bina Bangsa, Kota Serang, Provinsi Banten. Menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan S2 Ilmu Komunikasi pada Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Jakarta. Penulis menekuni bidang menulis, riset dan tata administratif.



Enji Azizi, S.E., M.M.

Penulis bernama Enji Azizi, Laki-Laki lahir di Pandeglang pada tanggal 05 Juli 1981. Beragama Islam dan tinggal di Komplek Beringin Residence Blok Emerald No. 12 RT.001 RW. 026. Penulis merupakan Dosen tetap di Universitas Faletahan yang kini menjabat sebagai Kepala Program Studi Manajemen. Pendidikan Sarjana penulis selesaikan di Universitas Serang Raya dengan mengambil program studi Manajemen Keuangan yang lulus pada 2016. Selanjutnya Pendidikan Magister diselesaikan di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang lulus pada 2018. Penulis aktif mengikuti berbagai pelatihan maupun seminar diantaranya International Seminar on Leadership and Quality Management yang diadakan oleh SBM, UUM - Malaysia dan UNTIRTA - Indonesia Malaysia pada tahun 2017. Penulis juga telah menyelesaikan Pelatihan PEKERTI yang diadakan di Universitas Pendidikan Bandung pada tahun 2019. Salah satu webinar yang diikuti di era pandemic adalah Webinar "New Normal: Clinical Experience and New Behavior" yang diadakan oleh Universitas Faletahan pada tahun 2020.



Ali Imron, M.Si.

Penulis lahir di Pekalongan tanggal 5 September 1973. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama (ITSNU) Pekalongan. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan dan melanjutkan S2 Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jendral Soedirman dan melanjutkan S2 pada Jurusan Menulis. Penulis menekuni bidang Bisnis Digital



Rizka Ariyanti, M.M.

Penulis lahir di Pekalongan tanggal 08 Agustus 1981. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital ITSNU Pekalongan. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro dan melanjutkan S2 pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung. Penulis menekuni bidang Bisnis Digital.



Yunita Indriany, S. Sos., M.A.

Penulis Lahir tanggal 11 Juni 1981 di Curup- Rejang Lebong, Bengkulu. Penulis Merupakan anak pertama dari lima bersaudara dari Ayah Alm. Junaidi dan Ibu Alm. Farida. Lulus Diploma III Jurusan Perpustakaan di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Bengkulu (UNIB) tahun 2003, Lulus S1 Jurusan Ilmu Informasi dan Perpustakaan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung (UNPAD) Tahun 2005, Lulus S2 Adminsitration Publik, Pasca Sarjana, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia (STIAMI) Jakarta Tahun 2014. Saat Ini Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Jakarta.



Anita Wijayanti, S.E., M.M., Akt., CA.

Penulis lahir di Solo tanggal 10 September 1976. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Batik Surakarta. Menyelesaikan pendidikan S1 pada program studi Akuntansi di STIE YKPN Yogyakarta. Penulis menyelesaikan pendidikan S2 di Magister Manajemen, Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Penulis juga telah menyelesaikan pendidikan program Doctor of Philosophy pada bidang Management and Entrepreneurship di University Teknikal Malaysia Melaka. Penulis menekuni bidang Menulis sejak tahun 2009, beberapa buku yang telah diterbitkan antara lain Mukzizar Zakat : Mengungkap Rahasia Dibalik Perintah Zakat, Tinjauan Syariat, Ekonomi dan Syariat (2009), Sistem Informasi Akuntansi : Pendekatan Pengembangan Pada UKM (2011) dan Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi (2013). Beberapa artikel juga telah diterbitkan pada jurnal nasional maupun internasional antara lain A Business Transformation Model To Enhance The Sustainability Of Small-Sized Family Businesses (2021) diterbitkan pada jurnal terindeks scopus, Jurnal Problems And Perspectives In Management.



Rahmi Yuliana, S.E., M.M.

Penulis lahir di Purwokerto tanggal 26 Juli 1978. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Manajemen di Universitas Wijayakusuma lulus tahun 2000 dan melanjutkan S2 pada Jurusan Magister Manajemen di Universitas Semarang pada tahun 2005. Penulis menekuni bidang menulis pada Jurnal Sinta.



Yusnaini, S.E., M.M.

Penulis lahir di Sigli, Nangroe Aceh Darussalam tanggal 17 Agustus 1972, dalam menjalani pendidikan fokus pada konsentrasi manajemen pemasaran. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen, Universitas Sali Al-Aitaam Bandung. Menyelesaikan pendidikan D3 ekonomi pada Fakultas Ekonomi Univ. Syiah Kuala Nangroe Aceh Darussalam pada tahun 1995, melanjutkan pendidikan S1 di Univ. Sangga Buana (YPKP) Bandung pada tahun 2016 dan pada tahun 2018 menyelesaikan pendidikan S2 pada Universitas yang sama. Selain sebagai Dosen Tetap aktif sebagai tenaga pengajar pada beberapa SMK dan SMA di Bandung. Saat ini penulis sedang melanjutkan studi S3 pada Universitas Pasundan.



Fithri Setya Marwati, S.E., M.M.

Fithri Setya Marwati, S.E., M.M. atau kerap disapa dengan Ibu Fithri merupakan kelahiran Sukoharjo, 03 Agustus 1984, anak pertama dari dua bersaudara. Ibu. Fithri telah menempuh Pendidikan jenjang Strata 1 (S1) di Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta pada program studi Akuntansi dan melanjutkan jenjang Pendidikan Magister Manajemen Universitas Jenderal Soedirman (Unsoed) Purwokerto. Saat ini, Ibu Fithri sedang menempuh study S3 di Universitas Teknikal Malaysia, Melaka. Ibu Fithri merupakan seorang dosen Fakultas Ekonomi dan Manajemen di Universitas Islam Batik Surakarta dan sekaligus menjabat sebagai Ketua Program Studi Manajemen S1. Ibu.Fithri tidak hanya aktif dalam bidang Pendidikan dan pengajaran, namun juga cukup aktif dalam penelitian dan pengabdian. Salah satu pengabdian yang telah ditempuhnya adalah Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang didanai oleh Kedaireka Matching Fund 2021. Digitalisasi dalam bidang ekonomi dan bisnis kini menjadi serangkaian tema penelitian dan pengabdiannya sebagai upaya menuju transformasi digital 4.0 dan society 5.0.



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202352731, 7 Juli 2023

Pencipta

Nama : **Sanny Edinov, Qristin Violinda dkk**
Alamat : Pitameh No. 36, RT 002 RW 005, Kel/Desa Pitameh Tanjung Saba Nan XX, Kec. Lubuk Begalung, Padang, Sumatera Barat, 25224, Padang, Sumatera Barat, 25224
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Sanny Edinov, Qristin Violinda dkk**
Alamat : Pitameh No. 36, RT 002 RW 005, Kel/Desa Pitameh Tanjung Saba Nan XX, Kec. Lubuk Begalung, Padang, Sumatera Barat, 25224, Padang, Sumatera Barat, 25224
Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**
Judul Ciptaan : **Konsep Dasar Technopreneurship**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 26 Juni 2023, di Purbalingga

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000485666

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.