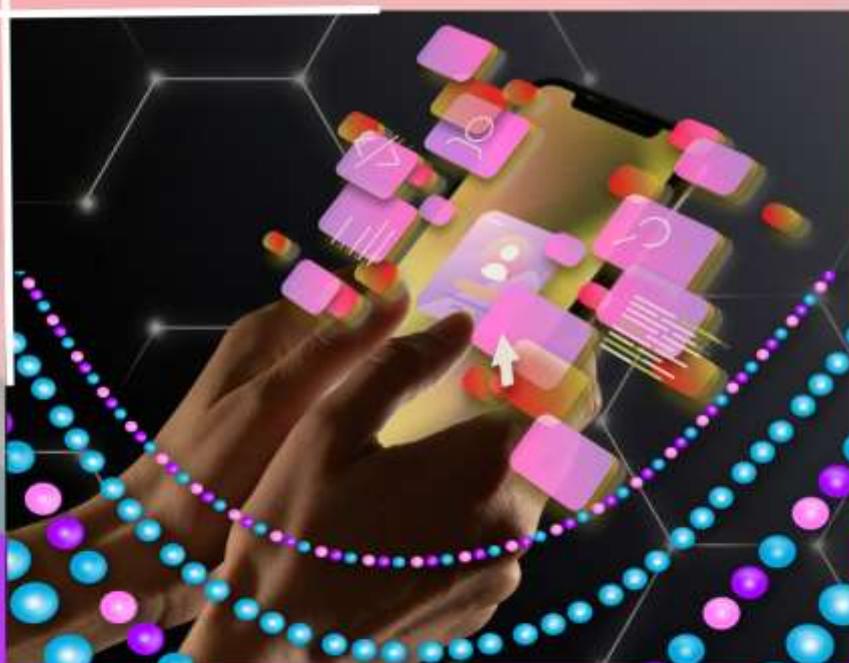




Tasya khoirunisa | Rizka Amelia Adha
Pathur Ropik | Dana Budiman

KONSEP DAN PRAKTIK **KEWIRAUSAHAAN DIGITAL** **UMKM AKSESORIS MANIK-MANIK**



Editor:
Dr. Ir. H. Dana Budiman, M.Si

KONSEP DAN PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN DIGITAL UMKM AKSESORIS MANIK-MANIK

Tasya khoirunisa
Rizka Amelia Adha
Pathur Ropik
Dana Budiman



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KONSEP DAN PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN DIGITAL UMKM AKSESORIS MANIK-MANIK

Penulis:

Tasya khoirunisa
Rizka Amelia Adha
Pathur Ropik
Dana Budiman

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Dr. Ir. H. Dana Budiman, Msi

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

vi, 78, Uk: 15,5 x 23 cm

QRCBN: 62-415-3666-916

Cetakan Pertama:

Januari 2025

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2025 by Tahta Media Group

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, *E-book* yang berjudul "Konsep dan Praktik Kewirausahaan Digital UMKM Aksesoris Manik-Manik" ini disusun sebagai panduan dan sumber inspirasi bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya yang bergerak dalam produksi dan pemasaran aksesoris manik-manik, untuk lebih memahami dan mengimplementasikan strategi kewirausahaan digital. Di era yang terus berkembang pesat ini, digitalisasi telah menjadi aspek penting dalam mengelola dan mengembangkan usaha.

Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Buku ini dirancang untuk memberikan wawasan praktis mengenai berbagai aspek kewirausahaan digital, mulai dari strategi pemasaran di media sosial, pengelolaan toko online, hingga pemanfaatan platform *e-commerce* dan alat digital lainnya. Harapan penulis, *E-book* ini tidak hanya menjadi referensi, tetapi juga motivasi bagi pelaku UMKM aksesoris manik-manik untuk terus berinovasi, beradaptasi dengan teknologi, dan mengembangkan usahanya ke arah yang lebih maju. Penulis juga berharap bahwa karya ini dapat berkontribusi dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia.

Sukabumi, Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Kajian.....	3
1.4 Ruang Lingkup Kajian	4
1.5 Manfaat Kajian.....	5
1.6 Metode Kajian.....	7
BAB II INOVASI BISNIS DIGITAL BERKELANJUTAN	10
2.1 Sejarah Perkembangan Digital.....	10
2.2 Pengertian Digitalisasi	11
2.3 Pengertian Bisnis Digital	14
2.4 Bisnis Berkelanjutan	17
2.5 Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis	19
2.6 Bisnis yang Berkembang Pesat di Era Digital	22
BAB III KONSEP DAN PRAKTEK KEWIRAUSAHAAN DIGITAL	26
3.1 Konsep Kewirausahaan Digital.....	26
3.2 Peran Kewirausahaan Digital	27
3.3 Perbedaan Kewirausahaan Digital dengan Tradisional.....	29
3.4 Peluang Kewirausahaan Digital	31
3.5 Manfaat Kewirausahaan Digital.....	33
3.6 Tantangan Kewirausahaan Digital	34
3.7 Strategi Menghadapi Tantangan.....	38
BAB IV PROFIL UMKM	43
4.1 Karakteristik UMKM.....	43
4.2 Karakteristik Aksesoris Manik-Manik	44
BAB V PEMBAHASAN.....	54
5.1. Praktik Penerapan Kewirausahaan Digital Di UMKM Aksesoris.	54
5.2 Strategi Pemasaran Digital Untuk Produk Aksesoris Manik-Manik	59
5.3 Inovasi Produk Aksesoris Manik-Manik Dalam Era Digital	62

5.4	Analisis Kinerja Digital Marketing.....	64
5.5	Rekomendasi Untuk Pengembangan UMKM Aksesoris manik- manik.....	66
BAB VI PENUTUP.....		69
6.1	Kesimpulan.....	69
6.2	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....		72
PROFIL PENULIS.....		77

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi dan perkembangan infrastruktur membuka berbagai peluang baru untuk mendorong kewirausahaan digital menjadi topik utama yang menarik perhatian luas serta sorotan penting dalam transformasi bisnis di era modern. Kedua aspek ini menciptakan berbagai peluang baru bagi pelaku usaha untuk berinovasi dan mengembangkan bisnis mereka di era digital. Model bisnis berbasis teknologi semakin diminati masyarakat, terutama karena kemampuannya dalam mengatasi tantangan modern dan menciptakan strategi keberhasilan yang unik. (Setiawan et al., 2023). Dalam satu dekade terakhir, wirausahawan digital dengan pendekatan inovatif telah membawa perubahan signifikan baik secara lokal maupun global. Menurut laporan Bank Dunia, ekonomi digital menyumbang lebih dari 15% PDB global pada tahun 2023 dan tumbuh 2,5 kali lebih cepat dibandingkan PDB keseluruhan dalam dekade sebelumnya. (Rowley et al., 2024).

Digitalisasi telah mengurangi biaya memulai bisnis, meningkatkan efisiensi pasar, dan memperluas akses ke informasi, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan aktivitas kewirausahaan di berbagai wilayah. Transformasi ini menunjukkan dampak signifikan dari kewirausahaan digital terhadap perekonomian global. Dampak ini menunjukkan bahwa kewirausahaan digital memainkan peran penting sebagai pendorong utama dalam pertumbuhan ekonomi dan transformasi bisnis di dunia modern. (Wu et al., 2024). Kegiatan kewirausahaan tumbuh dari kolaborasi antara berbagai elemen, seperti institusi pendidikan, program pengembangan bisnis, pemangku kepentingan, dan wirausahawan itu sendiri. Digitalisasi tidak hanya sekadar inovasi baru dalam kewirausahaan, melainkan telah membawa perubahan mendasar dalam model bisnis yang kini semakin terintegrasi dengan lingkungan digital.

Selain menciptakan usaha-usaha baru dari peluang yang hadir melalui digitalisasi, banyak bisnis konvensional yang sebelumnya berbasis offline kini bertransformasi menjadi online, menjadikan kewirausahaan digital sebagai bentuk baru yang semakin dominan dalam aktivitas ekonomi. Proses ini tidak hanya menciptakan peluang baru tetapi juga menghadirkan tantangan unik, sekaligus menunjukkan elemen-elemen kunci yang berperan dalam menentukan keberhasilan dalam dunia kewirausahaan digital.

Di era digital ini, teknologi telah berkembang pesat, dengan kecerdasan buatan memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas keputusan dan memberikan sudut pandang baru terhadap dunia. Kemampuan untuk mengolah, menyimpan, dan menganalisis data kini menjadi lebih cepat, efisien, dan terjangkau, didukung oleh kemajuan layanan cloud dan evolusi internet menuju Internet of Things (IoT). Lebih jauh lagi, teknologi blockchain telah membuka jalan menuju era baru yang dikenal sebagai Internet of Values. Proses digitalisasi yang begitu cepat dan penuh dengan dampak transformatif ini membawa berbagai tantangan dan peluang yang signifikan. Bagi para wirausahawan, perubahan yang terjadi menuntut mereka untuk tidak hanya memahami perkembangan teknologi, tetapi juga untuk mampu mengidentifikasi peluang yang muncul serta mengadopsi teknologi baru dalam bisnis mereka. Wirausahawan harus mampu membangun hubungan strategis dengan mitra dan pelanggan, serta merespons dengan cepat perubahan yang ada. Inovasi yang relevan dan pemanfaatan teknologi terbaru akan menjadi kunci untuk tetap kompetitif di pasar global yang semakin digital dan terhubung. Para wirausahawan yang bisa mengoptimalkan potensi teknologi ini akan memiliki keunggulan dalam meraih kesuksesan di dunia bisnis yang terus berkembang pesat. (Sudrartono et al., 2022)

Kajian ini berfokus pada UMKM aksesoris manik-manik karena sektor ini memiliki potensi besar untuk berkembang melalui digitalisasi. Aksesoris manik-manik merupakan produk kreatif yang kaya akan nilai seni dan kearifan lokal. Banyak UMKM yang bergerak di bidang ini mengandalkan desain unik dan keterampilan tangan yang diwariskan secara turun-temurun. Namun, sering kali mereka menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan akses pasar, kurangnya promosi efektif, dan rendahnya

efisiensi manajemen bisnis. Penulis menganalisis bagaimana UMKM aksesoris manik-manik dapat mengadopsi kewirausahaan digital untuk mendukung bisnisnya dalam meraih peluang di pasar digital dan mengatasi berbagai tantangan yang ada. Dengan menggunakan strategi digital, UMKM aksesoris manik-manik dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan brand awareness, dan tumbuh secara berkelanjutan di era bisnis digital yang semakin berkembang pesat.

1.2 RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana penerapan kewirausahaan digital dapat memfasilitasi UMKM aksesoris manik-manik dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan menarik minat konsumen di pasar digital?
2. Apa peran teknologi digital dalam mendukung inovasi produk dan peningkatan daya saing UMKM aksesoris manik-manik di pasar global yang semakin terhubung?
3. Apa tantangan utama yang dihadapi UMKM aksesoris manik-manik dalam penerapan kewirausahaan digital, dan bagaimana model bisnis yang adaptif dapat mengatasi kendala-kendala tersebut secara efektif?
4. Bagaimana penerapan kewirausahaan digital dapat mengubah pola konsumsi dan perilaku pasar terhadap produk aksesoris manik-manik, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan untuk jangka panjang?

1.3 TUJUAN KAJIAN

1. Untuk mengeksplorasi bagaimana kewirausahaan digital dapat mendukung UMKM aksesoris manik-manik dalam merancang kampanye pemasaran yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar digital.
2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan digitalisasi UMKM aksesoris manik-manik, termasuk tantangan dan peluang yang ada dalam pengelolaan usaha berbasis teknologi.
3. Untuk memberikan rekomendasi praktis dan solusi konkret bagi UMKM aksesoris manik-manik dalam menghadapi kendala yang timbul dalam penerapan kewirausahaan digital, dengan menekankan aspek strategi bisnis dan penggunaan teknologi yang tepat.

4. Untuk menganalisis dampak penerapan kewirausahaan digital terhadap model bisnis dan keberlanjutan UMKM aksesoris manik-manik dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di era digital.

1.4 RUANG LINGKUP KAJIAN

1. Lokasi Geografis

Ruang lingkup lokasi kajian atau telaahan terbatas pada UMKM aksesoris manik-manik yang berada di kota/kabupaten di Indonesia, dengan fokus pada wilayah yang memiliki potensi pengembangan digital, seperti daerah urban atau wilayah dengan akses internet yang baik.

2. Skala Bisnis

Penulis fokus pada UMKM aksesoris manik-manik dengan skala bisnis kecil dan menengah. Kajian akan dilakukan pada beberapa UMKM yang baru mulai beradaptasi dengan digitalisasi atau yang sudah memiliki kehadiran di platform digital namun belum mengoptimalkannya sepenuhnya. Fokus kajian akan pada tiga UMKM yang representatif untuk memberikan gambaran umum.

3. Waktu Observasi dan Wawancara

Observasi dan wawancara dilakukan dalam rentang waktu Desember 2024 hingga Januari 2025, dengan tujuan mengumpulkan data yang relevan mengenai penerapan kewirausahaan digital dalam bisnis aksesoris manik-manik. Penulis akan melakukan wawancara dengan pemilik UMKM, pelanggan, dan ahli digitalisasi untuk memperoleh perspektif yang komprehensif.

4. Aspek Bisnis Digital

Aspek kewirausahaan digital yang dianalisis dalam ebook ini melibatkan beberapa pilar yang mendukung UMKM aksesoris manik-manik dalam bertransformasi secara digital, antara lain:

- Pemasaran Digital: Penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan digital marketing untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk aksesoris manik-manik.
- Pengelolaan Keuangan Berbasis Aplikasi: Integrasi sistem pembayaran digital, pencatatan keuangan secara otomatis, dan penggunaan aplikasi untuk mengelola cash flow.

- Proses Bisnis: Efisiensi operasional melalui digitalisasi, seperti penggunaan aplikasi manajemen inventaris, aplikasi POS (Point of Sale), dan sistem otomatisasi lainnya.
- Inovasi Produk: Penggunaan platform digital untuk riset pasar, feedback pelanggan, dan pengembangan desain produk berbasis tren digital serta permintaan pasar.

1.5 MANFAAT KAJIAN

Kajian atau telaahan ini memberikan manfaat signifikan baik bagi UMKM aksesoris manik-manik maupun bagi pengembangan kewirausahaan digital di Indonesia, di antaranya:

1. Bagi UMKM Aksesoris Manik-Manik:

- Peningkatan Daya Saing: Melalui penerapan kewirausahaan digital, UMKM aksesoris manik-manik dapat memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar dan memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas. Dengan optimasi pemasaran digital dan platform e-commerce, mereka dapat bersaing lebih efektif di pasar yang semakin kompetitif.
- Efisiensi Operasional: Digitalisasi dalam proses bisnis seperti manajemen inventaris, sistem POS, dan otomatisasi dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Hal ini memungkinkan bisnis untuk mengurangi pemborosan waktu dan biaya, serta meningkatkan produktivitas yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.
- Peningkatan Pengelolaan Keuangan: Penggunaan aplikasi pengelolaan keuangan berbasis digital membantu UMKM dalam mencatat transaksi secara otomatis, memantau arus kas, dan merencanakan keuangan dengan lebih baik. Ini mendukung keputusan keuangan yang lebih tepat untuk pertumbuhan bisnis.
- Memperluas Akses Pasar: Dengan adopsi teknologi digital, UMKM aksesoris manik-manik dapat menjangkau pasar yang lebih luas, baik secara lokal maupun internasional, yang sebelumnya mungkin sulit dicapai dengan metode tradisional. Hal ini membuka peluang ekspansi yang lebih besar.

2. Bagi Peneliti dan Akademisi:
 - Kontribusi Ilmiah: Kajian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur kewirausahaan digital, khususnya dalam konteks UMKM aksesoris manik-manik. Diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana teknologi dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis UMKM kreatif di Indonesia.
 - Pengembangan Model Kewirausahaan Digital: Kajian ini berpotensi memperkaya model-model kewirausahaan digital yang relevan dan aplikatif untuk UMKM, serta dapat dijadikan acuan bagi kajian atau telaahan selanjutnya yang mengkaji topik serupa dalam sektor usaha kreatif lainnya.
3. Bagi Pemerintah dan Pembuat Kebijakan:
 - Informasi untuk Pengembangan Kebijakan: Temuan dari kajian atau telaahan ini dapat digunakan oleh pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung digitalisasi UMKM. Dengan memahami tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM dalam menerapkan kewirausahaan digital, pemerintah dapat merancang program pelatihan, pendampingan, atau insentif yang lebih efektif untuk memfasilitasi adopsi teknologi digital di sektor UMKM.
 - Peningkatan Ekonomi Kreatif: Kajian ini juga dapat membantu mendorong pertumbuhan sektor ekonomi kreatif Indonesia, khususnya dalam industri aksesoris manik-manik, yang berpotensi memperkuat kontribusi sektor ini terhadap perekonomian nasional.
4. Bagi Pelaku Bisnis Lainnya:
 - Panduan Praktis bagi UMKM Lainnya: Selain UMKM aksesoris manik-manik, kajian atau telaahan ini juga dapat memberikan wawasan bagi pelaku UMKM di sektor lain yang ingin mengimplementasikan kewirausahaan digital. Dengan memahami tantangan dan peluang yang ada, pelaku bisnis dapat mengambil langkah-langkah yang lebih strategis dalam mengadopsi teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka.

- Peningkatan Pemahaman tentang Strategi Digital: Kajian ini menyediakan pengetahuan tentang strategi pemasaran digital, optimasi e-commerce, dan penggunaan teknologi dalam bisnis yang dapat diterapkan oleh berbagai jenis UMKM untuk meningkatkan kinerja dan daya saing mereka.

Secara keseluruhan, kajian atau telaahan ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dan teoretis dalam mendukung perkembangan UMKM aksesoris manik-manik di era digital, serta membantu memperkuat posisi mereka dalam pasar global yang semakin terhubung secara digital.

1.6 METODE KAJIAN

1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah langkah penting dalam kajian atau telaahan untuk memperoleh informasi yang relevan dan akurat guna menjawab pertanyaan kajian atau telaahan menggunakan dua metode pengumpulan data utama, yaitu observasi dan wawancara.

a. Metode Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati langsung objek atau fenomena yang berkaitan dengan kajian atau telaahan. Dalam konteksnya, observasi digunakan untuk mengamati penerapan kewirausahaan digital pada UMKM aksesoris manik-manik. Penulis melakukan observasi non-partisipatif, di mana penulis tidak terlibat langsung dalam kegiatan bisnis, namun hanya mengamati dan mencatat fenomena yang relevan dengan topik kajian. Observasi tidak terstruktur dipilih agar penulis dapat bebas mengamati berbagai aspek yang muncul secara alami dalam aktivitas UMKM, seperti penggunaan media sosial untuk pemasaran atau sistem digital yang diterapkan dalam pengelolaan bisnis. Data yang diperoleh dari observasi ini akan digunakan untuk memahami bagaimana digitalisasi diterapkan dalam bisnis UMKM dan mengidentifikasi tantangan atau peluang yang ada.

b. Metode Wawancara

Wawancara digunakan untuk menggali informasi lebih mendalam dari para pemilik atau pengelola UMKM aksesoris manik-manik. Dalam wawancara ini, penulis berinteraksi langsung dengan informan untuk mendapatkan perspektif mereka tentang penerapan kewirausahaan digital dalam usaha mereka. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, di mana penulis telah menyiapkan beberapa pertanyaan panduan, namun tetap memberikan kebebasan kepada informan untuk memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai pengalaman dan strategi mereka dalam menjalankan bisnis. Teknik wawancara ini memungkinkan penulis untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai tantangan yang dihadapi dalam mengadopsi teknologi digital dan bagaimana strategi digital dapat diterapkan dalam konteks UMKM.

2. Metode Analisis Data

Setelah data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara, langkah selanjutnya adalah menganalisis data yang diperoleh untuk menjawab rumusan masalah. Dalam kajian ini, penulis menggunakan pendekatan analisis data kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk menggali informasi secara mendalam dan menggambarkan fenomena yang ditemukan di lapangan.

Metode deskriptif kualitatif berfokus pada penggambaran fenomena yang ada dalam bentuk narasi atau deskripsi yang sistematis dan jelas. Dalam hal ini, data yang diperoleh dari observasi dan wawancara akan dianalisis untuk memahami dinamika penerapan kewirausahaan digital dalam UMKM aksesoris manik-manik, termasuk tantangan yang dihadapi, peluang yang muncul, serta dampaknya terhadap perkembangan bisnis. Beberapa kelebihan dari metode deskriptif kualitatif dalam (Waruwu, 2024)

1. Menggali Informasi Secara Mendalam: Kajian ini memungkinkan penulis untuk memahami lebih dalam tentang penerapan teknologi digital dalam bisnis UMKM aksesoris

manik-manik, serta mengidentifikasi masalah yang muncul dari proses digitalisasi yang diterapkan oleh pelaku bisnis.

2. Memberikan Gambaran Nyata Tentang Fenomena yang Diteliti: Dengan menggunakan metode ini, penulis dapat memberikan deskripsi yang jelas dan akurat mengenai situasi yang terjadi di lapangan, serta memberikan wawasan mengenai bagaimana pelaku UMKM mengatasi tantangan dalam menerapkan kewirausahaan digital.

Metode analisis ini akan memberikan hasil yang komprehensif dan mendalam tentang bagaimana digitalisasi dapat diterapkan pada UMKM aksesoris manik-manik, serta memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai tantangan dan peluang yang ada dalam dunia bisnis digital.

BAB II

INOVASI BISNIS DIGITAL

BERKELANJUTAN

2.1 SEJARAH PERKEMBANGAN DIGITAL

Digitalisasi telah mengalami evolusi yang panjang dan dinamis, mengubah cara masyarakat berkomunikasi, bekerja, dan mengelola informasi. Perjalanan ini dimulai pada pertengahan abad ke-20 dengan munculnya teknologi komputer. Saat itu, komputer dikembangkan untuk mengolah data lebih cepat dan efisien dibandingkan dengan cara manual. Meskipun komputer awal seperti ENIAC berukuran besar dan penggunaannya terbatas pada institusi tertentu seperti pemerintah dan militer, komputer tersebut menjadi simbol awal digitalisasi. Pada awal tahun 1960-an, inovasi dalam teknologi semikonduktor memungkinkan pengembangan komputer yang lebih kecil dan lebih murah, sehingga membuka jalan bagi penerapannya secara luas. Internet, awalnya dikenal sebagai ARPANET, muncul pada akhir tahun 1960an sebagai jaringan komunikasi komputer-ke-komputer untuk mendukung penelitian militer. Perkembangan ini menjadi dasar komunikasi digital modern. (Agustian et al., 2023)

Pada tahun 1980-an, digitalisasi mulai berdampak pada kehidupan masyarakat awam dengan munculnya komputer pribadi (PC), sehingga teknologi ini tersedia di rumah dan kantor. Perangkat lunak pengolah kata, spreadsheet, dan sistem manajemen basis data menjadi alat penting untuk mendukung produktivitas. Kemudian, pada tahun 1990an, dunia mengalami revolusi besar dengan munculnya World Wide Web, yang memungkinkan akses terhadap informasi dari seluruh dunia. Internet tidak lagi hanya diperuntukkan bagi akademisi dan profesional, namun kini menjangkau komunitas yang semakin luas, mengantarkan era baru e-commerce, pendidikan, dan hiburan. Pengenalan perangkat seluler dan

teknologi nirkabel menyebabkan digitalisasi pesat di awal abad ke-21. Kehadiran ponsel pintar yang terintegrasi dengan Internet membawa akses digital ke tingkat yang lebih personal dan cepat. Aplikasi media sosial, layanan streaming, dan platform e-commerce menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, mendorong perubahan signifikan dalam cara kita mengonsumsi informasi dan produk.

Seiring berjalannya waktu, teknologi seperti komputasi awan, data besar, dan kecerdasan buatan (AI) semakin mendorong digitalisasi. Teknologi ini memungkinkan pemrosesan data berskala besar dan penerapan sistem yang sangat otomatis di berbagai bidang, mulai dari layanan kesehatan hingga transportasi. Selama dekade terakhir, tren seperti Internet of Things (IoT), yang menghubungkan perangkat fisik ke jaringan Internet, telah muncul, memperluas cakupan digitalisasi ke area yang sebelumnya tidak terbayangkan. Transformasi digital saat ini tidak hanya mengubah cara masyarakat berinteraksi, namun juga menantang struktur ekonomi, sosial, dan budaya dunia. Digitalisasi telah menjadi elemen mendasar untuk mendorong inovasi dan menciptakan peluang baru, namun masih menghadapi tantangan seperti kesenjangan digital dan masalah perlindungan data. Perkembangan terus berlanjut dan teknologi semakin terintegrasi ke dalam setiap aspek kehidupan manusia. Perkembangan ekonomi digital dianggap mampu menambah wawasan bagi pelaku bisnis untuk memunculkan model bisnis baru yang nantinya akan mendukung Indonesia untuk menjadi negara yang maju, hubungan antar sektor ekonomi serta perubahan bentuk komersial sektor ekonomi yang ada menjadi lebih baik. (Wulandari, 2024)

2.2 PENGERTIAN DIGITALISASI

Digitalisasi adalah proses pengubahan informasi, data, atau proses yang sebelumnya dilakukan secara manual atau analog menjadi format digital yang dapat diakses, diproses, dan disimpan menggunakan komputer. Konsep ini tidak hanya mencakup transfer dokumen fisik ke dalam format digital, seperti pemindaian kertas menjadi file elektronik, namun juga transformasi menyeluruh dari cara kerja sistem dan proses. Pada dasarnya digitalisasi bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan akurasi melalui penggunaan teknologi digital. Proses ini memfasilitasi pengelolaan

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *BISNIS DIGITAL TEORIDAN PRAKTEK BERKELANJUTAN*.
- Agustian, K., Mubarak, E. S., Zen, A., Wiwin, W., & Malik, A. J. (2023). The Impact of Digital Transformation on Business Models and Competitive Advantage. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(2), 79–93. <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i2.55>
- Aini, N., Amanah, D. M. N., & Putri, N. K. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Digital di Indonesia. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 243–252. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i2.3264>
- Anita, S. Y., & Litamahuputty, J. V. (2024). *Strategi Pengembangan Fintech Di Indonesia Dengan Pendekatan Business Model Canvas*. 08(02), 1–11.
- Arista, P. (2020). *Pengaruh Inovasi dan Kreatifitas Era Teknologi Digital*.
- Bantacut, T. (2012). Bisnis berkelanjutan : Integrasi manajemen lingkungan dalam pengelolaan usaha. *Agrimedia*, 17(1), 33–42.
- Bengu, H., Kelin, S. P., & Hadjon, R. P. (2024). Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan Umkm Di Era Digital. *TIMOR CERDAS – Jurnal Teknologi Informasi, Manajemen Komputer Dan Rekayasa Sistem Cerda*, 2(1), 1–7.
- Dharma, U. B. (2024). *Kewirausahaan Melalui Pemanfaatan Bisnis Digital*. 4(1), 93–102. <https://doi.org/10.31253/ad.v4i2.3099>
- Halim, R. S., Chandra, T. Y., & Mau, H. A. (2023). Perkembangan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(September), 3048–3074.
- Herlambang, S., Subandi, Fahlefi, W., & Mursyid. (2023). Dalam Berwirausaha Dengan Memanfaatkan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 37–41.
- Hutagaol, A., Belcha, D., Damanik, N., Rachel, J., Saragih, S., Wijaya, F., Sihol, R., Sitompul, M., Sugara, W. H., Pratama, L. S., Medan, U. N., Decision, S. S., Kriteria, S., & Decision, S. S. (2024). *Analisis pengaruh digitalisasi terhadap umkm di kota medan*. 6(3).

- I Wayan Willy Mustika. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 3(1), 7–12. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v3i1.1716>
- Indah Wahyu Putri, F., & Suriyanto, M. A. (2022). Strategi Mengelola Hubungan Pelanggan Pada Kajian Business To Business PT Wakabe Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 44–56. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.501>
- Isabela, A. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Pengelolaan Keuangan Bisnis Online Shop Era Digital. *ANDASIH Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 15–21. <https://doi.org/10.57084/andasih.v2i1.606>
- Iskandar, Y., Zulbainarni, N., & Jahroh, S. (2020). Pengaruh Karakteristik Usaha dan Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Industri Pengolahan Perikanan di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.31002/rn.v4i1.2205>
- Juhairiah, S., & Yuwono, D. T. (2022). Pentingnya Menumbuhkan Minat Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa Menggunakan Teknologi Digital di Era Industri 4.0. *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 38–43. <https://doi.org/10.33084/neraca.v8i1.4361>
- Karina, S., Lasman Eddy, B. M., & Arisman, P. (2024). *STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK LOKAL DI ERA ONLINE*. 2(3), 1072–1079.
- Kasidi, K. (2020). Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(1), 17. <https://doi.org/10.31331/jee.v1i1.1223>
- Pasaribu, M. K., Larasati, A. N., Siahaan, D. F., & Manik, B. (2023). Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM Tahu Sumedang Putri Deli Medan melalui Kemasan Ramah Lingkungan dan Strategi Digital Marketing. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 57–67. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v3i1.275>
- Prasetyo Budi Widagdo. (2016). Perkembangan Electronic Commerce (E-Commerce) di Indonesia. *Researchgate.Net, December*, 1–10.
- Radiansyah, E. (2022). Peran Digitalisasi Terhadap Kewirausahaan Digital Tinjauan Literatur Dan Arah Penelitian Masa Depan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI Unsrat)*, 9(23), 828–837.

- Rowley, C., Oh, I., Fellow, G., Cui, G., Kong, H., Scholar, Y., & Shan, B. (2024). *Digital Transformation : Entrepreneurship , Innovation , Global Rifts and Sustainability*. 1–4.
- Sara, K. D., & Fitriyani, F. (2020). Peran Kewirausahaan Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Perspektif Islam. *Jurnal EMA*, 5(2), 66–77. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.53>
- Sayudin, S. (2023). Membentuk Strategi Bisnis Yang Tangguh Dalam Era Manajemen Yang Berubah. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(7), 1566–1572. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i7.315>
- Setiawan, Z., Jauhar, N., Putera, D. A., Santosa, A. D., Fenanlampir, K., Sembel, H. F., Harto, B., Roza, T. A., Dermawan, A. A., & Rukmana, A. Y. (2023). Kewirausahaan Digital. In *PT Global Eksekutif Teknologi* (Issue June).
- Simamora, A., & Pratama Sulisty, A. (2023). Membangun Digital Customer Experience Pada Generasi Milenial. *Ekonomi Dan Bisnis: Berkala Publikasi Gagasan Konseptual, Hasil Penelitian, Kajian, Dan Terapan Teori*, 27(2), 133–147. <https://doi.org/10.24123/jeb.v27i2.5924>
- Sofia Zahra, Zyhan Risty Andini, Leoni Sabrilina Putri, & Mansur Keling. (2023). Menggali Potensi Kewirausahaan di Era Digital: Tantangan dan Peluang. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 54–63. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i1.592>
- Sono, M. G., Erwin, E., & Muhtadi, M. A. (2023). Strategi Pemasaran Digital dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(04), 312–324. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i04.712>
- Sudrartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Maknunah, L. U., Amaria, H., Witi, F. L., Nuryanti, N., & Sudirman, A. (2022). Kewirausahaan Umkm Di Era Digital. In *Cv Widina Media Utama*.

- Sundari, A., Nadila, D., Resmiasari, Y., Robbiulsani, M., & Fadhilah, H. (2024). Pemasaran Produk Umkm Aksesoris Manik-Manik Di Era Digital: Memahami Peran Konsep Pemasaran Dalam Menghadapi Tantangan Bisnis Kedepan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Inklusi Sosial Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 1–13.
- Suriانشa, R. (2023). Pengaruh Customer Experince di Era Digitalisasi Terhadap Retensi Pelanggan pada Industri Retail. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(4), 2270–2277. <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i4.269>
- Suryawijaya, T. W. E. (2023). Memperkuat Keamanan Data melalui Teknologi Blockchain: Mengeksplorasi Implementasi Sukses dalam Transformasi Digital di Indonesia. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 55–68. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.55-68>
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 306–314. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.564>
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211. <https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>
- Wu, K., Zhu, M., & Qu, Y. (2024). The impact of digital technology on entrepreneurship—Evidence from China General Social Survey. *PLoS ONE*, 19(9), 1–23. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0310188>
- Wulandari, E. A. (2024). *Menganalisis Sejarah Perkembangan Perekonomian*. 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.22437/krinok.v3i1.27465>
- Zahra, S., Andini, Z. R., Putri, L. S., & Keling, M. (2024). Menggali Potensi Kewirausahaan di Era Digital: Tantangan dan Peluang. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 54–63.
- Zein, A. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Via Media Online. *Engineering and Technology International Journal*, 5(02), 206–214. <https://doi.org/10.55642/eatij.v5i02.419>

- Zuana, M. M. M., & Sopiah, S. (2022). Manajemen Pengetahuan Dan Transformasi Digital Di Era Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 0–24. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i2.5325>
- Zuliawati, E., Iqbal, M., Habsy, A., H, S. C., & Aisa, A. (2024). *Pemasaran Digital untuk Produk Kerajinan Anyaman , Rajut , Manik- Manik di Cikarang Baru (Digital Marketing for Woven , Knitted , Beaded Craft Products in Cikarang Baru)*. 4.

PROFIL PENULIS



Tasya Khoirunisa

Mahasiswi kelahiran Sukabumi, 19 Maret 2004, sedang menempuh pendidikannya di Nusa Putra University dengan mengambil program studi Manajemen. Penulis memiliki hobi fotografi dalam bentuk mensyukuri setiap nikmat-Nya yang dapat diabadikan dalam sebuah potret. Penulis aktif mengikuti organisasi luar dan dalam kampus di bidang media yang memberikan wawasan serta pemahaman

mendalam tentang dunia penulisan. Dengan kemampuannya dalam penelitian dan wawancara, penulis mampu menghasilkan karya yang informatif, menarik, serta berkualitas. Penulis telah mendedikasikan kehidupan kampusnya dalam dunia penulisan, dengan selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik dalam setiap berita yang dipublikasikan dan terus mengembangkan diri melalui pengalaman dan pengetahuan baru.



Rizka Amelia Adha

Seorang mahasiswi jurusan Manajemen Bisnis di Universitas Nusa Putra yang memiliki ketertarikan dalam dunia pemasaran dan manajemen. Selain aktif dalam dunia akademik, penulis juga pernah menerbitkan ebook dan paper pada tahun 2024. Dalam kesehariannya, penulis memiliki berbagai minat, terutama dalam mengeksplorasi kuliner, penulis senang mencoba berbagai jenis makanan dan memahami

keanekaragaman rasa yang ada. Selain itu, Penulis juga gemar mendengarkan podcast sebagai cara untuk memperluas wawasan dan mendapatkan inspirasi baru. Penulis juga memiliki hobi menulis jurnal kosa kata asing menurut dirinya yang menjadi sarana baginya untuk meningkatkan keterampilan bahasa dan pemahaman tentang bahasa-bahasa baru.



Pathur Ropik

Lahir pada tanggal 10 November 2002 di Sukabumi, Jawa Barat. Penulis memulai jenjang Pendidikannya di SDN 1 Ciparay pada tahun 2010 dan tamat tahun 2016. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan Pendidikan ke SMPN 2 Cibitung dan tamat pada tahun 2019. Kemudian penulis melanjutkan Pendidikan di SMAN 1 Jampang Kulon dan tamat pada tahun 2022. Pada tahun 2022, penulis terdaftar sebagai Mahasiswa di Universitas Nusa Putra Fakultas Bisnis dan Humaniora Jurusan Manajemen. Dengan ketekunan dan semangat yang tinggi untuk belajar dan berusaha. Penulis telah berhasil menyelesaikan E-Book ini. Semoga dengan penulisan E-book ini mampu memberikan kontribusi positif dan dapat membantu memberikan gambaran bagi para pembaca apabila akan melakukan sebuah bisnis.



Dana Budiman

Seorang penulis dan Dosen Prodi Manajemen di Universitas Nusa Putra. Lahir di Bandung pada tanggal 16 Maret 1962. Sebelumnya penulis adalah Birokrat di Pemda Kabupaten Sukabumi dan telah menduduki beberapa jabatan structural eselon II antara lain: Kepala dinas pertanian, Asisten Sekda bidang Perekonomian, Staff ahli Bupati, dan terakhir menjabat kepala dinas Ketahanan Pangan. Karir Pendidikan akademisi penulis dimulai dengan menamatkan program sarjana (S1) di Fakultas Pertanian UNSOED Purwokerto, Pendidikan Pasca Sarjana (S2) di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UNPAD Bandung dan Program Doktorat (S3) di Fakultas Ekonomi kajian MSDM di UNPAS Bandung.

Email: dana.budiman@nusaputra.ac.id

ini disusun sebagai panduan dan sumber inspirasi bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya yang bergerak dalam produksi dan pemasaran aksesoris manik-manik, untuk lebih memahami dan mengimplementasikan strategi kewirausahaan digital. Di era yang terus berkembang pesat ini, digitalisasi telah menjadi aspek penting dalam mengelola dan mengembangkan usaha.

Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Buku ini dirancang untuk memberikan wawasan praktis mengenai berbagai aspek kewirausahaan digital, mulai dari strategi pemasaran di media sosial, pengelolaan toko online, hingga pemanfaatan platform *e-commerce* dan alat digital lainnya. Harapan penulis, *E-book* ini tidak hanya menjadi referensi, tetapi juga motivasi bagi pelaku UMKM aksesoris manik-manik untuk terus berinovasi, beradaptasi dengan teknologi, dan mengembangkan usahanya ke arah yang lebih maju. Penulis juga berharap bahwa karya ini dapat berkontribusi dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia.



IKAPI

CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedigroup
Telp/WA : +62 896-5427-3996



62-415-3666-916