

# Tantangan Technopreneur Bagi UMKM Di Kota Bogor Sebagai Strategi Bertahan Di Era Pandemi Covid-19

*Technopreneurship,  
Small Business and  
Pandemic*

Ani Mekaniwati, Yulia Nurendah, Dwi Maulina, Nadia Sabila Hanifah

*Program Studi Bio Kewirausahaan, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan  
Program Studi Manajemen Pemasaran, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan  
Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan  
E – Mail : a.meka@ibik.ac.id*

**597**

Submitted:  
SEPTEMBER 2021

Accepted:  
DESEMBER 2021

## **ABSTRACT**

*The creation of entrepreneurs (entrepreneurs) is an alternative solution to various problems in society such as poverty and social inequality, increasing unemployment of productive age and depletion of energy supply reserves, all of which require creative and innovative actions. Technopreneur, one part of the development of entrepreneurship (entrepreneur) provides an overview of entrepreneurship by using technology-based innovation. With the technopreneurship development model, it can provide benefits or impacts, both economically, socially and environmentally. Technopreneurs can be interpreted as job creators who will actively encourage Indonesia to have a strong and competitive economic foundation. Inclusive economic growth and sustainable development need to continue to receive attention and support from various groups, namely the support of the government, the private sector, the community and of course support from academics in achieving the Sustainable Development Goals (SDGs). The economic impact is increasing efficiency and productivity, increasing income, creating new jobs and moving other economic sectors.*

**Keywords:** *Entrepreneur, Technopreneur, MSME*

## **ABSTRAK**

Penciptaan wirausaha (entrepreneur) menjadi alternatif solusi atas berbagai masalah di masyarakat seperti kemiskinan dan kesenjangan sosial, meningkatnya pengangguran usia produktif dan menipisnya cadangan pasokan energi, yang kesemuanya menuntut adanya tindakan kreatif dan inovatif. Technopreneur salah satu bagian dari perkembangan berwirausaha (entrepreneur) memberikan gambaran berwirausaha dengan menggunakan inovasi basis teknologi. Dengan Model pengembangan technopreneurship dapat memberikan manfaat atau dampak, baik secara ekonomi, sosial maupun lingkungan. Technopreneur bisa diartikan sebagai pencipta kerja (job creator) yang akan aktif mendorong Indonesia memiliki fondasi ekonomi yang kuat dan memiliki daya saing. Pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan pembangunan berkelanjutan perlu terus mendapat perhatian dan dukungan dari berbagai kalangan yakni dukungan pihak pemerintah, pihak swasta, masyarakat serta tak ketinggalan tentunya dukungan dari kalangan para akademisi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan atau Sustainable Development Goals (SDGs). Dampaknya secara ekonomi adalah meningkatkan efisiensi dan produktivitas, meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja baru serta menggerakkan sektor-sektor ekonomi yang lain.

**Kata Kunci:** Entrepreneur, Technopreneur, UMKM

**JIMKES**

Jurnal Ilmiah Manajemen  
Kesatuan  
Vol. 9 No. 3, 2021  
pp. 597-606  
IBI Kesatuan  
ISSN 2337 – 7860  
E-ISSN 2721 – 169X  
DOI: 10.37641/jimkes.v9i3.797

## PENDAHULUAN

Negara Indonesia memiliki potensi ekonomi yang sangat besar yaitu ketersediaan tenaga kerja muda yang banyak dan kekayaan alam yang melimpah. Dilihat dari pertumbuhan ekonominya, negara Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi negara berpendapatan menengah pada tahun 2025 karena memiliki pertumbuhan ekonomi yang cukup stabil dengan rata-rata 5% per tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia harus meningkatkan pertumbuhan ekonominya menjadi 7% per tahun. Pemanfaatan teknologi digital, khususnya bagi para pelaku UMKM dapat memberikan pertumbuhan yang dibutuhkan, yaitu sebesar 2%.

Pertumbuhan ekonomi suatu negara tentunya ditunjang oleh berbagai aktivitas individu-individunya, dalam berbagai aktivitas, khususnya aktivitas yang dilakukan oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Profil UMKM pada tahun 2018 untuk usaha mikro adalah sekitar 63 jutaan (98,68%), usaha kecil: 783 ribu (1,22%), usaha menengah: 60 ribu (0,09%), dan usaha besar: 5 ribu (0,01%). (Kemenkop UKM, 2019).

Dampak dari covid-19 pandemi akan memperburuk perekonomian Indonesia, bahkan pertumbuhan ekonomi diperkirakan tumbuh hanya 2,5 persen atau bahkan mencapai 0 persen (Fatoni et al., 2019) Pandemi covid-19 tidak hanya memberikan efek domino pada aspek Kesehatan, tetapi juga aspek ekonomi, sosial, dan keuangan. Aspek ekonomi memberikan tekanan dari sisi permintaan maupun penawaran. Berdasarkan IMF pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2020 sebesar 0,5%, berbeda dengan analisis yang dilakukan oleh Bank Dunia dan ADB yang masing-masing memperkirakan pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 2,5% dan 5,2%. Selain itu, berdasarkan proyeksi Bappenas bahwa perekonomian Indonesia masih dapat tumbuh pada kisaran 0,4-2,3% pada tahun 2020 (Manggala, 2020)

Sementara dari aspek sosial memicu pada terhentinya aktivitas masyarakat yang menyerap tenaga kerja di berbagai sektor, tak terkecuali sektor-sektor informal. Sektor yang terdampak positif adanya pandemi covid-19, seperti sector Kimia-farmasi, Alat Kesehatan, Tekstil, dan Makanan-minuman harus didorong dan dijadikan peluang usaha baru bagi UMKM dan entrepreneurs. Berdasarkan komposisi tersebut, diperlukan usaha untuk scaling-up agar bentuk piramidanya menjadi terbalik. Strategi utama untuk mendorong scaling-up UMKM di era new normal, agar dapat bertahan dan berkelanjutan adalah melalui transformasi ekonomi dan merubah klasifikasi entrepreneurship menjadi Technopreneur.

Perkembangan dunia teknologi yang begitu pesat di seluruh penjuru menjadi peluang yang sangat patut diperhitungkan dan dicoba. Perusahaan baik industry kecil maupun menengah dipaksa untuk dapat merubah haluannya mengembangkan inovasi teknologi untuk menjadi lebih modern, canggih dan dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar saat ini yang mengedepankan efisiensi dan efektivitas yang bisa didapatkan. (Sugiarto Hartono, S.Kom., 2017). Hambatan teknologi mempengaruhi perubahan besar pada produk dan kualitas produk (Ritzén & Sandström, 2017). Penelitian yang telah dilakukan oleh (Jones et al., 2017), mengatakan bahwa terdapat beberapa tantangan yang mungkin dihadapi industri dalam memberikan kontribusi seperti itu dan menawarkan beberapa refleksi tentang peran TIK dalam mempromosikan transisi ke masa depan yang lebih berkelanjutan bagi manusia.

Menurut Strategi Inovasi Nasional Finlandia, kebutuhan akan inovasi dibawa oleh 'globalisasi, berkelanjutan pengembangan, teknologi baru, dan perubahan demografis dalam populasi' (Lehto, Kairisto-Mertanene, & Penttilä, 2011).

Wirausaha berbasis teknologi digital seperti UMKM online menjadi semakin menarik karena adanya perubahan pola konsumsi masyarakat akibat pandemi covid - 19. Perubahan pola konsumsi barang dan jasa dari offline ke online, peningkatan pemanfaatan teknologi digital dan kenaikan trafik sekitar 15-20%, serta adanya peningkatan pemanfaatan e-learning,

ecommerce, literasi digital, peningkatan permintaan delivery, peningkatan kebutuhan alat kesehatan/kebersihan.

Di Indonesia pengembangan technopreneurship memerlukan sinergi dan kolaborasi antara ketiga pilar yakni: Akademisi, Pebisnis, dan Pemerintah, yang dikenal dengan sebutan The Triple Helix Technopreneurship Model. Revolusi digital menambahkan lapisan baru ke budaya material inklusi keuangan, menawarkan cara baru negara untuk memperluas inklusi yang 'terbaca', dan keuangan global bentuk baru 'profiling' rumah tangga miskin menjadi generator aset keuangan (Gabor & Brooks, 2017). Solusi tersebut di atas dapat diimplementasikan dengan logistik yang dalam era globalisasi memegang peranan yang sangat penting. Ini berlaku tidak hanya untuk berfungsinya masing-masing perusahaan, tetapi juga untuk ekonomi nasional dan bahkan ekonomi dunia (Witkowski, 2017)

Oleh karena itu, wirausaha memegang peranan yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yaitu dapat menjadi alternatif solusi atas berbagai masalah di masyarakat seperti mengatasi kemiskinan dan kesenjangan sosial, meningkatnya pengangguran usia produktif dan menipisnya cadangan pasokan energi, yang kesemuanya menuntut adanya tindakan kreatif dan inovatif. Oleh karena itu, keberadaannya perlu mendapat dukungan dari Pemerintah agar kualitas maupun kuantitasnya dapat terus bertambah. Penciptaan wirausaha (entrepreneur) kewirausahaan bukan hanya sebatas kecerdasan akademik dan keterampilan menghasilkan produk tetapi juga jiwa dinamis dalam menangkap tantangan dan resiko kemudian merubahnya menjadi peluang dan potensi pertumbuhan (Soegoto, 2009).

Technopreneur berasal dari penggabungan teknologi dan wirausaha, Technopreneur memahami bisnis mengembangkan bisnis dengan kemampuan mengandalkan iptek yang dikembangkan oleh bisnis Technopreneur yang dikenal dengan bisnis teknologi. Teknologi bisnis dikembangkan dengan terjadinya sinergi antara Technopreneur sebagai dan bisnis, Universitas dan Riset sebagai pusat inovasi teknologi baru, dan pemodal Ventura akan mendanai bisnis. Dengan memahami technopreneur dapat membangun manusia yang unggul, dan responsif terhadap perubahan teknologi hal ini merupakan salah satu kunci yang penting agar bangsa ini dapat berdaya saing dan mandiri di era globalisasi. Dalam penelitian yang disampaikan oleh Michael Porter menyatakan bahwa pendidikan formal berperan strategis dalam pembangunan nasional. Technopreneur juga merupakan salah satu bagian dari perkembangan inovasi berbasis teknologi bagi wirausaha (entrepreneur) sebagai contoh adalah munculnya bisnis aplikasi online, bisnis security system, dsb. Di Indonesia technopreneurship dan perkembangannya dalam ekonomi digital terutama yang melibatkan globalisasi aktivitas ekonomi dan komersial memerlukan sinergi dan kolaborasi antara ketiga pilar yakni: Akademisi, Pebisnis, dan Pemerintah (Alias et al., (2020); Coyanda, (2019).

Menurut Lupita, et al., (2015) di negara-negara yang sudah maju, technopreneur sudah cukup berkembang dan bahkan dapat menjadi motor penggerak perekonomian negara, contoh negara maju yang berhasil dalam bidang technopreneur adalah Amerika, China, dan United Kingdom. Jika melihat perkembangan technopreneur dari negara-negara tersebut produk-produk yang dihasilkan telah menguasai pasar dunia, selain itu produk yang dihasilkan mampu memberikan solusi yang menarik dan inovatif bagi masyarakat atau konsumen

Peranan Akademisi diharapkan dapat mengembangkan invensi atau inovasi baru dan mendiseminasikan pendidikan entrepreneurship berbasis teknologi secara luas. Dalam beberapa kajian technopreneurship selain bermanfaat dalam pengembangan industry-industri besar dan canggih, selain itu juga dapat diarahkan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi lemah untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Dengan demikian Technopreneurship diharapkan dapat mendukung pembangunan berkelanjutan (sustainable development). Technopreneur dapat memberikan manfaat atau dampak, baik secara ekonomi, sosial maupun lingkungan. Dampaknya secara ekonomi

adalah meningkatkan efisiensi dan produktivitas, meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja baru serta menggerakkan sektor-sektor ekonomi yang lain.

Berdasarkan data dari Kemenkop UKM, (2019).profil UMKM di Indonesia pada tahun 2018 untuk usaha mikro adalah sekitar 63 jutaan (98,68%), usaha kecil: 783 ribu (1,22%), usaha menengah: 60 ribu (0,09%), dan usaha besar: 5 ribu (0,01%). Berdasarkan komposisi tersebut, diperlukan usaha untuk scaling-up agar bentuk piramidanya menjadi terbalik. Strategi utama untuk mendorong scaling-up UMKM di era new normal, agar dapat bertahan dan berkelanjutan adalah melalui transformasi ekonomi dan merubah klasifikasi entrepreneurship menjadi Technopreneur.

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut : (1) Untuk mengetahui bagaimana efisiensi dari technopreneur dalam meningkatkan pendapatan. (2) Untuk mengetahui bagaimana produktivitas dari technopreneur dalam meningkatkan pendapatan. (3) Untuk mengetahui bagaimana efisiensi dari technopreneur dalam menciptakan lapangan kerja baru. (4) Untuk mengetahui bagaimana produktivitas dari technopreneur dalam menciptakan lapangan kerja baru. (5) Untuk mengetahui bagaimana efisiensi dari technopreneur dalam menggerakkan sektor-sektor ekonomi yang lain. (6) Untuk mengetahui bagaimana produktivitas dari technopreneur dalam menggerakkan sektor-sektor ekonomi yang lain. (7) Untuk mengetahui bagaimana merekomendasikan strategi yang paling sesuai untuk pengembangan technopreneur untuk mampu bertahan

#### **METODE PENELITIAN**

**Obyek Penelitian.** Pelaku usaha Mikro,kecil dan Menengah ( UMKM) harus tetap survive atau bertahan, berprestasi dan beradaptasi di masa pandemi Covid -19 ini. Agar usaha yang dijalankan dapat terus tumbuh dan bertahan .Dalam penelitian ini obyek penelitiannya dilakukan kepada pelaku UMKM Kota Bogor sebanyak 86 UMKM. Pertama responden diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin; usia; bidang usaha ; lama usaha dan omset usaha sebelum pandemic dan sesudah pandemic. Kemudian responden dipetakan berdasarkan *entrpreneur skill; technology skill; digital marketing dan sustainable bisnis*.

**Metode Penelitian.** Dalam suatu penulisan diperlukan data dan informasi yang lengkap dan tepat yang dapat berfungsi untuk mendukung penelitian. Oleh karena itu dalam penelitian ini , penulis mengumpulkan data-data informasi yang dapat mendukung dan relevan dengan judul penulis. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan metode survei dengan penentuan pelaku UMKM dan masyarakat secara *Simple Random Sampling*. Metode pengambilan data melalui penyebaran kuesioner dengan model kuesioner kertas dan google form kepada calon responden yang merupakan pelaku UMKM di Kota Bogor yang dipilih secara acak. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menjawab pertanyaan - pertanyaan yang berkaitan dengan subyek yang diteliti. Dengan metode ini diharapkan dapat memperoleh hasil dan sarana penelitian yang diperlukan dalam penulisan ini.

Hipotesa disusun berdasarkan banyaknya hubungan antara indikator di variable bebas, mediator dan variable terikat. Pengujian hubungan variable bebas dengan sumbu variable terikat, baik secara langsung maupun dengan menggunakan mediator akan menggunakan analisa dengan alat analisa Smart PLS 2.0.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Quesioner**

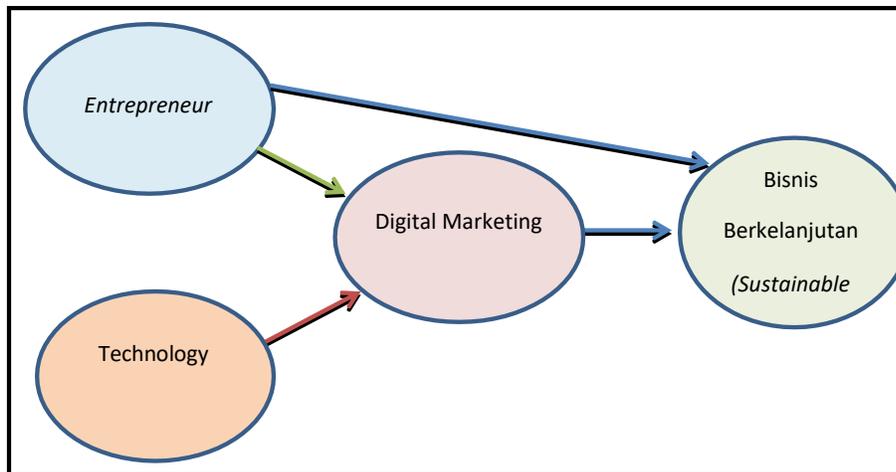
Pada penelitian ini pengumpulan data akan dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan google form yang dikirim ke para UMKM kota Bogor

##### **2. Studi kepustakaan dan penjelajahan internet**

Peneliti melakukan studi kepustakaan dengan cara menganalisis berbagai literature yang ada. Selain itu peneliti juga menggunakan dokumen-dokumen referensi pendukung seperti artikel ,majalah ,dan sebagainya. Peneliti juga melakukan

penjelajahan internet untuk melakukan pencarian data dan informasi yang terkait dengan peneliti.

**Pengolahan Data.** Pengolahan data dilakukan secara *autoregressive* dan *mixed planning*, yaitu memadukan antara informasi yang didapatkan dari instansi terkait, hasil pengamatan di lapangan, dan konsep evaluasi teknologi, sehingga diharapkan dapat memberikan hasil pengembangan dan penelusuran berbagai informasi secara aplikatif. Agar kegiatan ini lebih terarah akan dipetakan ruang lingkup kajian, instrumen yang digunakan serta output yang dihasilkan dalam bentuk operasionalisasi kajian.



**Gambar 2. Rencana Kerangka Kerja untuk Entrepreneur Skill, Technology Skill dengan Digital Marketing untuk Bisnis Berkelanjutan**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang dijadikan subjek penelitian ini berjumlah 86 responden UMKM yang bergerak di bidang kuliner, produk kerajinan, fashion dan craf. Pertama responden diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin; usia; bidang usaha ; lama usaha dan omset usaha sebelum pandemic dan sesudah pandemic. Kemudian responden dipetakan berdasarkan *entrepreneur skill*; *technology skill*; *digital marketing* dan *sustainable bisnis*.

### Pemeriksaan Convergent Validity

Nilai *standardized loading* merupakan nilai yang melambangkan hubungan antara variabel indikator dengan variabel latennya. Nilai ini pada umumnya berkisar antara -1 sampai dengan 1, dengan nilai negatif menandakan hubungan negatif dan nilai yang positif menandakan hubungan yang positif. Nilai yang mendekati angka absolut 1 menandakan bahwa kekuatan hubungannya semakin tinggi.

Secara literatur nilai *standardized loading* yang lebih besar dari 0.7 (atau 0.5, jika dibutuhkan penyesuaian) dapat dianggap sudah baik, sedangkan nilai yang berada di bawah ambang batas tersebut dapat dikatakan kurang baik dan variabel indikator yang terkait dapat disisihkan dari model karena pengaruh variabel indikator tersebut kecil terhadap variabel laten.

Apabila variabel indikator dengan nilai *standardized loading* kecil tetap dipertahankan di dalam model maka hal ini akan berdampak kepada hasil pengujian reliabilitas dan validitas model, yaitu nilai Composite Reliability dan Average Variance Extracted akan semakin kecil, sehingga hasil pengujian akan mengarah ke kesimpulan yang kurang baik.

Selain besaran nilai *standardized loading*, hal yang perlu menjadi perhatian adalah nilai uji t, karena nilai ini akan menentukan jika variabel indikator terkait signifikan secara

statistika atau tidak. Arti signifikan dalam hal ini adalah variabel indikator tersebut memiliki hubungan yang sistematis dengan variabel latennya. Variabel indikator dengan nilai standardized loading yang tinggi terkadang belum tentu signifikan, sehingga nilai uji t ini selalu diperiksa terlebih dahulu sebelum melihat nilai standardized loading variabel indikator.

SFL merupakan Standardized Factor Loading (kriteria baik:  $FL \geq 0.70$  serta  $t\text{-hitung} \geq 1.64$ )

**Tabel 1. Convergent Validity bagi indicator dimensi Entrepreneur Skill**

Indikator	SFL	T-hitung	Kesimpulan
ES01	0.79	14.49	Valid
ES02	0.73	22.84	Valid
ES03	0.68	10.16	Valid
ES04	0.78	15.82	Valid
ES05	0.67	10.91	Valid
ES06	0.66	7.89	Valid
ES07	0.76	15.59	Valid
ES08	0.67	10.27	Valid
ES09	0.84	20.39	Valid
ES10	0.72	10.06	Valid

**Tabel 2. Convergent Validity bagi indicator dimensi Technology Skill**

Indikator	SFL	T-hitung	Kesimpulan
TS01	0.79	13.54	Valid
TS02	0.83	18.29	Valid
TS03	-	-	-
TS04	-	-	-
TS05	0.75	9.54	Valid

**Tabel 3. Convergent Validity bagi indicator dimensi Digital Marketing**

Indikator	SFL	T-hitung	Kesimpulan
DM01	0.77	13.05	Valid
DM02	0.70	8.23	Valid
DM03	0.73	10.81	Valid
DM04	0.79	18.68	Valid
DM05	0.82	11.89	Valid
DM06	0.81	19.23	Valid
DM07	0.71	8.60	Valid

**Tabel 4. Convergent Validity bagi indicator dimensi Sustainable Business**

Indikator	SFL	T-hitung	Kesimpulan
SB01	0.89	27.79	Valid
SB02	-	-	-
SB03	-	-	-
SB04	-	-	-
SB05	-	-	-
SB06	-	-	-
SB07	0.83	11.39	Valid

Indikator yang tidak memiliki nilai SFL merupakan indikator yang disisihkan dari analisis karena nilai SFL nya bernilai kecil ( $< 0.50$ ).

#### **Pemeriksaan Construct Validity**

Pengujian validitas dilakukan untuk menguji jika variabel indikator telah mampu mengukur variabel laten yang memang ingin diukur dengan baik. Nilai yang digunakan

dalam pengujian ini adalah nilai Average Variance Extracted (AVE). Nilai AVE berkisar antara 0 sampai 1, dengan nilai yang mendekati angka 1 menunjukkan tingkat validitas yang semakin tinggi. Berdasarkan literatur nilai AVE yang baik adalah apabila lebih besar dari 0.5 (> 0.5).

Jika tingkat validitas rendah, hal ini menandakan bahwa tidak semua variabel indikator bagi suatu variabel laten secara bersama-sama mengukur satu nilai variabel laten yang sama, sehingga perlu dilakukan pengecekan lebih lanjut untuk mencari variabel indikator yang berbeda tersebut (misalnya dengan analisis faktor).

AVE merupakan Average Variance Extracted (kriteria baik:  $AVE \geq 0.50$ )

**Tabel 5. Pemeriksaan Construct Validity**

Dimensi	AVE	Kesimpulan
Entrepreneur Skill	0.53	Valid
Technology Skill	0.63	Valid
Digital Marketing	0.58	Valid
Sustainable Business	0.74	Valid

### Pemeriksaan Construct Reliability

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menguji tingkat reliabilitas variabel indikator. Tingkat reliabilitas merupakan suatu ukuran kekonsistenan pertanyaan kuesioner / indikator dalam mengukur nilai variabel laten. Kekonsisten yang dimaksud di sini adalah apabila pertanyaan kuesioner ditanyakan kepada responden yang sama secara berulang-ulang kali akan menghasilkan jawaban yang sama.

Nilai yang digunakan dalam pengujian reliabilitas adalah nilai Composite Reliability (CR). Nilai CR berkisar antara 0 sampai 1, dengan nilai yang mendekati angka 1 menandakan bahwa tingkat reliabilitasnya semakin baik. Berdasarkan literatur nilai CR yang baik adalah jika nilainya lebih besar dari 0.7 (> 0.7).

CR merupakan Composite Reliability (kriteria baik:  $CR \geq 0.70$ )

**Tabel 6. Pemeriksaan Construct Reability**

Dimensi	CR	Kesimpulan
Entrepreneur Skill	0.92	Reliabel
Technology Skill	0.83	Reliabel
Digital Marketing	0.91	Reliabel
Sustainable Business	0.85	Reliabel

### Hipotesis Penelitian

- H1 : Entrepreneur Skill (ES) memiliki hubungan positif dengan Digital Marketing (DM)
- H2 : Technology Skill (TS) memiliki hubungan positif dengan Digital Marketing (DM)
- H3 : Entrepreneur Skill (ES) memiliki hubungan positif dengan Sustainable Business (SB)
- H4 : Digital Marketing (DM) memiliki hubungan positif dengan Sustainable Business (SB)

**Tabel 7. Hipotesis Penelitian**

No.	Hubungan	Koefisien Jalur	T-hitung	Kesimpulan
1.	ES □ DM	0.25	2.11	Ada hubungan
2.	TS □ DM	0.58	4.91	Ada hubungan
3.	ES □ SB	0.41	2.71	Ada hubungan
4.	DM □ SB	0.32	2.18	Ada hubungan

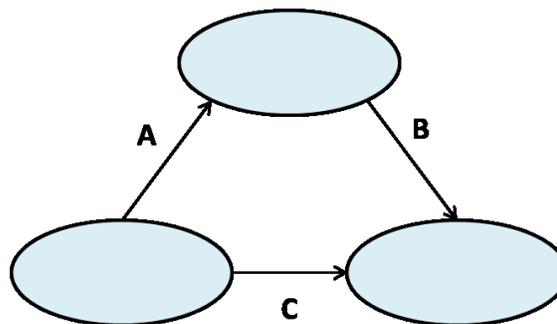
- Hipotesis H1 sampai H4 diterima jika t-hitung  $\geq 1.64$  dan koefisien positif

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dapat dilihat seluruh hubungan dimensi bersifat signifikan dengan arah yang positif.

**Pengujian Efek Mediasi**

Agar variabel mediasi dapat disimpulkan memiliki pengaruh mediasi, maka berikut dua syarat yang harus dipenuhi :

- Hubungan antar dua variabel yang dimediasi harus bersifat signifikan ketika variabel mediasi tidak terdapat didalam model.
- Path Coefficient A dan B pada Gambar 1 harus bersifat signifikan pada model SEM penuh.



**Gambar 4. Hubungan Mediasi**

**Digital Marketing sebagai 8 ariable mediasi bagi hubungan Entrepreneur Skill dan Sustainable Business**

- Hubungan langsung antara Entrepreneur Skill dengan Sustainable Business pada model SEM tanpa adanya Digital Marketing memiliki nilai t-hitung sebesar 8.14, yaitu lebih besar dari 1.96, sehingga dapat disimpulkan hubungan tersebut bersifat signifikan. Syarat pertama telah terpenuhi.
- Berdasarkan hasil pada tabel berikut dapat dilihat bahwa seluruh nilai path coefficient telah signifikan, sehingga syarat kedua telah terpenuhi.

**Tabel 8**

Hubungan	Path Coefficient	t-hitung	Kesimpulan
ES □ DM	0.25	2.11	Signifikan
DM □ SB	0.32	2.18	Signifikan

- Hubungan langsung (*direct effect*) ES □ SB pada model penuh memiliki nilai koefisien sebesar 0.41, sedangkan untuk hubungan tidak langsung (*indirect effect*) dengan melalui DM nilai koefisiennya adalah sebesar 0.08 (0.25 x 0.32). Adapun hubungan totalnya adalah sebesar 0.49 (0.41 + 0.08). Besaran efek mediasi dapat diukur melalui nilai Variance Accounted For (VAF). Nilai VAF untuk hubungan mediasi ini adalah sebesar 16% (0.08/0.49). Karena nilai VAF masih di bawah 20% maka dapat dikatakan tidak terdapat efek mediasi dari variabel Digital Marketing terhadap hubungan variabel Entrepreneur Skill dan Sustainable Business.

**PENUTUP**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan , maka dapat dibuat bebrapa kesimpulan yaitu:

- Seluruh pertanyaan untuk dimensi *Entrepreneur Skill*, *Technology Skill*, *Digital Marketing*, dan *Sustainable Business* sudah dapat disimpulkan mampu menggambarkan dimensi-dimensi tersebut dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Factor Loading*, *Average Variance Extracted (AVE)*, dan *Composite Reliability* yang telah memenuhi syarat.
- Dimensi *Entrepreneur Skill* memiliki hubungan yang positif dengan dimensi *Sustainable Business*. Hal ini menandakan bahwa semakin baik aspek *Entrepreneur Skill* dari UMKM, maka akan meningkatkan aspek *Sustainable Business* dari suatu UMKM tersebut.

- Dimensi *Entrepreneur Skill* memiliki hubungan yang positif dengan dimensi *Digital Marketing*. Hal ini menandakan bahwa semakin baik aspek *Entrepreneur Skill* dari suatu UMKM, maka akan meningkatkan aspek *Digital Marketing* dari UMKM tersebut.
- Dimensi *Technology Skill* memiliki hubungan yang positif dengan dimensi *Digital Marketing*. Hal ini menandakan bahwa semakin baik aspek *Technology Skill* dari suatu UMKM, maka akan meningkatkan aspek *Digital Marketing* dari UMKM tersebut.
- Dimensi *Digital Marketing Skill* memiliki hubungan yang positif dengan dimensi *Sustainable Business*. Hal ini menandakan bahwa semakin baik aspek *Digital Marketing* dari suatu UMKM, maka akan meningkatkan aspek *Sustainable Business* dari UMKM tersebut.
- Pengaruh dimensi *Entrepreneur Skill* terhadap dimensi *Sustainable Business* bersifat tidak signifikan jika harus melalui dimensi *Digital Marketing* terlebih dahulu. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian mediasi yang tidak memenuhi kriteria.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] ALIAS, Mohd Nasir et al. , (2020), Technopreneurship and Digital Era in Global Regulation. Prosiding Seminar, [S.l.], p. 1-9, July 2020. ISSN 2715-713X. Available at: <https://proceeding.pascauniksa.ac.id/index.php/prosidingseminar/article/view/20>. Date accessed: 28 jan. 2021. doi: <https://doi.org/10.32503/prosidingseminar.v2i1.20>.
- [2] BAUMOL, W. J. (2018). Entrepreneurship in Economic Theory: In The Microtheory of Innovative Entrepreneurship. <https://doi.org/10.2307/j.ctt21668j9.7>
- [3] Coyanda, J. R. (2019). Model Pembelajaran Techopreneur Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa dalam Memulai Usaha di Universitas. *Jurnal Ilmiah Informatika Global*. <https://doi.org/10.36982/jig.v10i2.859>
- [4] Cristina, M. D. (2016). Promoting Technological Entrepreneurship through Sustainable Engineering Education. *Procedia Technology*. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2016.01.159>
- [5] C.D.T. Siregar, Technopreneurship among the youth as supporting factors for economic sustainability of ASEAN towards the fourth industrial revolution, 2019 <https://asc.fisipol.ugm.ac.id/2019/10/09/technopreneurship-among-the-youth-as-supporting-factors-for-economic-sustainability-of-asean-towards-the-fourth-industrial-revolution/> (accessed 13 July 2020)
- [6] Fatoni, S. N., Susilawati, C., Yulianti, L., & Iskandar. (2019). Dampak Covid -19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet Di Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- [7] Gabor, D., & Brooks, S. (2017). The digital revolution in financial inclusion: international development in the fintech era. *New Political Economy*. <https://doi.org/10.1080/13563467.2017.1259298>
- [8] Gartner, W. B. (2016). "Who is an entrepreneur?" Is the wrong question. In *Entrepreneurship as Organizing: Selected Papers of William B. Gartner*. <https://doi.org/10.1177/104225878901300406>
- [9] Hisrich, Robert D., Peters, Michael P., & Shepherd, Dean A. (2008). *Entrepreneurship: Kewirausahaan* (7th ed.) Salemba Empat, Jakarta
- [10] Hamid. (2011), Pengembangan "Technopreneurship" Di Perguruan Tinggi Dan Implikasi Kebijakannya. *Jurnal Sains dan Teknologi*. 13(1), 43-48.
- [11] Hisrich, Robert D., Peters, Michael P., & Shepherd, Dean A. (2008). *Entrepreneurship: Kewirausahaan* (7th ed.) Salemba Empat, Jakarta.
- [12] Ikhtiagung, G. N., & Soedihono, S. (2018). Pengaruh Dukungan Akademik Dan Faktor Sikap Terhadap Keinginan Berwirausaha Bidang Teknologi (Technopreneur) Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.

- <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1618>
- [13] Jones, P., Wynn, M., Hillier, D., & Comfort, D. (2017). The Sustainable Development Goals and Information and Communication Technologies. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*. <https://doi.org/10.28992/ijSAM.v1i1.22>
- [14] Lupita, A., Shinta, I., Hamid, A., Ghabid, A., Kusuma, C., & Yuniaristanto. (2015). *Tren Riset Technopreneur Di Dunia, United States, China, United Kingdom Dan Indonesia*. Industrial Engineering Conference 3 (IDEC), hal. 1-8. Surakarta: Fakultas Teknik Industri Universitas Negeri Surakarta. Diambil kembali dari <http://idec.industri.ft.uns.ac.id> diakses 2 Oktober 2017
- [15] A.lehto,L.Kairisto-Mertanen,T Penttila,2011,Toward Innovation pedagogy: A new approach to teaching and learning for universities of applied sciences.
- [16] Mahto, R. V., & McDowell, W. C. (2018). Entrepreneurial motivation: a non-entrepreneur's journey to become an entrepreneur. *International Entrepreneurship and Management Journal*. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0513-8>
- [17] Manggala, G. D. (2020). Analisis Perkembangan dan Proyeksi Perekonomian Indonesia Dari Tahun 2014 - 2020 Setelah Adanya Pandemi Corona. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- [18] Moeuf, A., Pellerin, R., Lamouri, S., Tamayo-Giraldo, S., & Barbaray, R. (2018). The industrial management of SMEs in the era of Industry 4.0. *International Journal of Production Research*, 56(3), 1118–1136. <https://doi.org/10.1080/00207543.2017.1372647>
- [19] Mirjana, P. B., Ana, A., & Marjana, M. S. (2018). Examining determinants of entrepreneurial intentions in Slovenia: applying the theory of planned behaviour and an innovative cognitive style. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja* . <https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1478321>
- [20] Mopangga, H. (2015). Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi ( Technopreneurship ) di Provinsi Gorontalo. *Trikonomika*, 14(1), 13-24. doi:2355- 7737
- [21] Ritzén, S., & Sandström, G. Ö. (2017). Barriers to the Circular Economy - Integration of Perspectives and Domains. *Procedia CIRP*. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2017.03.005>
- [22] Sugiarto Hartono, S.Kom., M. (2017). *Technopreneur*. BINUS UNIVERSITY.
- [23] S. Saumya et all , (2020),*Technopreneurship – A Potential Vehicle for Regional Development Study Based on Technopark, Kazhakkuttom in Kerala*, IJARST ISSN (Online) 2581-9429 ISSN (Print) 2581-942X *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology (IJARST)* Volume 10, Issue 2, October 2020 Copyright to IJARST DOI: 535.102020/IJARST 92 [www.ijarst.co.in](http://www.ijarst.co.in)
- [24] Østergaard, A., & Marinova, S. T. (2018). Human capital in the entrepreneurship ecosystem. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2018.095907>
- [25] Venkataraman, S. (2019). The distinctive domain of entrepreneurship research. In *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. <https://doi.org/10.1108/S1074-754020190000021009>
- [26] Witkowski, K. (2017). Internet of Things, Big Data, Industry 4.0 - Innovative Solutions in Logistics and Supply Chains Management. *Procedia Engineering*. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.197>
- [27] Wei-LoonKoe, 2020 Data on technopreneurial intention among male and female university students:A comparison <https://doi.org/10.1016/j.dib.2020.106423.2020> Universiti Teknologi MARA, Cawangan Melaka, Malaysia