



**LAPORAN AKHIR  
RISET KEILMUAN**

**SKEMA : HIBAH RISET KEWIRAUSAHAAN**



**ANALISIS EKOSISTEM DIGITAL  
ENTREPRENEURSHIP: STUDI KASUS START-UP DI  
KOTA PALEMBANG**

**TIM PERISET**

1. Dr. AZWARDI, S.E., M.Si (Universitas Sriwijaya, Ketua)
2. SRI ANDAIYANI, S.E., M.S.E (Universitas Sriwijaya, Anggota)
3. ALGHIFARI MAHDI IGAMO. S.E., M.S.E (Universitas Sriwijaya, Anggota)

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
TAHUN 2022**

**Program Riset Keilmuan  
Direktorat Sumber Daya  
Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi,  
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi**

**Sumber pendanaan:  
Lembaga Pengelola Dana Pendidikan**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jalan Raya Palembang – Prabumulih KM. 32 Indralaya Kabupaten Ogan Ilir 30662

Telepon dan Faksimile (0711) 581077

Laman: [lppm.unsri.ac.id](http://lppm.unsri.ac.id) Surel: [lppm@unsri.ac.id](mailto:lppm@unsri.ac.id)

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN AKHIR  
RISET KEILMUAN

1. Judul Riset : Analisis Ekosistem Digital Entrepreneurship:  
Studi Kasus Start-Up di Kota Palembang  
Skema : Riset Kewirausahaan
2. Ketua Periset  
a. Nama Lengkap : Dr. Azwardi, M.Si  
b. NIDN/NIDK : 0018056804  
c. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala  
d. Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
e. Nomor Ponsel : 082284461232  
f. Alamat Surel Periset : [azwardi\\_unsri@yahoo.com](mailto:azwardi_unsri@yahoo.com)/[azwardi@fe.unsri.ac.id](mailto:azwardi@fe.unsri.ac.id)
3. Mitra Riset : Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Selatan  
Alamat Mitra Riset : Jl. Merdeka Kota Palembang Sumatera Selatan

4. Anggota Periset

| No | Nama                               | Posisi di Tim Periset | NIDN/NIDK/NUP/NTK/NIM | Institusi             |
|----|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1. | Sri Andaiyani, S.E., M.S.E         | Anggota               | 0027019302            | Universitas Sriwijaya |
| 2. | Alghifari Mahdi Igamo, S.E., M.S.E | Anggota               | 0023069401            | Universitas Sriwijaya |
| 3. | Rania Octa Isyara                  | Anggota               |                       | Universitas Sriwijaya |
| 4. | Renaldo Gizind Putra               | Anggota               |                       | Universitas Sriwijaya |
| 5. | Zulfa Wulandari                    | Anggota               |                       | Universitas Sriwijaya |
| 6. | Indri Kartika Maharani             | Anggota               |                       | Universitas Sriwijaya |
| 7. | Sri Hadayati                       | Anggota               |                       | Universitas Sriwijaya |

5. Pendanaan Riset

| Dana Riset yang Bersumber dari LPDP | Dana Riset yang Bersumber dari Mitra* | Total Dana Riset |
|-------------------------------------|---------------------------------------|------------------|
| Rp 54.000.000,-                     |                                       | Rp 54.000.000,-  |

\*Jika Ada

(Palembang, 27 Desember 2022)

Mengetahui

Ketua LPPM Universitas Sriwijaya



(Samsuryadi S.Si., M.Kom., Ph.D)

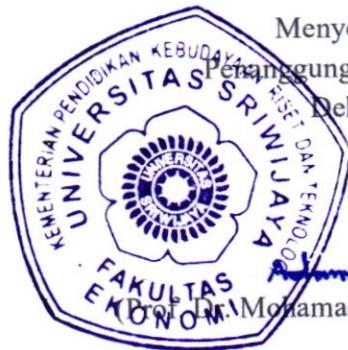
Ketua Tim Riset,

(Dr. Azwardi, S.E., M.Si)

Menyetujui,

Penanggungjawab Riset

Dekan



Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E)

## RINGKASAN

Kewirausahaan digital sebagai paradigma bisnis baru dengan melihat peluang adanya potensi yang muncul serta mengantisipasi hambatan dan tantangan. Salah satu peluang yang diciptakan oleh kemajuan teknologi dalam dunia bisnis adalah kemudahan memulai bisnis berbasis digital, yang saat ini dikenal dengan start-up. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh BEKRAF pada tahun 2018, jumlah start-up di Indonesia mencapai 922 perusahaan yang bergerak di berbagai bidang, namun faktanya ekosistem start-up di Pulau Sumatera belum cukup baik. Jika dibandingkan dengan wilayah lain di Pulau Sumatera, jumlah Start-up yang berada di Sumatera Selatan tergolong sangat rendah. Hal ini menarik untuk dicermati lebih lanjut apakah Kota Palembang mempunyai potensi dan ekosistem yang baik untuk kewirausahaan digital khususnya bisnis start-up. Melalui penelitian ini, kami mengidentifikasi kondisi ekosistem start-up di Kota Palembang dari berbagai aspek, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungannya dan menganalisis potensi start-up di Kota Palembang dari sisi konsumen digital. Sebelumnya, kami telah berhasil mengidentifikasi masalah melalui tahapan metode penelitian pada rancangan studi pustaka yang telah dibuat di awal. Sehingga responden dari jumlah sampel terhitung berhasil terpenuhi dan pengumpulan data penelitian dengan penyebaran kuesioner kepada para start-up dan konsumen digital di Kota Palembang sudah selesai diolah dan dapat dilihat hasilnya, dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah daerah dalam membuat kebijakan ekonomi digital dan pelaku usaha untuk mengetahui *market size* di Kota Palembang. Luaran wajib berupa model/rancangan kegiatan MBKM (model pembelajaran, RPS), publikasi pada Jurnal Internasional, luaran tambahan video dan publikasi media massa telah berhasil kami selesaikan, harapannya supaya bisa menjadi bahan

Kata Kunci : Ekosistem Entrepreneurship, Digital Entrepreneurship, Start-up

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia belakangan ini telah membawa perubahan baru terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Perubahan tersebut juga didukung dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang semakin mempermudah aktivitas manusia di tengah pembatasan yang terjadi selama pandemi covid-19 [+1]. Dengan demikian, peran teknologi informasi menjadi penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat selama pandemi covid-19 [+2].

Perkembangan teknologi informasi tersebut juga melahirkan model kewirausahaan baru yang biasa dikenal dengan istilah digital entrepreneur atau biasa disingkat menjadi digitalpreneurs [1]. Keunggulan dari kewirausahaan digital adalah dapat menciptakan peluang wirausaha dengan biaya yang jauh lebih terjangkau dan pasar yang lebih luas [2].

Salah satu peluang yang diciptakan oleh kemajuan teknologi digital dalam dunia bisnis adalah kemudahan memulai *digital entrepreneurship* yang dikenal sebagai *start up* [3]. Start-up diharuskan untuk mempunyai target pertumbuhan konsumen yang sangat masif dengan memanfaatkan digitalisasi di era sekarang agar siap memasuki pasar bebas dengan memperluas pangsa pasar, menjangkau seluruh konsumen, serta melakukan ekspansi pasar [4]. Kewirausahaan digital dapat menciptakan peluang wirausaha dengan biaya yang jauh lebih terjangkau dan pasar yang lebih luas [2].

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Ekonomi Kreatif [5], jumlah Start-up di Indonesia mencapai 922 perusahaan yang bergerak di berbagai bidang. Menurut Kozubivoka et al [6]. jumlah start-up yang terus berkembang didukung oleh lingkungan bisnis yang baik. Namun faktanya, ekosistem Start-up di Pulau Sumatera menunjukkan 76,36% belum cukup baik [5]. Hal ini yang dapat menghambat perkembangan Start-up di Pulau Sumatera khususnya Sumatera Selatan yang memiliki potensi dalam hal peluang pasar yang dapat dilihat melalui jumlah pengguna Internetnya.

**Gambar 1. Diagram Start-up Berdasarkan Jenis Usaha di Kota Palembang**



Sumber: Palembangdigital.org (2021)

Proporsi pengguna internet di Sumatera Selatan didominasi oleh Kota Palembang. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Palembang Digital [7], saat ini jumlah Start-up yang ada di Kota Palembang mencapai 40 Start-up dengan berbagai jenis usaha seperti yang dapat dilihat pada gambar 1. Hal tersebut menunjukkan adanya potensi yang besar untuk perkembangan kewirausahaan digital di Kota Palembang. Hal ini menarik untuk dicermati lebih lanjut apakah Kota Palembang mempunyai ekosistem yang baik untuk kewirausahaan digital khususnya bisnis start-up sehingga diharapkan dapat memperkuat perekonomian masyarakat. Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat disusun perumusan masalah sebagaiberikut:

1. Bagaimana kondisi ekosistem start-up yang dinilai baik dan belum baik di Kota Palembang?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberlangsungan start-up di Kota Palembang?
3. Bagaimana Potensi start-up di Kota Palembang dari sisi konsumen digital?

Proporsi banyaknya pengguna internet di Sumatera Selatan berasal dari Kota Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa Kota Palembang mempunyai potensi dalam perkembangan digital entrepreneurship. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penilaian ekosistem start-up dan menganalisis bagaimana potensi start-up yang ada di Kota Palembang. Melalui penelitian ini diharapkan mampu memberikan solusi kepada seluruh stakeholder dan shareholder terkait dalam meningkatkan pertumbuhan dan pengembangan start-up yang ada di Provinsi Sumatera Selatan khususnya Kota Palembang terlebih dalam rangka memperkuat daya tahan perekonomian daerah

dari guncangan covid-19 melalui pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis.

## **1.2. Tujuan**

Tujuan penelitian ini antara lain :

1. Mengidentifikasi penilaian ekosistem start-up di Palembang dari berbagai aspek.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan *start-up* di Kota Palembang.
3. Menganalisis potensi *start-up* di Kota Palembang dari sisi konsumen digital.
4. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu pemerintah daerah dalam membuat kebijakan ekonomi digital dan pelaku usaha untuk mengetahui *market size* di Kota Palembang.
  - Tujuan jangka Pendek
  - Tujuan jangka menengah
  - Tujuan jangka panjang

## **1.3. Manfaat Kegiatan**

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bisa digunakan untuk pertimbangan terhadap pemerintahan daerah Kota Palembang yang berkaitan pemuda, kewirausahaan, regulasi usaha, dan ekonomi dalam membuat rencana kegiatan kedepannya dan peraturan untuk para start-up lokal dengan harapan bisa menjadi bahan pembuatan rancangan yang baik untuk perkembangan dan perbaikan.
2. Sebagai syarat dalam memperoleh hibah penelitian.
3. Sebagai referensi menambah ilmu pengetahuan dan jadi bahan bagi penelitian yang akan datang mengenai ekosistem dan peluang start-up lokal terutama di Kota Palembang.
4. Bagi Peneliti, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan wawasan peneliti tentang ekosistem dan peluang kewirausahaan digital (*start-up*).
5. Bagi Masyarakat yang menjadi responden, diharapkan dapat memberi informasi tentang keberadaan start-up lokal di Kota Palembang beserta produk dan jasa yang dimiliki dan media promosi secara tidak langsung.
6. Bagi para founder start-up, menjadi sumber nyata dari lapangan sebagai pertimbangan rancangan inovasi dan peningkatan kualitas di masa mendatang pada produk dan jasanya.
7. Manfaat lainnya bagi kondisi perekonomian saat ini pasca pandemi COVID-19 terjadi, harapannya dengan mempelajari ekosistem start-up di Kota Palembang dapat membantu memberikan solusi perbaikan kondisi ekonomi daerah Kota Palembang melalui adanya start-up lokal.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN KEBARUAN RISET

### 2.1. Tinjauan Pustaka

Kewirausahaan telah diidentifikasi sebagai salah satu pendorong utama kesejahteraan dan oleh karena itu dianggap sebagai sarana untuk membantu pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja [8] khususnya di negara berkembang. Lingkungan bisnis internal suatu negara pada level daerah merupakan faktor penting yang mempengaruhi motivasi untuk memulai bisnis baru [9]. Dalam penelitian Kozubivoka et al [6] menyatakan bahwa lingkungan bisnis ditentukan oleh aspek politik, teknologi, ekonomi, sosial dan lainnya.

Digitalpreneurs adalah wirausaha yang menjalankan usahanya dengan memanfaatkan kecanggihan *Information and Communication Technology* (ICT) [10]. Digitalpreneurs merupakan upaya mencapai peluang usaha baru melalui media dan teknologi internet [11]. Seringkali, para Digitalpreneurs hanya fokus pada pelayanan dan peran teknologi sebatas menjadi faktor inputnya saja [12], tanpa melihat secara spesifik teknologi yang digunakan dalam ide bisnisnya. Terdapat *three-step digital entrepreneurship roadmap* yang terdiri; pengembangan ide dan keputusan kewirausahaan, pengembangan usaha pemula (start-up), dan management usaha [13].

Salah satu fenomena *creation new business* yang terjadi sekarang adalah berkembangnya bisnis Start-up. Start-up telah menjadi studi dalam berbagai disiplin dan telah didefinisikan dalam berbagai perspektif [14]. Start-up sebagai sebuah perusahaan muda yang didirikan untuk mengembangkan layanan dan produk yang unik, membawanya ke pasar dan membuat tidak tergantung bagi pelanggan [15]. Definisi lain mengemukakan bahwa start-up merupakan sebuah perusahaan yang dibangun di tengah ketidakpastian dimana inovasi menjadi kunci untuk membuat produk dan pelayanan di mana mereka berharap pada revolusi yang terjadi pada pasar [16].

Ekosistem Kewirausahaan Digital (DEE) didefinisikan sebagai kecocokan antara pelanggan digital (pengguna dan agen) dengan platform digital melalui tata kelola ekosistem digital dan ekosistem bisnis secara kreatif untuk membuat *matchmaker value* dan utilitas sosial dengan mengurangi biaya transaksi. [17]. Empat kuadran *Digital Entrepreneur Ecosystem* (DEE) dalam *conceptual framework: Digital User Citizenship, Digital Marketplace, Digital Infrastructure Governance*, dan *Digital Entrepreneurship*. [5] 9 aspek Ekosistem Digital seperti Talenta, Regulasi dan perundangan, Lembaga Pendidikan, Funding, Market, Mentor, Inkubator dan Akselerator, Komunitas dan Asosiasi Industri, dan Media. Studi ekosistem digital entrepreneurship (DEE) memberikan konseptual framework untuk membantu mengkonseptualisasikan digital entrepreneur berdasarkan komponen struktural utama termasuk

infrastruktur tata kelola, pasar digital, kewarganegaraan digital, dan kewirausahaan digital [18].

Perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis modern sebagian besar memiliki dampak positif yang sangat signifikan terhadap kewirausahaan, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa lingkungan bisnis sangat berkontribusi dalam menciptakan iklim kewirausahaan yang positif [20]. Transformasi digital muncul sebagai konsekuensi dari perkembangan teknologi dan inovasi yang dinamis yang mendorong perubahan perilaku konsumen dan masyarakat secara keseluruhan [21]. Mempelajari perilaku konsumen dan masyarakat menjadi strategi bagi entrepreneur dalam memasarkan produknya.

Sussan and Acs et al. [17] menyatakan kerangka untuk mengisi kesenjangan pemahaman kita tentang kewirausahaan di era digital berdasarkan integrasi ekosistem kewirausahaan (lembaga dan agen) dan ekosistem digital (pengguna, infrastruktur digital) di mana interaksi agen dan pengguna yang menggabungkan wawasan konsumen individu. Selain itu, Sahut et al., [22] menggunakan pendekatan tingkat mikro untuk penelitian tentang kewirausahaan digital (DE) yang berfokus pada tingkat sistemik (ekosistem kewirausahaan digital dan ekonomi platform digital). Preferensi konsumen berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Preferensi konsumen dibagi ke dalam tiga jenis elemen respon yakni respon kognitif, respon afektif, dan respon konatif atau kecenderungan perilaku. Komponen dari respon kognitif ialah keyakinan atas utilitarian (manfaat) dari sebuah merk. Respon afektif mengacu pada tingkat menyukai atau mendukung merefleksikan perasaan konsumen terhadap merk. Zajonc, et al., [23] menyatakan respon konatif dapat memprediksi atau bersikap mendekati ke arah objek. Ketiga elemen inilah yang dapat menjadi penentu seberapa tinggi preferensi konsumen terhadap suatu produk/merk.

Dari sisi konsumen, kewirausahaan berbasis teknologi juga menjadi tren di dunia saat ini [24] [25]. Konsumen selalu menyukai kemudahan, kecepatan, harga murah, dan kualitas yang baik. Hal ini dapat dicapai dan diwujudkan dengan teknologi digital. Oleh karena itu, banyak bisnis offline yang mulai beralih ke bisnis online [26]. Adopsi teknologi digital didefinisikan sebagai penggunaan solusi berbasis komputer yang terkait dengan bisnis seperti aplikasi smartphone dapat menguntungkan perusahaan dalam berbagai cara, misalnya, melalui biaya yang lebih rendah, peningkatan pendapatan, keunggulan kompetitif, dan peluang untuk membangun yang baru. model bisnis [27] [28].

Untuk meningkatkan pertumbuhan konsumen, diperlukan strategi pemasaran yang efisien. Derbani dan Ade [29] melakukan penelitian mengenai bagaimana membuat strategi

pemasaran yang efisien tersebut dengan menggunakan pendekatan kecerdasan kolektif. Penelitian tersebut menghasilkan sebuah kesimpulan ada konsensus dari para partisipannya bahwa kecerdasan kolektif akan mentransformasikan desain lintasan elaborasi pada strategi pemasaran dan pekerjaan [29]. Kecerdasan kolektif diartikan sebagai sekelompok orang yang menggabungkan kapasitas dan kapabilitasnya untuk menyelesaikan berbagai macam tugas dan memecahkan berbagai macam masalah [30]. Akibat adanya perkembangan kemajuan teknologi dan kemudahan akses internet, bentuk-bentuk kecerdasan kolektif baru sangat dimungkinkan berasal dari komunitas global kepada individu yang menggunakan infrastruktur digital dengan mengkomunikasikan informasi, pertukaran sumber daya informasi, dan mengkoordinasikan kegiatan. Adanya komunitas terbuka, *crowdsourcing* dan *collaborative filtering* inilah yang membuat kecerdasan kolektif dapat menghasilkan bentuk-bentuk baru daripada ekosistem digital yang mendorong inovasi kewirausahaan [2].

## **2.2. Kebaruan Riset**

Penelitian di ruang lingkup digital entrepreneurship menjadi topik hangat dalam isu perekonomian di jaman digital. Namun secara spesifik beberapa penelitian terdahulu belum mengidentifikasi lebih dalam terkait kewirausahaan digital dalam bentuk Start-Up. Penelitian yang dilakukan oleh Tim Riset dengan judul Analisis Ekosistem Digital Entrepreneurship: Studi Kasus Start-Up di Kota Palembang berupaya untuk mengidentifikasi dan menganalisis perkembangan Start-Up di Kota Palembang. Penelitian ini mempunyai kebaruan riset dengan mengklasifikasi konsumen digital entrepreneurship dari berbagai generasi, yaitu generasi X, Y, Z dan Millenials.

## **BAB 3. METODOLOGI RISET**

Metode penelitian disusun untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah diuraikan pada bagian pendahuluan. Objek penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu pendiri (founder) dan konsumen digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Mixed method* dengan menggabungkan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Data primer diperoleh dari pengisian kuisisioner dan *focus group discussion*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada pendiri (Founder) sebanyak 40 start-up digital yang ada di Palembang. Selanjutnya, untuk memperoleh informasi yang lebih akurat, kami mengadakan *focus group discussion* sebanyak dua kali. Kegiatan tersebut menghadirkan pelaku start up, pengambil kebijakan, dan stakeholders. Sedangkan penyebaran kuisisioner kepada founder start-up ini dibantu oleh mitra penelitian yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Selatan dan Palembang Digital. Palembang Digital merupakan

platform komunitas digital pertama dari dan untuk seluruh masyarakat Sumatera Selatan.

Objek penelitian kedua yaitu konsumen digital. Selanjutnya, pengumpulan data juga dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen digital di Kota Palembang. Populasi yang diambil dalam riset ini adalah generasi babyboomers, generasi X, generasi Y dan generasi Z di Kota Palembang. Hal ini didasari adanya bonus demografi dimana proporsi usia kerja (15-65 tahun) lebih besar daripada proporsi bukan usia kerja (0-14 tahun dan >65 tahun). Distribusi penduduk usia kerja memiliki pengaruh terhadap perusahaan rintisan berbasis digital. Kenaikan jumlah penduduk usia 20-30 berpengaruh positif terhadap jumlah startup teknologi pada suatu wilayah atau Negara. Pengambilan sampel dalam riset ini berdasarkan metode Sampel Random Berstrata (Stratified Random Sampling). Metode ini membagi populasi ke dalam kelompok-kelompok yang homogen (disebut strata), dan dari tiap stratum tersebut diambil sampel secara acak. Pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak dan berstrata tetapi sebagian ada yang kurang proporsional pembagiannya. Dilakukan sampling ini apabila anggota populasinya heterogen (tidak sejenis). Pengambilan sampel bertingkat sering digunakan di mana ada banyak variasi dalam suatu populasi. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa setiap strata terwakili secara memadai.

Analisis dalam penelitian ini menggunakan model regresi logistic untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan startup di Kota Palembang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian menggunakan metode stratified random sampling. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sex, education, job, age, income, status pernikahan. Model logit adalah model regresi non-linear yang menghasilkan sebuah persamaan dimana variabel dependen bersifat kategorikal. Kategori paling dasar dari model tersebut menghasilkan binary values seperti angka 0 dan 1. Angka yang dihasilkan mewakili suatu kategori tertentu yang dihasilkan dari penghitungan probabilitas terjadinya kategori tersebut.

Regresi logistic adalah salah satu metode analisis multivariate untuk menganalisis hubungan satu variable binary outcome dengan satu atau lebih variabel bebas dimana parameter yang dipakai menilai hubungan tersebut adalah Odd Ratio (OR). Pada regresi logistik, binary outcome variabel ditransformasi dengan menggunakan logit, sehingga hubungan antara variabel Y dengan variabel dependen ( $X_i$ ) dapat dinyatakan dalam model persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Log Odd} = a + b_i X_i$$

Atau

$$\text{Odd} = \exp(a + b_i X_i)$$

Penghitungan Odd Ratio dari salah satu variabel predictor dilakukan dengan menggunakan model regresi logistic. Terdapat enam variabel prediktor, yaitu sex ( $X_1$ ), education ( $X_2$ ), job ( $X_3$ ), age ( $X_4$ ), income ( $X_5$ ) dan status pernikahan ( $X_6$ ). Odd Ratio dalam penelitian ini merupakan

kelompok pengguna startup dengan kelompok bukan pengguna startup. Suatu variabel dinyatakan meningkatkan pengaruh terhadap penggunaan startup bila nilai OR > 1, mengurangi pengaruh terhadap penggunaan startup bila nilai OR < 1, dan tidak ada hubungan bila nilai OR = 1. Dengan menggunakan model regresi logistic, persamaan umum yang digunakan dalam penelitian ini ditulis sebagai berikut:

$$Li = \beta_1 + \beta_2 \text{Sex}_t + \beta_3 \text{Education}_t + \beta_4 \text{Job}_t + \beta_5 \text{Age}_t + \beta_6 \text{Income}_t + \beta_7 \text{Marital Status}_t + u_t$$

Untuk mencapai tujuan penelitian dilakukan pemilihan model regresi logistik terbaik. Langkah-langkah untuk memilih model regresi logistik terbaik yaitu: Pertama, uji kelayakan model regresi logistic dengan cara melakukan analisis semua kemungkinan yang dapat dibentuk dari variable independent terhadap variable dependent. Kedua, merumuskan taksiran model logit dengan menentukan variable dependen dengan melihat permasalahan yang ingin diteliti. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna startup.

Dimana:

Y = Pengguna startup yang dibedakan atas:

Y= 1, yang berarti responden merupakan pengguna startup

Y= 0, yang berarti responden merupakan bukan pengguna startup

#### BAB 4. PELAKSANAAN KEGIATAN RISET

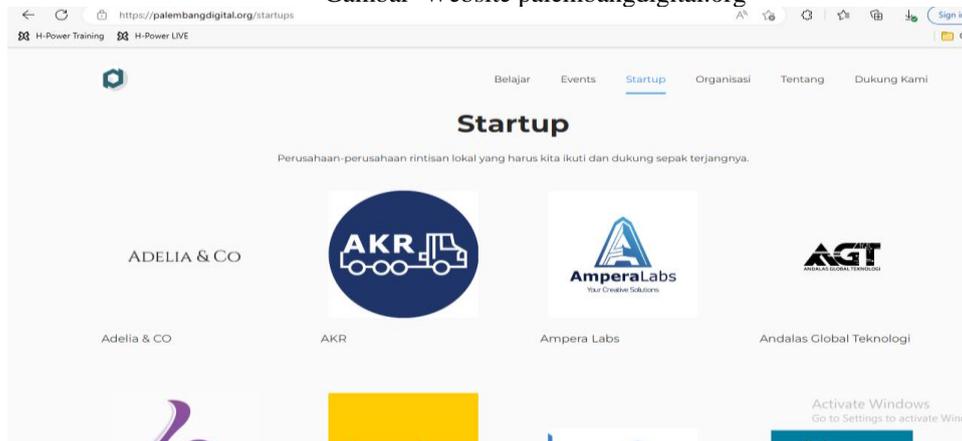


## Pelaksanaan Kegiatan Riset

Kegiatan dimulai pada bulan Desember 2021 dengan rincian kegiatan pertama yaitu pembentukan tim riset. Setelah tim terbentuk diadakan pertemuan pertama antara ketua dan anggota tim riset dengan tujuan untuk menentukan konsep penelitian dan identifikasi masalah. Untuk memudahkan penelitian tim memutuskan untuk melibatkan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Selatan bergabung sebagai mitra riset, ini dilakukan agar memudahkan tim riset mencari informasi berkaitan dengan start-up di Palembang.

Tim riset selanjutnya mencari informasi lebih lanjut mengenai start-up di Kota Palembang seperti jumlah start-up, start-up yang masih aktif atau yang sudah non aktif, jenis start-up yang paling menjamur, skala start-up dan lainnya, informasi didapatkan melalui penelusuran secara online di search engine google, media sosial seperti instagram dan website dari palembang digital (palembangdigital.org).

Gambar Website palembangdigital.org



Informasi yang sudah didapat selanjutnya dikumpulkan lalu diklasifikasikan agar bisa digunakan untuk menyusun pertanyaan dalam kuisisioner yang nantinya disebar ke konsumen dan pendiri start-up sebagai bahan riset, pertanyaan disusun sesuai dengan tujuan dari riset ini.

Gambar. Cover kuisisioner untuk konsumen dan pendiri start-up Palembang

The image shows a survey form titled 'Survei Pengguna Start-Up Digital Kota Palembang'. The form is divided into two main sections. The left section contains the survey introduction, including the title, a subtitle '[Riset Keilmuan Kewirausahaan]', a greeting 'Salam sejahtera bagi kita semua,', a paragraph about digital entrepreneurship, a paragraph introducing the research team, and a paragraph about the survey's purpose. The right section is titled 'Profil Usaha' and contains several input fields: 'octasyara@gmail.com (tidak dibagikan) ganti akun' with a red asterisk and 'Wajib' label; 'Nama Start-Up \*' with a red asterisk and a text input field; 'Tahun Berdiri \*' with a red asterisk and a text input field; 'Bentuk Badan Usaha \*' with radio buttons for 'CV', 'PT', and 'Ritisan'; and 'Bidang Usaha Start-Up \*' with radio buttons for 'Games' and a minus sign.

Kuisisioner konsumen berisikan 3 bagian pertanyaan, yang pertama mengenai identitas dari konsumen yang terdiri dari tujuh pertanyaan berisi nomor whatsapp, tahun kelahiran, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, status pernikahan dan jumlah pengeluaran. Bagian kedua dari pertanyaan yaitu mengenai mapping pengguna start-up lokal yang terdiri dari 16 pertanyaan, bagian ini dikhususkan untuk konsumen yang sudah pernah menggunakan salah satu atau lebih jasa dari start-up lokal. Sedangkan bagian ketiga dari pertanyaan dikhususkan bagi yang belum pernah sama sekali menggunakan jasa dari start-up lokal yang berisikan 3 pertanyaan.

Kuisisioner untuk pendiri start-up terdiri dari 5 bagian pertanyaan, terdiri dari profil dari start-up, skala usaha, tenaga kerja, identitas dari pendiri start-up, permasalahan yang pernah atau sering dihadapi dan yang terakhir adalah media untuk promosi start-up.

Selanjutnya diadakan kegiatan Focuss Group Discussion (FGD) yang bertemakan “Analisis Ekosistem Digital Enterpreneurship: Studi Kasus Start-Up di Kota Palembang” dengan empat narasumber yaitu H. Achmad Rizwan, SSTP., M.M yang merupakan kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Selatan, Samsuryadi S.Si., M.Kom., Ph.D. dari pihak LPPM, Joneten Saputra yang merupakan ketua dari Sumsel Start-Up Community dan Palembang Digital dan yang terakhir dari pihak tim riset yaitu Dr. Azwardi, S.E., M.Si.

Gambar 2. Materi FGD



Selama kegiatan FGD berlangsung kuisisioner yang telah dipersiapkan disebar kepada para pendiri start-up yang hadir melalui link yang sudah dipersiapkan, sedangkan untuk kuisisioner konsumen start-up disebar secara online melalui platform media sosial (whatsapp dan instagram) maupun melalui bantuan para pendiri start-up untuk disebar langsung kepada konsumen mereka. Link untuk kuisisioner konsumen start-up adalah <http://bit.ly/surveykonsumenpalembang> dan link kuisisioner pendiri start-up adalah <http://bit.ly/surveystartuppalembang>.

Setelah responden dari kuisisioner telah memenuhi sasaran tujuan yaitu 400 responden untuk konsumen start-up dan pendiri start-up maka data yang telah terkumpul dari kuisisioner selanjutnya

akan diolah mulai dari tabulasi data, menganalisis data secara keseluruhan dan menyimpulkan hasil analisis. Selanjutnya tim riset akan menyusun dan menyampaikan laporan akhir, diseminasi hasil riset dan terakhir penyusunan draft jurnal dan artikel media massa.

## BAB. 5 EVALUASI PELAKSANAAN RISET

| Indikator Luaran                 | Deskripsi  | Kendala yang Dihadapi   | Rencana Tindak Lanjut   |
|----------------------------------|--|---|---|
| Model Pembelajaran MBKM          | Model/ Rancangan MBKM Kewirausahaan dan Penelitian yang akan disusun mengacu pada Keputusan Rektor Universitas Sriwijaya Nomor 0011/UN9/SK.LP3MP.BD/2021 Tentang Pengakuan Satuan Kredit dan Penyetaraan Penilaian yang Diselenggarakan di Luar Program Studi  | Progres Model/ Rancangan MBKM dalam tahap menentukan kompetensi yang dicapai  | Progres Model/ Rancangan MBKM selesai   |
| Penerbitan jurnal internasional  | <p>A. Tahap Persiapan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembuatan proposal penelitian yang memuat gambaran umum dan design penelitian</li> <li>2. Pembuatan Kuisisioner penelitian.</li> <li>3. Penyusunan panitia penyelenggara kegiatan Focus Group Discussion</li> <li>4. Pelaksanaan Persiapan Focus Group Discussion</li> </ol> <p>B. Tahap Pelaksanaan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengambilan sample melalui Penyebaran kuisisioner penelitian</li> <li>2. Pengambilan sample melalui Pelaksanaan kegiatan FGD</li> <li>3. Tabulasi data penelitian hasil dari penyebaran kuisisioner dan pelaksanaan kegiatan FGD</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Terbatasnya ketersediaan data mengenai Start-up local yang ada di Kota Palembang</li> <li>b. Kurangnya pemahaman responden terkait pertanyaan yang ada dalam kuisisioner</li> <li>c. Kebanyakan Start-up sudah tidak aktif lagi</li> <li>d. Jangkauan penyebaran kuisisioner terbatas hanya dari pengikut (follower) akun instagram Start-up lokal</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Melakukan evaluasi terhadap hasil pengambilan sample</li> <li>b. Melakukan pengolahan dan menganalisis hasil penelitian</li> <li>c. Penulisan artikel</li> <li>d. Submission artikel jurnal</li> <li>e. Mengikuti conference/seminar internasional</li> </ol> |
| Pembuatan Video Hasil Penelitian | <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Penyusunan konsep video (durasi, konten animasi, platform publikasi)</li> <li>b. Pembuatan lembar kerja dan materi video</li> <li>c. Pengerjaan video untuk bagian pembukaan</li> </ol>  | Hasil dari penelitian yang dilakukan untuk dimasukan sebagai materi video. Keterbatasan sumberdaya dalam proses pembuatan video   | Pembuatan video berhasil diselesaikan   |
| Media Masa                       | Hasil riset diuraikan dalam sebuah artikel yang akan dipublikasi pada media massa  | Menentukan media massa yang ingin dituju. Format penulisan di media massa   | Publikasi kegiatan FGD Start-Up di Media Sumatera Ekspres Terbit 28 Maret 2022 (Di halaman 3, Bagian Ekonomi)   |

## BAB 6. CAPAIAN INDIKATOR KINERJA RISET

| No | Jenis Luaran  |  | Indikator Capaian |          |           |
|----|---|--|-------------------|----------|-----------|
|    |   |  | TS                | TS+1     | TS+2      |
| 1  | Model/Rancangan kegiatan MBKM dalam skema kewirausahaan (Wajib) | Model Pembelajaran & Rencana Pembelajaran Semester.                              | Draft             |          |           |
| 2  | Publikasi karya ilmiah (wajib)                                  | Jurnal Internasional Bereputasi  | Submitted         | Accepted | Published |
| 3  | Luaran tambahan   | Video dan Publikasi media massa<br>-Koran Sumeks Express<br>-Koran Palembang Pos | Published & Draft |          |           |

## BAB 7. KONTRIBUSI MITRA

Tim riset memilih dan melibatkan Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Provinsi Sumatera Selatan sebagai mitra dalam riset Analisis Ekosistem Digital Entrepreneurship: Studi Kasus Start-Up di Kota Palembang. Diskominfo Provinsi Sumsel mendorong perkembangan ekonomi digital dan mengetahui jumlah dan karakteristik start-up yang ada di Kota Palembang.

Kontribusi yang diberikan oleh mitra sangat banyak antara lain, tim riset dan mitra melakukan diskusi dan memberikan masukan untuk tim riset dalam menyusun proposal riset. Mitra memberikan informasi terkait komunitas digital entrepreneurship di kota Palembang yang biasa dikenal dengan Palembang digital. Kemudian, mitra memberikan data jumlah start-up di kota Palembang yang berisikan informasi terkait nama start-up, kategori atau bidang usaha start-up, penanggung jawab, kontak, deskripsi singkat tentang masing-masing start-up yang ada di Kota Palembang.

Mitra Memberikan masukan kepada tim peneliti untuk menentukan narasumber pada kegiatan FGD. Pelaksanaan FGD dengan topik "Analisis Ekosistem Digital Entrepreneurship: Studi Kasus Start-Up di Kota Palembang" mendatangkan narasumber

Bpk. Joneten Saputra (Ketua Komunitas Palembang Digital) dengan judul materi Tantangan, Peluang & Hambatan Start-Up Lokal & Narasumber H. Achmad Rizwan, SSTP., M.M Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Selatan yang diwakilkan oleh Bpk. Densyah, S.Sos M.M Kepala Bidang Layanan E-Government untuk menyampaikan materi Ekosistem Digital dan Kebijakan Pembangunan Infrastruktur Digital pada kegiatan Start-Up. Mitra ikut membangun mendatangkan berbagai start-up yang masih aktif untuk dating pada acara FGD tersebut.

## **BAB 8. KESIMPULAN**

Kajian ini secara khusus bertujuan untuk menganalisis peluang, tantangan dan pemetaan start-up di Palembang. Objek penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu founder dan konsumen digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kombinasi (Mixed method), menggabungkan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para pendiri dan konsumen digital di Palembang. Studi ini menemukan bahwa ada 40 start-up di Palembang, namun hanya 18 yang aktif sejauh ini. Banyak start-up di Palembang yang bergerak di sektor jasa. Peluang produk dan layanan bagi start-up lokal di Palembang adalah sebagai berikut: (a). Dari sisi founder, mereka sudah memiliki tenaga kerja yang cukup mumpuni karena mayoritas adalah Generasi Z yang tentunya memiliki semangat, kreativitas dan kualitas yang tinggi untuk berinovasi; (b) Dari sisi pengguna, generasi yang lebih tertarik dengan kemajuan teknologi dan penggunaan internet adalah Generasi Z, sehingga start-up dapat memanfaatkan hal tersebut sebagai bentuk penyesuaian segmentasi pasar agar produk dan layanannya bisa lebih milenial, mayoritas penggunanya adalah wanita. yang pada dasarnya memiliki semangat yang lebih tinggi dalam menggali keberadaan produk dan jasa yang diinginkan dan dibutuhkan; (c) Dari sisi non-pengguna, mereka yang belum menikmati produk dan layanan yang ditawarkan oleh start-up lokal di Palembang belum mengetahui secara pasti adanya start-up, yang berarti diperlukan promosi online yang lebih masif. Adapun tantangan berupa kendala yang harus diselesaikan oleh start-up adalah sebagai berikut: (a) Dari sudut pandang founder, sektor bisnis digital yang ditekuni mayoritas berupa komoditas umum, khususnya sektor jasa, dibalik kinerja start-up lokal yang mayoritas menguntungkan, namun menurut para pendiri memiliki kendala berupa bantuan dan dukungan permodalan, fasilitas, kejelasan regulasi dan undang-undang dari pemerintah; (b) Dari sisi pengguna start-up, selama ini produk dan layanan yang ditawarkan menarik perhatian pengguna dari Generasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

1. A.C.Pereira, F.Romer. A review of the meanings and implications of the industry 4.0 concept. *MESIC*.2017;13:1206-14.
2. Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*. 2020;150(6): 119791.
3. Muafi, M., Syafri, W., Prabowo, H., Nur, S. Digital entrepreneurship in Indonesia: A human capital perspective. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* .2021;8 (3).

4. T.Fisher,M, L.Abbott,M. The Art of Scalability:Scalable Web Architecture,Processes,and Organizations for the Modern Enterprise.Boston:Addison-WesleyProfessional.2015
5. Zaky MA, Nuzar I, Saputro WE, Praysuta BDS, Wijaya SB, Riswan M. Mapping & Database Startup Indonesia 2018 [Internet]. Badan Ekonomi Kreatif. 2018. 1–202 p.
6. Kozubikova, L., Kotaskova, A., Dvorsky, J., & Kljucnikov, A. The impact of political factors' perception on suitability of international business environment: The case of start-ups. *Economics and Sociology*. 2019;12(1):61-79.
7. Palembang Digital. Start-up di Kota Palembang.<https://palembangdigital.org/startups>
8. Kimmit, J., Munoz, P., Newbery. Poverty and the varieties of entrepreneurship in the pursuit of prosperity. *Journal of Business Venturing*. 2020;35(4).
9. Igamo, A.M., Putra, A.R., Khamisah, N., Kurniawan, A. Business environment and start-up in Indonesia: Empirical evidence from province-level data. *Journal of Economic Development, Environment and People*. 2020;9 (4):38-49.
10. Fathin,C.A., Achidsti,A, Priambodo, D.I. Analysis of Three Actors:Roles of Government, Private Sector and University. *JKAP*. 2016;20:38-55.
11. Davidson.E , Vaast. E. Digital Entrepreneurship and its Sociomaterial Enactment. 2010.
12. Giones, F, Brem, A. Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda. *Technology Innovation Management Review*. 2017;7(5): 44-51.
13. Dinh Le Thang, Manh-Chiên Vu. *Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process*. International Journal of Entrepreneurship; 2018
14. Baregheh A, Rowley J, Sambrook S. Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Manag Decis*. 2009;47(8):1323–39.
15. Zhang H, Koh JY, Baldridge J, Lee H, Yang Y. Cross-Modal Contrastive Learning for Text-to-Image Generation. 2021;833–42. Available from: <http://arxiv.org/abs/2101.04702>
16. Moroni.I, Arruda.A, Araujo.K. The design and technological innovation: how to understand the growth of startups companies in competitive business environment.

- ScienceDirect. 2015;(3):2199-2204.
- 17 Sussan Fiona, Zoltan J.Acs: The Digital Entrepreneurial Ecosystem. *Small Business Economics*, 2017; 49(5): 1-19. DOI .10.1007/s11187-017-9867-5
  18. Song AK. The Digital Entrepreneurial Ecosystem – a critique and reconfiguration. 2019;53:569-590.
  19. Talic.M, Dukic. M. I, Radenovic. T. SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP: CREATING OPPORTUNITIES FOR GREEN PRODUCTS DEVELOPMENT. 2020;(4) :1-13.
  20. Lohrke T.Franz, Cynthia Frownfelter-Lohrke: The Internet as an Information ConduitA Transaction Cost Analysis Model of US SME Internet Use. *International Small Business Journal*, 2006; 24(2):159-178 DOI:10.1177/0266242606061838
  21. Linz C. *Radical Business Model Transformation*. Kogan Page, Limited; 2017.
  - 22 Sahut, J. M., Peris-Ortiz, M., & Teulon, F: Corporate social responsibility and governance. *Journal of Management and Governance*, 2019; 23(4): 901–912. <https://doi.org/10.1007/s10997-019-09472-2>
  23. Affective and Cognitive Factors in Preferences Robert B. Zajonc, Hazel Markus. *Journal of Consumer Research*, September 1982; 9(2): 123–131, <https://doi.org/10.1086/208905>
  24. Richter, C., Kraus, S., & Syrjä, P. The share-economy as a precursor for digital entrepreneurship business models. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2015;25(1) :18–35.
  25. Cavallo, A., Ghezzi, A., Dell’Era, C., & Pellizzoni, E. Fostering digital entrepreneurship from start-up to scaleup: The role of venture capital funds and angel groups. *Technological Forecasting and Social Change*. 2020;145(2):24–35.
  26. Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges, and key themes. *Research Policy*. 2019;48(8):103773
  27. Urbinati, A., Chiaroni, D., Chiesa, V., Frattini., F. The role of digital technologies in open innovation processes: an exploratory multiple case study analysis. *R&D Management*. 2018;50(1):136-160.
  - 28 Remane, G., Hanelt, A., Nickerson, R., Kolbe, L. Discovering digital business models in traditional industries. *Journal of Business Strategy*. 2017;38 (2) :41-51.
  29. Derbani,A, Ade,B. The Use of Collective Intelligence to Create Efficient Marketing Strategies. *Jurnal Pamator*. 2020;13:199-205.
  30. Chikersal,P, et al. Deep Structures of Collaboration : Physiological Correlates of Collective Intelligence and Group Satisfaction. *Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer*

*Supported Cooperative Work and Social Computing*, 2017;873-888.

31. Suri, Z. P. Analisis Pertumbuhan Startup Dan Unicorn: Perbandingan Antara Indonesia Dan Australia. Skripsi thesis, UNIVERSITAS AIRLANGGA. 2020.
32. Taherdoost, H. Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. HAL. 2016.
33. Ackoff, R. L. The Design of Social Research. 1953;(1).
34. Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M, Ringle, C.M. "When to use and how to report the results of PLS-SEM". *European Business Review*. 2019;31(1) :2-24.