

BAB I

PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan ini memaparkan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

A. Latar Belakang Masalah

Sejak pertengahan tahun tujuh puluhan, telah terjadi pergeseran istilah dari manajerial menjadi *entrepreneurial economy*. Rhenald Kasali (2010) menjelaskan bahwa *entrepreneurial economy* adalah suatu konsep yang didasarkan oleh sistem yang memungkinkan para wirausaha bergerak cepat, dengan biaya-biaya overhead yang rendah, berbasiskan struktur usaha kecil-menengah yang adaptif dan didukung industri-industri penopang yang lengkap serta pasokan SDM dari universitas-universitas atau SMK yang berkualitas.¹ Istilah ini lahir dan menjadi semakin besar karena didukung oleh perkembangan teknologi yang tinggi. *Entrepreneurship* bukanlah ilmu maupun seni, namun sebuah praktik atau sarana yang dilakukan untuk mencapai tujuan dimana salah satu aspek pentingnya adalah latihan (Drucker, 1985).² Dalam bukunya, Drucker (1985) masih melihat kemungkinan apakah *entrepreneurial economy* akan berkembang di Amerika. Drucker memprediksi bahwa *entrepreneurial economy* justru akan tumbuh dan

¹Rhenald Kasali, *Wirausaha Muda Mandiri* (Gramedia Pustaka Utama, 2010).

²Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper & Row, 54, 277. Retrieved from <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000043501.13922.00>.

berkembang di Jepang dengan karakteristik Jepang dan kurang berkembang di Eropa Barat karena alasan demografis.³

Setiap negara memiliki ciri khas dan kondisi demografis yang dapat membantu *entrepreneurial economy* tumbuh, stagnan, atau mati. Yang menjadi faktor penentu adalah pengusahanya. Setiap ekonom tahu bahwa entrepreneur sangat penting dan memiliki banyak pengaruh. Dan untuk para ekonom ini, *entrepreneurship* merupakan meta-ekonomi karena mengakibatkan adanya perubahan nilai, persepsi, dan sikap bahkan termasuk pendidikan (*Drucker, 1985*).⁴

Di Indonesia sendiri *entrepreneurship* berkembang cukup baik dan menjadi faktor penting dalam pembangunan ekonomi meskipun masih kurang jika dibandingkan dengan negara lainnya di Asia seperti Malaysia, Thailand, China, Korea Selatan, dan Singapura (*Tambunan, 2006*).⁵

Berdasarkan paparan yang diberikan oleh Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia pada bulan April 2017, Indonesia masuk dalam peringkat ke-90 dari 137 negara dilihat dari Indeks Kewirausahaan Indonesia (*Global Entrepreneurship Monitor 2017*). Posisi pertama dalam *Global Entrepreneurship Monitor 2017* diraih oleh Amerika Serikat. Sedangkan negara tetangga yaitu Singapura meraih posisi ke-24, Malaysia ke-54, Thailand ke-65, dan Filipina ke-76. Hal ini berarti bahwa posisi daya saing *entrepreneurship* dan kreativitas Indonesia di

³Ibid.

⁴Ibid., 1.

⁵Tambunan, T. (2006). *Entrepreneurship Development in Indonesia*. Retrieved from www.kadin-indonesia.or.id.

tingkat global masih relatif tertinggal dibanding negara lain khususnya di ASEAN (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2017).⁶

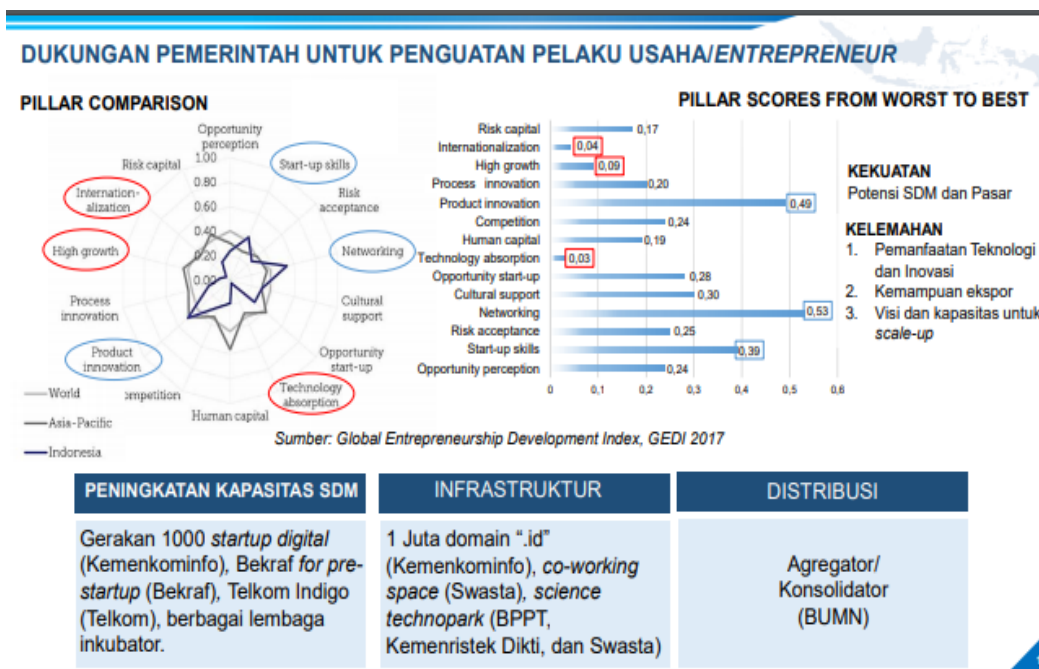
Dalam paparan tersebut juga dijelaskan bahwa pada tahun 2030 jumlah penduduk usia produktif diperkirakan diatas 60% dan 27% diantaranya adalah penduduk dengan usia muda yang memiliki potensi menjadi entrepreneur. Dengan perkembangan gaya hidup digital dimana internet telah menjangkau 51.8% populasi di Indonesia, maka Indonesia semakin memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan *entrepreneurship* karena pertumbuhan internet terbukti mampu memicu perkembangan *start-up* (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2017).⁷ Potensi ini sangat didukung pemerintah dengan disusunnya Rancangan Undang-Undang tentang Kewirausahaan Nasional dimana salah satu pertimbangannya menyebutkan bahwa kewirausahaan nasional merupakan sebuah upaya untuk menciptakan cara kerja yang dipadukan dengan pemanfaatan teknologi secara efisien yang bertujuan memperoleh keuntungan yang lebih besar (Kementerian Koperasi Republik Indonesia, 2018).⁸

Dukungan pemerintah juga diberikan dengan berbagai bentuk lainnya sebagaimana tercantum dalam gambar berikut ini:

⁶ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2017). *Kewirausahaan melalui integrasi e-commerce dan media sosial*.

⁷Ibid., 2.

⁸Kementerian Koperasi Republik Indonesia. (2018). *Draft Rancangan Undang-undang tentang Kewirausahaan Nasional*.



Gambar 1. Dukungan Pemerintah untuk Penguatan Pelaku Entrepreneur
Sumber: (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2017).

Disebutkan bahwa kekuatan potensi *entrepreneurship* di Indonesia terletak pada potensi sumber daya manusia dan pasar. Namun demikian masih ada beberapa kelemahan, diantaranya adalah pemanfaatan teknologi dan inovasi; kemampuan ekspor dan visi serta kapasitas untuk *scale-up*. Dalam paparan juga dijelaskan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia telah dilakukan melalui gerakan 1000 *startup digital* oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, *Bekraf for pre start-up* (*Bekraf*), Telkom Indigo (Telkom), dan berbagai lembaga inkubator lainnya. Sedangkan secara infrastruktur telah dilakukan beberapa upaya misalnya 1 juta domain .id dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, *co-working space* oleh swasta, *science technopark* oleh Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi, Kementerian Ristek dan DIKTI, serta swasta lainnya.

Lebih lanjut, pemerintah telah menetapkan prinsip dan pengaturan *e-commerce* sebagai berikut:

PRINSIP PETA JALAN E-COMMERCE



Gambar 2. Prinsip Peta Jalan *E-commerce*

PENGATURAN DALAM RPERPRES E-COMMERCE



Gambar 3. Pengaturan dalam Rancangan Perpres *E-commerce*

Sumber: (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2017).

Prinsip Peta Jalan *E-commerce*, adalah: 1) keterbukaan bagi semua pihak; 2) kepastian dan perlindungan hukum; 3) pengutamaan dan perlindungan terhadap kepentingan nasional, UMKM, dan wirausaha *start-up*; dan 4) peningkatan keahlian SDM entrepreneur *e-commerce*. Sedangkan pengaturan dalam rancangan Perpres *e-commerce*, adalah: 1) Optimalisasi pendanaan untuk UMKM digital dan wirausaha *start-up e-commerce*; 2) penyederhanaan kewajiban perpajakan; 3) perlindungan konsumen dan pelaku industri dengan regulasi; 4) edukasi masyarakat dan pengambil kebijakan mengenai *e-commerce*; 5) peningkatan efisiensi logistik *e-commerce* dengan Sistem Logistik Nasional; 6) Peningkatan infrastruktur komunikasi sebagai fondasi *e-commerce*; 7) Penguatan sistem keamanan siber untuk meningkatkan keamanan transaksi online; dan 8) *monitoring* dan evaluasi pelaksanaan peta jalan *e-commerce* (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2017).⁹

Entrepreneurship ditopang oleh beberapa pilar. Agar optimal pilar-pilar ini perlu perhatian secara konsisten, perbaikan terus menerus, dan pemeliharaan yang hati-hati karena harus tetap berimbang. *Global Entrepreneurship and Development Index* (GEDI) menyajikan tiga sub indeks yaitu sikap terhadap *entrepreneurship*, kemampuan *entrepreneurship*, dan aspirasi *entrepreneurship* (Ács & Szerb, 2007; Acs, Szerb, & Autio, 2016).¹⁰

Ada 14 pilar yang disebutkan dalam *Global Entrepreneurship and Development Index* (GEDI) yang termasuk dalam tiga sub indeks. Sikap

⁹Ibid., 2.

¹⁰Ács, Z. J., & Szerb, L. (2007). The Global Entrepreneurship Index (GEINDEX). *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(5), 341-435. Retrieved from <https://doi.org/10.1561/03000000027>.

Acs, Z. J., Szerb, L., & Autio, E. (2016). *Global Entrepreneurship and Development Index 2015*. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/978-3-319-26730-2>.

entrepreneurial, terdiri dari: 1) persepsi terhadap peluang; 2) keahlian *start-up*; 3) kemampuan menerima resiko; 4) jejaring; dan 5) dukungan budaya. Sikap *entrepreneurial* merupakan sikap masyarakat terhadap *entrepreneurship* yang berdasarkan pada hasil survey tentang perasaan umum populasi dalam mengenali peluang, mengenal entrepreneur secara pribadi, memberi penghargaan pada entrepreneur dengan status yang tinggi, menerima resiko saat memulai bisnis, dan memiliki keterampilan untuk meluncurkan bisnis dengan sukses. Populasi juga dianggap mampu memberikan dukungan budaya, sumber daya keuangan, dan jejaring yang potensial bagi pelaku entrepreneur. Negara-negara membutuhkan orang yang dapat mengenali peluang bisnis yang berharga, dan yang percaya bahwa mereka memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk memanfaatkan peluang ini. Apalagi jika sikap bangsa terhadap *entrepreneurship* adalah positif, itu akan menghasilkan dukungan budaya, dukungan keuangan, dan manfaat jaringan bagi mereka yang ingin memulai bisnis (Ács & Szerb, 2007; Acs et al., 2016).¹¹

Kemampuan *entrepreneurial* didukung oleh beberapa pilar, diantaranya: 6) kesempatan mengembangkan *start-up*; 7) daya serap terhadap teknologi; 8) *human capital*; dan 9) daya saing. Kemampuan *entrepreneurial* mengacu pada karakteristik entrepreneur dalam berbisnis. Beragamnya bidang bisnis, demografi entrepreneur menjadi salah satu faktor yang menentukan berkembangnya *entrepreneurship*. Keberhasilan dalam hal ini juga didukung oleh motivasi peluang sebagai tanda perencanaan yang baik, strategi yang canggih dan pertumbuhan yang tinggi atas *start-up* yang dikembangkan (Ács & Szerb, 2007; Acs et al., 2016).¹²

¹¹Ibid., 6.

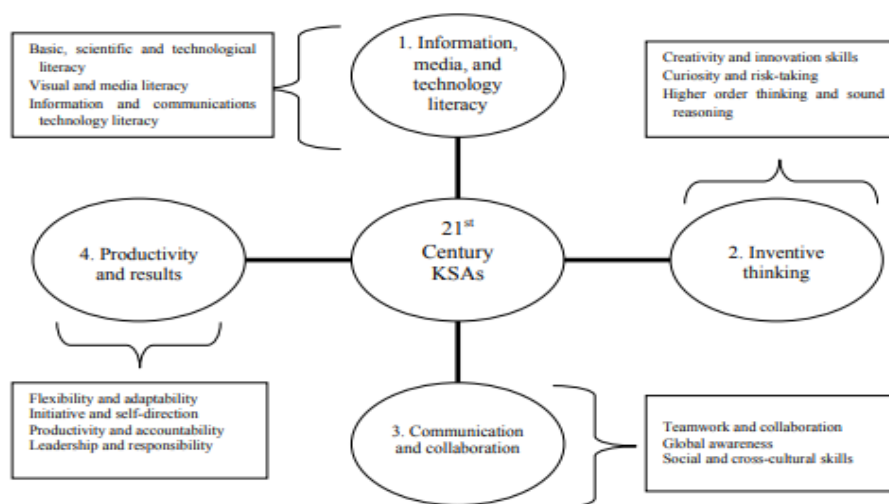
¹²Ibid., 6.

Sedangkan aspirasi *entrepreneurial*, didukung oleh pilar: 10) inovasi produk; 11) proses pengembangan inovasi; 12) tingkat pertumbuhan; 13) internasionalisasi; dan 14) resiko modal. Aspirasi *entrepreneurial* mencerminkan aspek kualitas dari *start-up* atau bisnis yang baru dikembangkan. Beberapa orang tidak menyukai atasan mereka dan menginginkan untuk mengembangkan bisnis sendiri. Aspirasi *entrepreneurial* diartikan sebagai upaya pengusaha pada tahap awal untuk memperkenalkan produk atau jasa layanan baru, mengembangkan proses produksi baru, menembus pasar luar negeri, meningkatkan jumlah karyawan, dan membiayai bisnis mereka dengan modal usaha baik yang diperoleh secara formal maupun informal. Inovasi produk, proses inovasi, dan internasionalisasi serta pertumbuhan yang tinggi menjadi karakteristik utama *entrepreneurial* (Ács & Szerb, 2007; Acs et al., 2016).¹³

Dari ke empat belas pilar tersebut daya serap teknologi menjadi satu pokok bahasan yang menarik. Perkembangan abad 21 telah menjadikan teknologi sebagai satu ciri khas karena perkembangannya yang begitu pesat. Dengan dijadikannya teknologi sebagai salah satu bagian pilar, maka sebagai entrepreneur abad 21 juga harus mampu menyerap dan mengaplikasikan teknologi dalam menjalankan bisnisnya. Yang ditekankan adalah pengetahuan, layanan, dan informasi yang menciptakan peluang munculnya perusahaan baru. Selain itu perkembangan abad ini menjadikan perusahaan lama mulai mempekerjakan karyawan yang memiliki keterampilan dengan tingkat yang lebih tinggi agar dapat berdaya saing (Boyle,

¹³Ibid., 6.

2012).¹⁴ Keterampilan abad 21 yang berkaitan dengan keterampilan entrepreneur dapat dilihat dari gambar berikut ini:



Gambar 4. *21th Century Knowledge, Skills, and Abilities*
Sumber: (Boyle, 2012).

Dari gambar diatas disebutkan bahwa salah satu hal yang penting adalah *technology literacy*. Kategori literasi informasi, media, dan teknologi pada *21th Century Knowledge, Skills, and Abilities* (KSA abad 21) mengacu pada kemampuan berpikir dan bernalar secara logis dalam upaya memecahkan masalah yang kompleks secara aktif dan penuh inisiatif. Literasi informasi menjadi ciri utama abad 21 karena berkaitan dengan kemampuan menghasilkan makna dan pengetahuan dari informasi yang diperoleh.¹⁵

Boyle merangkum kerangka kompetensi *entrepreneurial* dan *21th Century Knowledge, Skills, and Abilities* dengan penjelasan sebagai berikut:

¹⁴Boyle, T. (2012). 21St Century Knowledge, Skills, and Abilities and Entrepreneurial Competencies: a Model for Undergraduate Entrepreneurship Education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 41-56. Retrieved from <https://doi.org/10.1093/jae/ejm029>.

¹⁵Ibid., 8.

1. Kompetensi *entrepreneurial* yang pertama adalah berkaitan dengan kognitif yang menyangkut ketajaman melihat peluang, teori kewaspadaan atas *entrepreneurial*, kemampuan untuk mencari informasi secara sistematis dan kreatifitas. Kompetensi ini terdiri dari dua hal, yaitu:
 - a. Kemampuan dalam hal informasi, media, dan *technology literacy*. Kemampuan ini berkaitan dengan kemampuan untuk bernalar secara logis untuk menyelesaikan masalah yang kompleks, kemampuan menghasilkan makna dan pengetahuan dari informasi, kemampuan mengevaluasi informasi secara kritis dan menyaringnya menjadi lebih relevan sesuai dengan kegunaannya, serta kemampuan mengenali pola dan mengembangkan pemikiran yang divergen.
 - b. Kemampuan berpikir *inventive*. Kemampuan yang disertai tindakan untuk membawa sesuatu yang baru dan asli atau dengan kata lain mampu menerapkan melalui analisis, perbandingan, menyimpulkan, dan interpretasi serta sintesis untuk mengembangkan solusi baru untuk permasalahan yang kompleks.
2. Kompetensi *entrepreneurial* yang kedua adalah berkaitan dengan kompetensi sosial yang menyangkut kewirausahaan yang dianggap sebagai proses sosial, keterampilan manusia dan sosial, modal sosial, dan akses ke sumber daya. Kompetensi ini berkaitan dengan kemampuan komunikasi dan kolaborasi interaksi secara bersama-sama untuk memecahkan masalah dan menciptakan sebuah inovasi, kemampuan membaca dan mengelola emosi diri dan orang lain, serta kemampuan untuk berkomunikasi dan menciptakan makna melalui berbagai alat yang digunakan dan proses yang dilalui.
3. Kompetensi *entrepreneurial* yang ketiga adalah berorientasi pada aksi inisiatif yang menyangkut *self* efikasi atau kemampuan individu dalam melakukan tugas, kemampuan manajemen diri yang berkaitan dengan proses perencanaan dan evaluasi, kemampuan untuk terus proaktif serta fokus pada pengendalian hasil dan tanggung jawab pribadi untuk mencapai hasil terbaik. Kompetensi ini berkaitan dengan produktifitas dan hasil yaitu kemampuan untuk memanfaatkan waktu dan sumber daya secara efisien dan efektif, untuk mengembangkan rencana dan memantau kemajuan secara efektif sebagai bentuk implementasi dari rencana, evaluasi diri, fleksibilitas, kemampuan beradaptasi, inisiatif, dan pengarahan diri sendiri serta akuntabilitas yang dimiliki.¹⁶

Sebagai perbandingan, di Malaysia entrepreneur yang cukup diandalkan adalah entrepreneur berbasis agro. Pemerintah Malaysia sangat mendukung karena mereka mampu memperkuat ekonomi negara. Dukungan pemerintah terwujud melalui upaya pembangunan di sektor pertanian yang diharapkan tidak hanya mengandalkan metode tradisional. Dengan adanya kemajuan teknologi, pemerintah Malaysia mengharapkan entrepreneur berbasis argo ini mampu mencontoh petani di Jepang,

¹⁶Ibid., 8.

Taiwan, dan Australia sebagai panutan entrepreneur berbasis agro yang modern karena telah mengaplikasikan teknologi modern dan menjadikannya sebagai budaya baru dalam menjalankan bisnis mereka. Namun demikian, kendala utama yang dihadapi pemerintah Malaysia adalah masalah dan hambatan dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ada lima masalah utama yang dihadapi, yaitu: 1) entrepreneur berbasis agro tidak tahu manfaat menggunakan teknologi informasi dan komunikasi; 2) entrepreneur berbasis agro tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi; 3) kurangnya waktu bagi entrepreneur berbasis agro yang dapat digunakan untuk mengasah kemampuan teknologi informasi dan komunikasi; serta 4) tidak adanya pengetahuan entrepreneur berbasis agro atas teknologi informasi dan komunikasi.¹⁷

Literasi informasi terutama berkaitan dengan teknologi mulai digalakkan di bidang pendidikan karena memberikan kesempatan siswa untuk mengeksplorasi bagaimana informasi dan pengetahuan membentuk hidup mereka, komunitas mereka dan dunia. Dengan mempelajari literasi informasi mereka dapat menjadi pengguna informasi yang kritis, belajar bagaimana menempatkan informasi dan pengetahuan dalam lingkungan yang lebih luas dan beragam. Salah satu tujuan pembelajaran literasi informasi adalah menjadikan teknologi sebagai pondasi sehingga memberikan peluang untuk memanfaatkan kemampuan teknologi yang kaya dan interaktif, mengajukan pertanyaan, mengidentifikasi masalah dan mencari solusi atas berbagai permasalahan tersebut, mengalami kemajuan dengan kecepatan mereka sendiri serta

¹⁷Hassan, M. a, Hassan, M. S., Shaffril, H. a M., & d'Silva, J. L. (2009). Problems and obstacles in using Information and Communication Technology (ICT) among Malaysian agro-based entrepreneurs. *European Journal of Scientific Research*, 36(1), 93-101. Retrieved from <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-70349826866&partnerID=40&md5=28f897baa8609ef7bcd577e574dd55a>.

memperoleh akses ke sumber belajar yang diperlukan yang menekankan pada kebersamaan dan pola pemikiran secara kritis dan kreatif, bertindak sebagai mentor yang membantu orang lain menghadapi masalah dan tantangan serta bertanggung jawab atas pembelajaran yang mereka alami dan berusaha mencapai harapan tertinggi mereka. praktik ini sangat sesuai ketika diimplementasikan ke dalam dunia entrepreneur.¹⁸

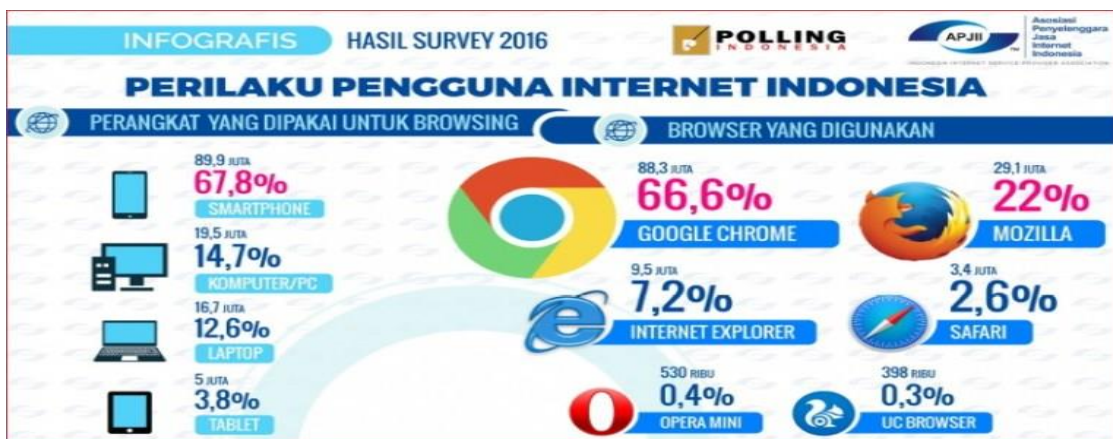
Pesatnya pertumbuhan teknologi informasi akhir-akhir ini mempengaruhi cara manusia dalam mengumpulkan, mengolah serta membagikan informasi. Pertumbuhan ini didukung dengan penerapan internet di hampir seluruhnya aktivitas manusia dalam mengembangkan usaha. Aktivitas pengguna internet didominasi oleh kaum pekerja/wiraswasta sebanyak 82,2 juta (62%) dari total pengguna internet 132,7 juta di Indonesia pada tahun 2016. Penggunaan internet tersebut diakses lebih banyak dari perangkat *smartphone* sebanyak 89,9 juta (67,8%) seperti terlihat pada gambar dibawah ini.¹⁹



Gambar 5. Pengguna Internet Indonesia Berdasarkan Pekerjaan

¹⁸Ezziane, Z. (2007). Information technology literacy: Implications on teaching and learning. *Journal of Educational Technology & Society*, 10(3), 39. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/1473095211400151>.

¹⁹Isparmo. (2016). *Data Statistik Pengguna Internet Indonesia Tahun 2016 Pembicara Internet Marketing SEO | Konsultan*.



Gambar 6. Pengguna Internet Indonesia Berdasarkan Perangkat
Sumber: (Isparmo, 2016).

Dengan melihat perkembangan teknologi informasi dan potensi penggunaannya untuk pengembangan usaha, berarti menjadi penting bagi entrepreneur Indonesia untuk senantiasa memaksimalkan kapasitas teknologi informasi (virtual) tersebut untuk mengembangkan usahanya.

Permasalahan utamanya adalah terletak kepada pentingnya mengetahui dan menemukan lebih awal profil para entrepreneur Indonesia terkait meleknya diri atas teknologi informasi yang kemudian disebut dengan Literasi Virtual Entrepreneur Indonesia (LVEI).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut.

Pertama, fakta di lapangan menunjukkan adanya perbedaan pemahaman tentang pentingnya memaksimalkan internet untuk pengembangan usaha. Tetapi disisi lain, ada entrepreneur yang telah berhasil memanfaatkan potensinya. Secara nasional perlu didalami dalam penelitian ini. Artinya bagaimana kecenderungan kondisi Literasi Virtual Entrepreneur di Indonesia?

Kedua, sudah barang tentu suatu literasi virtual mempunyai banyak dimensi dan indikator. Namun yang lebih utama adalah masalah dimensi pembentuk literasi virtual itu sendiri. Pertanyaannya adalah dimensi apa yang paling kuat menentukan terwujudnya Literasi Virtual yang ideal pada Entrepreneur di Indonesia?

Ketiga, Indonesia terdiri lebih dari 400 kabupaten/kota yang mempunyai keragaman yang sangat nyata. Demikian juga dengan entrepreneur-nya tentu mempunyai variasi yang sangat signifikan. Dengan demikian latar belakang entrepreneur akan menentukan maju atau mundurnya suatu usaha. Permasalahannya yang perlu didalami dalam disertasi ini adalah kategori latar belakang entrepreneur seperti apa yang harus diintervensi agar Literasi Virtual Entrepreneur di Indonesia dapat menjadi maksimal?

Keempat, kemajuan entrepreneur juga banyak ditentukan oleh kapasitas diri masing-masing entrepreneur. Artinya, bagaimana wujud kompetensi kognitif pada para Entrepreneur di Indonesia?

Kelima, Indonesia memiliki ciri yang berbeda dengan negara lain yaitu antara lain aspek kultur komunitas disuatu wilayah dan antar daerah. Bentuk ciri tersebut adalah tentang kepedulian sosial seorang Indonesia terhadap sesuatu. Dalam hal ini disebut kompetensi sosial entrepreneur. Pertanyaannya adalah bagaimana wujud kompetensi sosial pada para Entrepreneur di Indonesia?

Keenam, karena pengaruh internet yang mencoba mentransformasi nilai-nilai universitas dan global ke dalam diri seseorang, maka tidak tertutup kemungkinan juga dampaknya mempengaruhi para entrepreneur itu sendiri. Apalagi terkait pengembangan usaha dan produk dan persaingan tidak hanya di lokal tetapi global melalui internet. Persoalan yang terjadi dalam konteks Indonesia adalah apakah benar

bahwa kompetensi global entrepreneur Indonesia memiliki dampak terhadap orientasi kerja, orientasi aksi, perwujudan konsep pengembangan produk, dan *social engineering*?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dan agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan tidak meluas, penulis membatasi penelitian Literasi Virtual Entrepreneur Indonesia ini hanya pada identifikasi masalah pertama, kedua, dan ketiga. Alasannya, dengan melalui 3 (tiga) hasil penelitian ini, dapat menjadi penelitian dasar untuk penelitian berikutnya dalam rangka pembenahan tata kelola *entrepreneurship* Indonesia.

D. Rumusan Masalah Penelitian

Pertama, bagaimana kecenderungan kondisi Literasi Virtual Entrepreneur di Indonesia?

Kedua, dimensi manakah yang paling dominan menentukan terbentuknya Literasi Virtual Entrepreneur di Indonesia?

Ketiga, kategori latar belakang entrepreneur Indonesia seperti apa yang harus diintervensi agar Literasi Virtual Entrepreneur Indonesia dapat menjadi maksimal?

E. Manfaat Penelitian

Pertama, bermanfaat bagi entrepreneur seluruh Indonesia, terutama dalam mengetahui kondisi literasi virtual-nya, sehingga dapat dikembangkan secara optimal.

Kedua, bermanfaat bagi masyarakat Indonesia, khususnya para entrepreneur untuk mengetahui kondisi mereka terkait literasi virtual, karena pada era

saat ini, kunci keberhasilan entrepreneur adalah kemampuannya memaksimalkan potensi teknologi informasi (virtual).

Ketiga, bermanfaat bagi pemerintah pusat dan daerah, khususnya Kementerian Koperasi dan UKM, SMESCO, PLUT, kementerian lain yang memiliki anggaran untuk pengembangan UMKM, dan lain-lain. Kegunaannya adalah dalam rangka membangun kebijakan baru, strategi baru, dan berbagai upaya terobosan untuk membangun *entrepreneurship* Indonesia yang mampu bersaing dengan negara lain.

F. Sistematika Penulisan

Penulisan disajikan secara sistematis dan disusun dalam 6 bab yang akan saling melengkapi dan berhubungan satu dengan yang lainnya, sehingga merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

Bab satu membahas pendahuluan. Bagian ini membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab dua membahas tentang kajian teori, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian. Bagian ini membahas tentang kajian teori akan memaparkan mengenai pengertian Literasi Virtual Entrepreneur Indonesia yang akan dikaji menurut etimologi dan pendapat para pakar. Juga kajian eksegesis teks Alkitab tentang Literasi Virtual Entrepreneur Indonesia.

Bab tiga membahas metodologi penelitian eksplanatori terhadap Literasi Virtual Entrepreneur Indonesia. Bagian ini membahas tentang tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi, teknik pengambilan sampel dan jumlah sampel, teknik pengumpulan data, pengembangan instrumen, dan analisis data.

Bab empat membahas hasil penelitian eksplanatori tentang Literasi Virtual Entrepreneur Indonesia. Bagian ini membahas tentang deskripsi data, uji persyaratan analisis, dan uji hipotesis berikut pembahasannya.

Bab lima membahas implikasi hasil penelitian. Bagian ini membahas tentang kebijakan, strategi, dan upaya yang diperlukan dalam mengimplementasikan penelitian ini.

Bab enam membahas kesimpulan dan saran. Bagian ini membahas tentang kesimpulan dari penelitian ini yang bermanfaat dalam menumbuhkembangkan Literasi Virtual Entrepreneur Indonesia.