

STRATEGI INOVASI KEWIRAUSAHAAN DI ERA DISRUPTIF

Ulul Azmi¹, Cecep Castrawijaya²

^{1,2} UIN Syarif Hidayatullaj Jakarta

Email: Ululfathan@yahoo.com

Abstract: *The era of disruption has fundamentally changed the business landscape with the advent of technological innovations that demand entrepreneurship to adapt quickly and creatively. Disruptive technologies such as artificial intelligence (AI), the Internet of Things (IoT), and big data open up new opportunities while also increasing competition across various industries. The challenges for entrepreneurs are not only limited to the increasingly fierce competition but also the need to understand changing consumer preferences and adopt relevant new technologies. This research aims to analyze effective innovation strategies in facing the disruptive era. Through theoretical approaches and case studies, this research identifies several key strategies, including sustainable innovation, the utilization of digital technology, as well as collaboration and partnerships with various parties. The research results show that companies capable of implementing innovative strategies sustainably and responsively to technological developments have a greater chance of surviving and excelling in the market. These findings are expected to provide guidance for entrepreneurs in designing adaptive and competitive innovation strategies amidst the dynamics of the disruptive era.*

Keywords: *innovation strategy, disruption era, entrepreneurship, disruptive technology, collaboration*

Abstrak: Era disrupsi telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental dengan hadirnya inovasi teknologi yang menuntut kewirausahaan untuk beradaptasi cepat dan kreatif. Teknologi disruptif seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan big data membuka peluang baru sekaligus meningkatkan persaingan di berbagai industri. Tantangan bagi para wirausahawan tidak hanya terbatas pada persaingan yang semakin ketat, tetapi juga kebutuhan untuk memahami perubahan preferensi konsumen dan mengadopsi teknologi baru yang relevan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi inovasi yang efektif dalam menghadapi era disruptif. Melalui pendekatan teoretis dan studi kasus, penelitian ini mengidentifikasi beberapa strategi kunci, termasuk inovasi berkelanjutan, pemanfaatan teknologi digital, serta kolaborasi dan kemitraan dengan berbagai pihak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu mengimplementasikan strategi inovatif secara berkelanjutan dan responsif terhadap perkembangan teknologi memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan unggul di pasar. Temuan ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi wirausahawan dalam merancang strategi inovasi yang adaptif dan berdaya saing di tengah dinamika era disruptif.

Kata kunci: strategi inovasi, era disrupsi, kewirausahaan, teknologi disruptif, kolaborasi

Pendahuluan

Di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat, dunia memasuki era baru yang dikenal sebagai era disrupsi. Era ini ditandai dengan hadirnya inovasi yang bukan hanya mengembangkan, tetapi juga mengubah cara-cara tradisional dalam berbisnis dan berinteraksi. Teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan big data telah menciptakan model bisnis baru yang menggeser cara kerja konvensional di berbagai sektor

industri, mulai dari transportasi, akomodasi, hingga ritel dan keuangan. Di era ini, perusahaan yang mampu beradaptasi dengan cepat dan menghadirkan inovasi sesuai kebutuhan pasar memiliki peluang besar untuk memimpin pasar. Sebaliknya, perusahaan yang lamban beradaptasi atau tidak responsif terhadap perubahan terancam tergeser dari persaingan.

Era disrupsi tidak hanya menawarkan peluang, tetapi juga tantangan yang besar, terutama dalam bidang kewirausahaan. Persaingan menjadi semakin ketat karena teknologi memungkinkan pemain baru untuk masuk dan bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar yang sudah mapan. Konsumen juga mengalami perubahan pola perilaku dan preferensi, di mana mereka semakin mengutamakan fleksibilitas, kecepatan, dan pengalaman yang dipersonalisasi. Hal ini memaksa para pengusaha untuk lebih inovatif, responsif, dan berani mengambil risiko dalam menghadapi dinamika pasar.

Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memahami tantangan di era disrupsi dan mengembangkan strategi inovasi yang tepat. Dalam makalah ini, akan dibahas konsep era disrupsi, tantangan yang dihadapi oleh kewirausahaan, serta strategi-strategi inovasi yang dapat membantu perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif. Beberapa contoh kasus perusahaan sukses maupun yang gagal beradaptasi akan dianalisis sebagai bahan pembelajaran, sehingga diharapkan makalah ini dapat memberikan panduan bagi pengusaha untuk mengarungi era disrupsi dengan lebih bijak dan strategis.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif secara analisis, dengan metode studi kepustakaan (Library Reserch). Deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi yang akan diteliti. Sedangkan pendekatan kualitatif adalah sebuah penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Lexi, 2007). Studi kepustakaan (Library research) tahapan yang dilakukan adalah dengan menghimpun sumber kepustakaan, baik itu primer maupun sekunder (Darmalaksana, 2020). Sebagai kajian teks yang digunakan sebagai data primer adalah jurnal dan buku-buku yangn berkaitan dengan data sekunder yang diperoleh biasanya dari kamus, ensiklopedia dan review jurnal.

Hasil dan Pembahasan

A. Konsep era disruptif

1. Definisi era disruptif

Era disrupsi adalah masa di mana teknologi dan inovasi berkembang secara cepat dan masif, mengakibatkan perubahan besar dalam berbagai sektor industri. Era ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital yang merombak tatanan bisnis tradisional (Rudito & Sinaga, 2017). Era disrupsi merujuk pada masa ketika inovasi, terutama teknologi, menciptakan perubahan besar yang mengganggu cara-cara konvensional beroperasi dalam berbagai sektor industri. Disrupsi ini terjadi akibat lonjakan perkembangan teknologi digital yang memungkinkan model bisnis baru, produk, dan layanan untuk berkembang pesat, sering kali menggeser sistem yang ada

(Rachmad et al., 2024). Karakteristik utama dari era disrupsi meliputi perubahan yang cepat, ketidakpastian pasar, dan perlunya adaptasi berkelanjutan.

Karakteristik utama dari era disrupsi adalah:

- a. Inovasi Teknologi yang Pesat: Kemajuan teknologi yang luar biasa pesat, seperti kecerdasan buatan (AI), internet of things (IoT), dan teknologi blockchain, yang berpotensi mengubah cara kita bekerja, berkomunikasi, dan mengelola kehidupan sehari-hari.
- b. Pengubahan Model Bisnis Tradisional: Model bisnis tradisional yang sudah lama ada tergantikan dengan model yang lebih fleksibel dan terhubung langsung dengan teknologi. Contoh signifikan adalah munculnya layanan berbasis aplikasi (seperti transportasi online, fintech, dan e-commerce).
- c. Transformasi Digital: Perusahaan yang dulu menggunakan cara-cara tradisional, mulai beralih ke digitalisasi untuk bertahan dan berkembang. Banyak industri yang harus menyesuaikan diri atau menghadapi ancaman dari inovasi disruptif.
- d. Diseminasi Informasi yang Cepat dan Terjangkau: Perkembangan internet dan media sosial memungkinkan penyebaran informasi secara instan, mengubah cara orang berinteraksi dan mengambil keputusan.
- e. Tantangan dan Peluang Baru: Era disrupsi menghadirkan tantangan bagi mereka yang tidak mampu beradaptasi, namun di sisi lain juga membuka peluang bagi mereka yang bisa memanfaatkan perubahan ini untuk inovasi dan pertumbuhan (Harto et al., 2023).

2. Factor pendorong era disruptif

Faktor-faktor utama yang mendorong era disrupsi antara lain:

a. Kemajuan Teknologi:

Kehadiran teknologi canggih seperti AI, IoT, dan blockchain memungkinkan perusahaan menawarkan produk dan layanan yang lebih personal dan efisien. Teknologi merupakan faktor utama yang mendorong terjadinya disrupsi. Berbagai kemajuan dalam bidang teknologi memberikan dampak signifikan terhadap cara hidup dan bekerja manusia (Riswanto et al., 2024). Beberapa teknologi utama yang mempercepat disrupsi antara lain:

- 1) Kecerdasan Buatan (AI): Kemampuan AI dalam memproses data, membuat keputusan otomatis, dan menganalisis tren pasar telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor, mulai dari kesehatan, finansial, pendidikan, hingga manufaktur. AI juga mempermudah personalisasi layanan, mempercepat analisis data besar, dan meningkatkan efisiensi operasional (Deni, 2023).
- 2) Internet of Things (IoT): IoT memungkinkan perangkat fisik seperti rumah, kendaraan, dan bahkan barang sehari-hari untuk saling terhubung dan berkomunikasi melalui internet. Hal ini menghasilkan peningkatan efisiensi dalam

manajemen sumber daya, serta memberikan pengalaman baru bagi konsumen, seperti dalam sistem rumah pintar atau kendaraan otonom (Savitri, 2019).

- 3) Blockchain: Teknologi blockchain menawarkan sistem transaksi yang lebih aman dan transparan, yang mengganggu sektor perbankan dan sistem pembayaran tradisional. Blockchain juga membuka potensi dalam bidang lain seperti manajemen rantai pasokan, kesehatan, dan pemerintahan (Bandaso et al., 2022).
 - 4) 5G dan Infrastruktur Digital: Jaringan 5G yang menawarkan kecepatan internet yang jauh lebih tinggi, membuka potensi baru dalam aplikasi-aplikasi yang memerlukan bandwidth besar, seperti augmented reality (AR), virtual reality (VR), dan pengembangan kendaraan otonom. Infrastruktur digital yang terus berkembang memberikan fondasi bagi kemajuan teknologi lainnya.
- b. Perubahan Kebutuhan dan Preferensi Konsumen

Konsumen masa kini menginginkan kenyamanan dan layanan yang lebih cepat, mudah diakses, dan sesuai kebutuhan pribadi mereka, sehingga mendorong perusahaan untuk berinovasi sesuai dengan kebutuhan ini. Perubahan dalam kebutuhan dan preferensi konsumen juga merupakan pendorong besar dari era disrupsi. Konsumen sekarang lebih mengutamakan kenyamanan, kecepatan, dan pengalaman pribadi, yang mengarah pada perubahan besar dalam cara produk dan layanan dikembangkan, dipasarkan, dan disampaikan (Saputra et al., 2023). Beberapa faktor yang berkontribusi dalam perubahan ini adalah:

- 1) Digitalisasi dan Keterhubungan: Konsumen semakin terbiasa dengan transaksi dan layanan yang serba digital. Mereka mencari kemudahan, kenyamanan, dan kemampuan untuk mengakses layanan kapan saja dan di mana saja. Contoh nyata adalah pergeseran ke e-commerce, layanan streaming, dan aplikasi berbasis teknologi (Febriani & Dewi, 2019)
- 2) Peningkatan Keberagaman dan Personalisasi: Konsumen lebih memilih pengalaman yang dipersonalisasi, di mana produk atau layanan disesuaikan dengan preferensi mereka. Dengan menggunakan data besar dan AI, perusahaan dapat menawarkan pengalaman yang lebih relevan dan menarik bagi konsumen (Setiawan et al., 2024).
- 3) Kesadaran Sosial dan Lingkungan: Semakin banyak konsumen yang memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari produk yang mereka pilih. Hal ini mendorong perusahaan untuk menerapkan praktek bisnis yang lebih bertanggung jawab dan transparan, serta menciptakan produk yang lebih berkelanjutan (Amika & Riorini, 2023).
- 4) Cepatnya Perubahan dalam Ekspektasi Konsumen: Dalam era disrupsi, harapan konsumen terhadap produk dan layanan semakin tinggi. Mereka menginginkan solusi yang lebih cepat, lebih efisien, dan lebih inovatif. Perusahaan yang tidak bisa memenuhi harapan ini akan dengan cepat kehilangan pangsa pasar (Wijayanto & SPi, 2013).

B. Tantangan kewirausahaan Lembaga Dakwah di era disruptif

1. Persaingan yang semakin ketat

Perkembangan teknologi telah memperluas pasar global, menciptakan persaingan yang semakin ketat. Contoh nyata dapat dilihat pada industri transportasi dan akomodasi, di mana perusahaan seperti Uber dan Airbnb berhasil menggeser posisi perusahaan konvensional. Kedua perusahaan ini menunjukkan bagaimana model bisnis baru yang inovatif mampu bersaing dalam pasar tradisional yang mapan (Hamidin et al., 2023).

2. Adaptasi terhadap teknologi baru

Perusahaan harus mampu mengadopsi teknologi digital yang inovatif untuk tetap bertahan dan berkembang. Misalnya, penerapan e-commerce, pembayaran digital, dan platform otomatisasi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat proses pengambilan Keputusan (Hartatik et al., 2023).

3. Perubahan pola konsumsi

Teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen, yang kini lebih mengutamakan kecepatan, kenyamanan, dan aksesibilitas. Dengan adanya media sosial dan platform digital, konsumen memiliki banyak pilihan dan dapat membandingkan produk dengan mudah, sehingga ekspektasi mereka terhadap layanan dan kualitas juga meningkat (Harto et al., 2023).

C. Strategi inovasi kewirausahaan Lembaga Dakwah

1. Inovasi berkelanjutan

Inovasi berkelanjutan memungkinkan perusahaan untuk terus relevan di pasar yang cepat berubah. Dalam era disrupsi, inovasi tidak hanya mencakup produk baru, tetapi juga perbaikan layanan, peningkatan efisiensi, dan diversifikasi bisnis untuk menciptakan nilai tambah bagi konsumen (Lestari, 2019).

2. Pemanfaatan teknologi digital

Pemanfaatan teknologi digital seperti analitik big data, AI, dan e-commerce membantu Lembaga dakwah memahami kebutuhan konsumen, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas jangkauan pasar. Mengadopsi alat dan platform digital memungkinkan perusahaan / Lembaga dakwah untuk memberikan layanan yang lebih cepat dan responsif.

3. Kolaborasi dan kemitraan

Kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk perusahaan teknologi, pemerintah, dan organisasi non-profit, membantu Lembaga dakwah atau perusahaan untuk memperkuat posisi mereka di pasar. Kemitraan strategis ini memungkinkan transfer pengetahuan dan sumber daya yang diperlukan untuk berinovasi (Wekke, 2022).

D. Study Kasus

Studi kasus tentang keberhasilan dan kegagalan perusahaan di era disrupsi memberikan wawasan tentang pentingnya inovasi dan adaptasi terhadap perubahan teknologi. Perusahaan seperti Uber dan Airbnb berhasil memanfaatkan teknologi digital

untuk menciptakan model bisnis yang baru, yang mengubah industri transportasi dan akomodasi. Keberhasilan ini menyoroti pentingnya fleksibilitas dan inovasi dalam menghadapi era disrupsi.

Sebaliknya, kegagalan perusahaan seperti Nokia dan Kodak memberikan pelajaran tentang risiko stagnasi dan ketidakmampuan untuk beradaptasi. Nokia, meskipun pernah mendominasi industri ponsel, kehilangan pangsa pasar karena gagal mengantisipasi perubahan ke arah teknologi smartphone. Begitu pula Kodak, yang tidak mampu merespons perkembangan teknologi digital dalam fotografi, menunjukkan bahwa kegagalan untuk berinovasi di era disrupsi dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Riswanto et al., 2024)

1. Contoh Perusahaan Sukses di Era Disrupsi

Perusahaan seperti Uber dan Airbnb adalah contoh nyata bagaimana inovasi disruptif dapat mengubah industri tradisional. Uber, dengan model ride-sharing, telah merevolusi industri transportasi, sementara Airbnb telah mengubah konsep akomodasi dengan menyediakan platform yang memungkinkan orang untuk menyewakan tempat tinggal mereka.

2. Pelajaran dari Kegagalan Perusahaan

Contoh lain dari era disrupsi adalah perusahaan seperti Nokia dan Kodak, yang gagal beradaptasi dengan perubahan teknologi. Nokia, meski pernah menjadi pemimpin dalam industri ponsel, kehilangan pangsa pasar karena gagal berinovasi di era smartphone. Kodak, yang terlalu bergantung pada bisnis fotografi film tradisional, juga gagal melihat potensi besar dalam teknologi digital, yang pada akhirnya membuatnya kehilangan relevansi.

Simpulan

Era disrupsi yang didorong oleh kemajuan teknologi telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan, memaksa para wirausahawan untuk beradaptasi dan berinovasi agar dapat bertahan dan berkembang. Teknologi disruptif, seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan big data, memberikan peluang sekaligus tantangan bagi perusahaan untuk mengubah model bisnis mereka dan menghadapi persaingan yang semakin ketat. Di tengah perubahan yang cepat ini, strategi inovasi menjadi kunci utama bagi kewirausahaan untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar. Inovasi berkelanjutan dan radikal merupakan dua strategi penting dalam menghadapi era disrupsi. Inovasi berkelanjutan memungkinkan perusahaan untuk terus memperbaiki produk dan layanannya agar tetap sesuai dengan kebutuhan pasar, sementara inovasi radikal menawarkan solusi baru yang dapat mengubah aturan main industri. Pemanfaatan teknologi digital, seperti platform digital dan big data, juga menjadi faktor krusial dalam meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Selain itu, kolaborasi dan kemitraan strategis dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk perusahaan teknologi, lembaga riset, dan pemerintah, turut memperkuat posisi kompetitif perusahaan. Model *open innovation* yang membuka akses terhadap sumber daya

eksternal memungkinkan perusahaan untuk mengakses pengetahuan baru dan mengembangkan solusi inovatif dengan risiko yang lebih terkelola. Melalui studi kasus perusahaan seperti Uber, Airbnb, serta kegagalan perusahaan seperti Nokia dan Kodak, dapat disimpulkan bahwa kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan cepat adalah faktor penentu kesuksesan dalam era disrupsi. Oleh karena itu, wirausahawan perlu mengintegrasikan strategi inovasi yang adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi agar dapat memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi tantangan yang muncul. Temuan dari penelitian ini dapat memberikan wawasan praktis bagi wirausahawan dan pelaku industri dalam merancang dan mengimplementasikan strategi inovasi yang dapat mengoptimalkan potensi perusahaan mereka di tengah dinamika dan ketidakpastian yang ditawarkan oleh era disrupsi

Referensi

- Amika, A. W. N., & Riorini, S. V. (2023). Pengaruh Transparansi Green Attributes Terhadap Perilaku Kewarganegaraan Hijau. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 2268–2281.
- Bandaso, T. I., Randa, F., & Mongan, F. F. A. (2022). Blockchain Technology: Bagaimana Menghadapinya?—Dalam Perspektif Akuntansi. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 4(2), 97–115.
- Deni, A. (2023). *Manajemen Strategi di Era Industri 4.0*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku konsumen di era digital: Beserta studi kasus*. Universitas Brawijaya Press.
- Hamidin, D., Nathanael, G. K., Pangestuti, D. D., Yusuff, A. A., Latianingsih, N., Yusuf, R. M., & Mariam, I. (2023). *Technopreneur Digital Di Era Society 5.0*. TOHAR MEDIA.
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Harto, B., Rukmana, A. Y., Boari, Y., Rusliyadi, M., Aldo, D., Juliawati, P., & Dewi, Y. A. (2023). *WIRUSAHA BIDANG TEKNOLOGI INFORMASI: Peluang usaha dalam meyongsong era society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen inovasi: Upaya meraih keunggulan kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Rachmad, Y. E., Indrayani, N., Harto, B., Judijanto, L., Rukmana, A. Y., Rahmawati, N. F., Ambulani, N., & Saktisyahputra, S. (2024). *Digital Technology Management: Mengelola Daya Saing melalui Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Riswanto, A., Joko, J., Napisah, S., Boari, Y., Kusumaningrum, D., Nurfaidah, N., & Judijanto, L. (2024). *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rudito, P., & Sinaga, M. F. N. (2017). *Digital mastery, Membangun kepemimpinan digital untuk memenangkan era disrupsi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Saputra, A. M. A., Kharisma, L. P. I., Rizal, A. A., Burhan, M. I., & Purnawati, N. W. (2023). *TEKNOLOGI INFORMASI: Peranan TI dalam berbagai bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Savitri, A. (2019). *Revolusi industri 4.0: mengubah tantangan menjadi peluang di era disrupsi*

4.0. Penerbit Genesis.

Setiawan, Z., Zebua, R. S. Y., Suprayitno, D., Hamid, R. S., Islami, V., & Marsyaf, A. (2024). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Wekke, I. S. (2022). *Metode Pengabdian Masyarakat: Dari Rancangan ke Publikasi*. Penerbit Adab.

Wijayanto, D., & SPi, M. M. (2013). *Pengantar manajemen*. Gramedia Pustaka Utama.