

**TESIS**  
**ANALISIS DETERMINAN KESUKSESAN USAHA START-UP**  
**(Studi: Pengusaha Muda Start-Up Digital**  
**di Sulawesi Selatan)**

***SUCCESS DETERMINANT ANALYSIS OF***  
***START-UP BUSINESS***  
***(Study: Young Entrepreneur Start-Up Digital in South***  
***Sulawesi)***

Disusun dan diajukan oleh:

**A. IKRAM RIFQI**  
**NIM: A052201007**



Kepada:

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SUMBER DAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS HASANUDDIN**  
**MAKASSAR**  
**2023**

**TESIS**  
**ANALISIS DETERMINAN KESUKSESAN USAHA START-UP**  
**(Studi: Pengusaha Muda Start-Up Digital**  
**di Sulawesi Selatan)**

***SUCCESS DETERMINANT ANALYSIS OF***  
***START-UP BUSINESS***  
***(Study: Young Entrepreneur Start-Up Digital in South***  
***Sulawesi)***

Disusun dan diajukan oleh:

**A. IKRAM RIFQI**  
**NIM: A052201007**



Kepada:

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SUMBER DAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS HASANUDDIN**  
**MAKASSAR**  
**2023**

## TESIS

**ANALISIS DETERMINAN KESUKSESAN USAHA START-UP  
(Studi: Pengusaha Muda Start-Up Digital Di Sulawesi Selatan)  
Disusun dan diajukan oleh**

**A. IKRAM RIFQI  
A052201007**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian Studi Program Magister, Studi Ekonomi Sumberdaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin

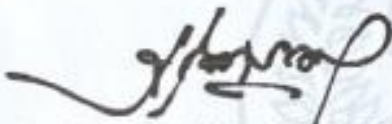
pada tanggal 16 Januari 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,



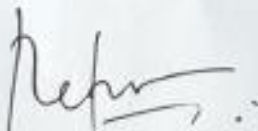
Prof. Dr. Abd. Hamid Paddu, SE., MA  
NIP. 19590306 198503 1 003



Dr. Hamrullah, SE., M.Si., CSF  
NIP. 19681221 199512 1 001

Ketua Program Studi  
Ekonomi Sumberdaya,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Hasanuddin,



Dr. Retno Fitrianti, SE., M.Si.CWM®  
NIP. 19770913 200212 2 002



Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si  
NIP. 19640205 198810 1 001

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : A. Ikram Rifqi  
NIM : A052201007  
Program Studi : Ekonomi Sumber Daya

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang berjudul:

**“Analisis Determinan Kesuksesan Usaha Start-Up (Studi: Pengusaha Muda Start-Up Digital Di Sulawesi Selatan)”**

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang sepengetahuan saya di dalam naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 22 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 16 Januari 2023  
Yang membuat pernyataan,

  
A. Ikram Rifqi

## PRAKATA

Maha Suci Allah yang telah mempertemukan penulis dengan orang-orang arif bijaksana yang mengajarkan lebih banyak hal-hal yang jauh lebih bernilai dari pada sekedar bimbingan dalam penelitian dan penulisan tesis. Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya, sehingga penulis telah dapat menyelesaikan tesis ini.

Penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada Prof. Dr. Abdul Hamid Paddu, S.E., M.A., CRP sebagai pembimbing 1 yang senantiasa sabar memberikan saran, bimbingan, dan nasehatnya selama penelitian berlangsung dan selama penulisan tesis ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas arahan, saran, kritik dan nasihat dari pembimbing 2 Dr. Hamrullah, SE., M.Si., CSF., yang selalu dengan sabar memberikan bimbingan dan ilmu-ilmunya.

Terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada kedua orang tua penulis, ibunda Hj. Hasniah dan ayahanda Drs. Ilham A.Rifai Passolowongi yang senantiasa berdoa untuk penulis, orang terkasih saya Fathimah Adi Suryadi yang selalu menemani dan memberikan semangat kepada saya, Prof. Jamaluddin Jompa, pimpinan dan segenap sivitas akademik Universitas Hasanuddin atas semua dukungan dan kepercayaan yang diberikan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas belajar sebagai mahasiswa program studi magister ekonomi di Unhas.

Seluruh staf dan karyawan di lingkungan Magister Ekonomi Sumber Daya, khususnya Ibu Fatma dan Ibu Retno selaku kaprodi yang senantiasa membantu dan mendorong penulis untuk menyelesaikan segala proses menjadi mahasiswa program studi magister Ekonomi Sumber Daya Unhas.

Tim Penguji atas kritik dan saran serta kesediaannya menjadi penguji pada ujian hasil dan ujian tertutup tesis ini.

Sahabat serta rekan penulis; Fahmi, Kifli, Cipta, Dicky, Angga, dan teman serumah di Blok H7 Griya Athira Permai Daya yang selama ini senantiasa tidak bosan mendukung dan membantu penulis. Hanya dengan Rahmat Allah SWT, dzat Yang Maha pengasih, Maha penyayang, Maha mengetahui dan penguasa ilmu dunia akhirat, yang mampu membalas semua kebaikan mereka.

*Aamiin Aamiin Ya Robbal Alamin*

Makassar, 16 Januari 2023



Penulis

## ABSTRAK

A. IKRAM RIFQI Analisis determinan kesuksesan usaha start-up (studi: pengusaha muda *start-up* digital di Sulawesi Selatan) (dibimbing oleh Abd. Hamid Paddu dan Hamrullah).

Usaha *Start-Up* merupakan salah satu usaha yang menjanjikan dan berpotensi sukses serta mampu dikembangkan dengan skala yang lebih besar. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh determinan kesuksesan usaha *Start-Up* melalui studi terhadap pengusaha muda *Start-Up* digital di Sulawesi Selatan. Penentuan sampel dilakukan melalui *purposive sampling* terhadap sebelas pengusaha *Start-Up* di Provinsi Sulawesi Selatan. Metode analisis menggunakan *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan menggunakan aplikasi SPSS dan WARP PLS 8.0. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Human Capital*, *Social Capital*, dan *Financial Capital* dengan variabel independen, yaitu kesuksesan usaha dan inovasi sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Human Capital* dan *Social Capital* memiliki pengaruh positif signifikan secara langsung terhadap kesuksesan usaha, sedangkan *Financial Capital* memiliki pengaruh positif signifikan melalui mediasi dan inovasi. Dengan demikian, usaha *Start-Up* perlu melakukan intervensi terhadap variabel tersebut untuk mencapai kesuksesan usaha.

Kata kunci: start-up, kesuksesan usaha, human capital, social capital, financial capital, inovasi



## ABSTRACT

A. IKRAM RIFQI. Start-Up Success Business (Study: Digital Star-Up Young Entrepreneurs in South Sulawesi) (Supervised by Abd. Hamid Paddu and Hamrullah).

Start-Up business is one of a promise and success potential business as well as capable developed on a big scale. This study aims to analyze influence determinant start-up ventures success with studies digital start-up young entrepreneurs in South Sulawesi. Sample determined through purposive sampling which is 11 star-up entrepreneurs in South Sulawesi Province. Method analysis used Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS) using SPSS and WARP PLS 8.0 applications. Variable independent used in this study was Human Capital, Social Capital, and Financial Capital with variable independent which was success business and innovation as variable mediation. The research results obtain that Human Capital and Social Capital have influence positive significant directly against success business. Whereas, Financial Capital owns influence positive significant through mediation by innovation. Thus, start-up efforts are necessary to do intervention with the variables to achieve success business.

Keywords: start-up, success business, human capital, social capital, financial capital, innovation.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b>	<b>iv</b>
<b>PRAKATA</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I   PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
<b>BAB II   TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>10</b>
2.1. Teori Pertumbuhan Ekonomi	10
2.2. Teori Pertumbuhan Endogen	12
2.3. Teori Pertumbuhan Eksogen	14
2.4. Teori Schumpeter	16
2.5. Pengertian Start-Up Digital	18
2.6. Perkembangan Start-Up di Indonesia	21
2.7. Perkembangan UMKM di Indonesia	23
2.8. Kesuksesan Usaha	24
2.9. <i>Human Capital</i>	27
2.10. <i>Social Capital</i>	30
2.11. <i>Financial Capital</i>	32
2.12. Inovasi	33
2.13. Kepemudaan	37



<b>BAB III</b>	<b>KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b>	<b>40</b>
	3.1. Kerangka Konseptual	40
	3.2. Hipotesis	42
<b>BAB IV</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>43</b>
	4.1. Tempat dan Waktu Penelitian	44
	4.2. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	44
	4.3. Jenis dan Sumber Data	46
	4.4. Metode Pengumpulan Data	47
	4.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	48
	4.6. Instrumen Penelitian	50
	4.7. Analisis Data	51
<b>BAB V</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>60</b>
	5.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	60
	5.2. Deskripsi Responden	61
	5.3. Karakteristik Deskriptif	71
	5.4. Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )	73
	5.5. Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	78
	5.6. Pengaruh <i>Human Capital</i> Terhadap Kesuksesan Usaha	85
	5.7. Pengaruh <i>Social Capital</i> Terhadap Kesuksesan Usaha	89
	5.8. Pengaruh <i>Financial Capital</i> Terhadap Kesuksesan Usaha	92
	5.9. Pengaruh <i>Human Capital, Social Capital, dan Financial Capital</i> Terhadap Kesuksesan Usaha dengan Mediasi Inovasi	94
<b>BAB VI</b>	<b>PENUTUP</b>	<b>96</b>
	6.1. Kesimpulan	96
	6.2. Saran	96
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.2.1 Data Start-Up Digital di Sulawesi Selatan	45
Tabel 4.5.1 Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 5.3.1 Statistik Deskriptif Konstruk dan Indikator	71
Tabel 5.4.1 Tabel Uji Validitas Pearson Correlation	74
Tabel 5.4.2 Combined Loading dan Cross Loading sebelum penghapusan indikator	75
Tabel 5.4.3 Nilai Average Variance Extrated (AVE)	76
Tabel 5.4.4 Nilai akar kuadrat AVE untuk Validitas Diskriminan	77
Tabel 5.4.5 Nilai Uji Reliabilitas	77
Tabel 5.5.1 Hasil Uji Model Fit	78
Tabel 5.5.2.1 Hasil Analisis Model Struktural	80
Tabel 5.5.2.2 Hasil Analisis Mediasi	82
Tabel 5.5.2.3 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	84
Tabel 5.5.3 Effect Sizes	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep Faktor Kesuksesan Usaha Kecil, Omri	42
Gambar 4.7.4.1 Model Mediasi	58
Gambar 4.7.4.2 Model Mediasi Kontemporer	59
Gambar 4.7.4.3 Prosedur Analisis Mediasi	59
Gambar 5.2.1 Grafik Distribusi Frekuensi Karakteristik (Jenis Kelamin) Pengusaha Start-Up di Sulawesi Selatan Tahun 2022	62
Gambar 5.2.2 Grafik Distribusi Frekuensi Karakteristik (Usia) Pengusaha Start-Up di Sulawesi Selatan Tahun 2022	63
Gambar 5.2.3 Grafik Distribusi Frekuensi Karakteristik (Tingkat Pendidikan) Pengusaha Start-Up di Sulawesi Selatan Tahun 2022	64
Gambar 5.2.4 Grafik Distribusi Frekuensi Karakteristik (Lama Usaha Pengusaha Start-Up di Sulawesi Selatan Tahun 2022	65
Gambar 5.2.5 Grafik Distribusi Frekuensi Karakteristik (Jumlah Karyawan) Pengusaha Start-Up di Sulawesi Selatan Tahun 2022	66
Gambar 5.2.6 Grafik Distribusi Frekuensi Karakteristik (Pendidikan Terakhir Karyawan) Pengusaha Start-Up di Sulawesi Selatan Tahun 2022	67
Gambar 5.2.7 Grafik Distribusi Frekuensi Karakteristik (Omzet) Pengusaha Start-Up di Sulawesi Selatan Tahun 2022	68
Gambar 5.2.8 Grafik Distribusi Frekuensi Karakteristik (Keikutsertaan Komunitas) Pengusaha Start-Up di Sulawesi Selatan Tahun 2022	69
Gambar 5.2.9 Grafik Distribusi Frekuensi Karakteristik (Kepemilikan Legalitas) Pengusaha Start-Up di Sulawesi Selatan Tahun 2022	70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Kuesioner Penelitian
2. Tabulasi Data Profil Pengusaha
3. Tabulasi Data Profil Usaha
4. Hasil Olah Data
5. Dokumentasi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi yang sangat pesat berkontribusi dalam mendorong aktivitas perekonomian. Berbagai perusahaan baru muncul khususnya dibidang teknologi yang kemudian biasa dikenal dengan sebutan perusahaan rintisan/start-up (Chenoweth, 2008). Awal mula istilah start-up berasal dari Bahasa Inggris yang berarti "The act or process of starting a process or machine; a new organization or business venture" yaitu tindakan atau proses untuk memulai sebuah proses, sebuah organisasi baru atau usaha bisnis (Robehmed, 2013).

Co-Founder dan Co-CEO dari Warby Parker Neil Blumenthal mengatakan bahwa start-up merupakan sebuah perusahaan yang bertujuan untuk memecahkan suatu masalah yang sedang atau akan terjadi, dimana solusinya tidak jelas dan kesuksesan tidak dijamin. Sedangkan menurut kamus Marriam-Webster, start-up adalah perusahaan bisnis pemula, sementara The American Heritage Dictionary mendefinisikan start-up sebagai bisnis yang baru saja memulai operasinya (Robehmed, 2013).

Pengembangan bisnis start-up di Sulawesi Selatan belum mampu menyaingi eksistensi start-up yang ada di Ibu Kota Jakarta. Sulawesi menduduki posisi keenam dengan jumlah start-up yang berkembang sebanyak 34 (3,43%) yang semuanya berlokasi di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Posisi tersebut masih berada dibawah

jumlah Start-up di wilayah Jabodetabek sebesar 522 (52,62%) yang menempati posisi pertama, kemudian Sumatera berada diposisi kedua sebesar 115 (11,53%) dan disusul di posisi ketiga oleh Jawa Timur sebesar 113 (11,39%). Sedangkan, di posisi terakhir yaitu Kalimantan sebesar 24 (2,42%) (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2018).

Meskipun demikian, start-up yang ada saat ini terus melakukan sebuah terobosan untuk bersaing secara nasional bahkan internasional. Salah satu kegiatan yang mewadahi pengembangan start-up di Sulawesi Selatan yaitu Gerakan Nasional 1000 Start-up yang dilaksanakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia. Kegiatan ini memberikan peluang bagi para penggiat start-up untuk mensosialisasikan platform yang dimilikinya agar mampu dikenal secara nasional dan menarik para investor jika platform tersebut memiliki peluang bisnis yang menjanjikan.

Sejauh ini, ada beberapa start-up yang berdomisili di Sulawesi Selatan yang menjadi bagian dari program tersebut, diantaranya B-TRI, Kopitani.Id, Pasar Bumi, Dibantu.in, Kawan Jamur, Otota, Beliki.com, Studyhub, Kring-Kring Sampah, Kursus.in, dan Bidan Siaga. Platform digital bisnis ini mayoritas bergerak di bidang e-commerce dan bidang jasa yang memiliki peluang bisnis yang sangat menjanjikan jika mampu dimonetisasi dengan baik. Hal ini mengingat peningkatan transaksi e-commerce dan uang elektronik di Sulawesi Selatan pada triwulan I 2022 masing-masing tumbuh sebesar 45,1% dan 37,9%.

Peluang yang menjanjikan ini juga didukung oleh pertumbuhan ekonomi Sulawesi Selatan tahun 2022. Tercatat, ekonomi Sulawesi Selatan pada triwulan I 2022 melanjutkan kinerja positif meskipun melambat dibandingkan triwulan sebelumnya. Ekonomi Sulawesi Selatan tercatat tumbuh 4,27%, lebih rendah dibandingkan triwulan sebelumnya yang tumbuh 7,89%. Meskipun lebih rendah dari triwulan sebelumnya, pertumbuhan ekonomi Sulawesi Selatan diprediksikan akan meningkat pada triwulan II 2022. Hal ini diakibatkan mulai terkendalinya pandemi dan mulai aktifnya kembali kegiatan masyarakat serta dukungan kebijakan pemerintah.

Secara global, jumlah start-up di Indonesia menempati peringkat ke-5 dunia. Jumlah tersebut masih berada di belakang Amerika Serikat, India, Inggris, dan Kanada (Wibisono et al., 2017). Potensi yang besar ini disokong oleh pesatnya pertumbuhan jumlah pengguna internet di Indonesia yang sekaligus menjadi sasaran bagi pelaku bisnis dalam menjual produk yang dihasilkannya.

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dirilis pada Februari 2022, menunjukkan bahwa angka pengguna internet Indonesia menembus angka 73,7% dari keseluruhan populasi yakni sebesar 196,71 juta pengguna. Angka tersebut tercatat meningkat sebesar 8,9% dari tahun sebelumnya dan diprediksi akan terus bertumbuh.

Catatan lain terkait performa bisnis usaha start-up pada tahun 2017 di Indonesia masih tergolong menjanjikan. Hal ini terlihat dari laba

yang dihasilkan masih di angka 73,42% sedangkan kerugian hanya di angka 26,58%. Adapun modal yang digunakan oleh para penggiat start-up tanah air mayoritas atau sebanyak 85,81% <100 juta rupiah sedangkan persentase penggunaan modal paling rendah yaitu 500 juta–1 milyar sebesar 2,03%.

Selain itu, telah banyak bukti yang menunjukkan peranan start-up sebagai bagian dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Di Indonesia, UMKM disebut sebagai salah satu pilar perekonomian. Berdasarkan publikasi Kementerian Investasi/BKPM, UMKM memiliki kontribusi besar terhadap PDB yaitu 61,97% dari total PDB nasional atau setara dengan Rp. 8.500 triliun pada tahun 2020. Dalam hal penyerapan tenaga kerja, UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 97% dari daya serap dunia usaha pada tahun 2020. Selain itu UMKM juga menyerap kredit terbesar pada tahun 2018 dengan angka kurang lebih Rp 1 triliun.

Aspek penyerapan tenaga kerja yang tinggi menjadi keunggulan UMKM yang merekrut sekitar >90% populasi masyarakat Indonesia pada tahun 1997 – 2001. Besarnya pelaku ekonomi UMKM memang layak untuk diperhatikan dan menjadi potensi yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi. Penyerapan Angkatan kerja yang tinggi dapat pula meningkatkan daya beli masyarakat yang pada gilirannya akan memperbesar tingkat permintaan yang tinggi pada siklus berikutnya akan mendorong pertumbuhan investasi (Anwar, 2001).



Leegwater et al. (2019) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif antara perkembangan sektor UMKM dengan pembangunan ekonomi dalam beberapa tahun terakhir. Di Uni Eropa terdapat 20.975.203 perusahaan dari 99,8 persen merupakan UMKM. Perusahaan-perusahaan tersebut menyerap tenaga kerja lebih dari dua pertiga dari total tenaga kerja dan menyumbang sekitar 60 persen dari nilai tambah yang diciptakan (Wymenga et al., 2011).

Birch (1979, 1981, dan 1987) juga membuktikan sejauh mana sektor usaha kecil memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi dan penciptaan lapangan pekerjaan di Amerika Serikat pada masa tersebut. Argumen Birch tersebut menjadi dasar tradisi panjang pemerintah AS mendukung usaha kecil dalam pembangunan ekonomi mereka (Neumark et al., 2011).

Potensi dan peranan yang besar tersebut sangat memungkinkan untuk dikembangkan. Maka dari itu perlu untuk menganalisis determinan yang berkaitan dengan kesuksesan start-up tersebut. Sebagai perusahaan yang baru dirintis, start-up dihadapkan dengan sebuah lingkungan yang ekstrim.

Dikatakan bahwa start-up merupakan model bisnis yang memiliki resiko kegagalan yang cukup tinggi. Pada laman forbes.com telah memuat sebuah survei yang mengungkapkan sebuah fakta bahwa, dari semua start-up yang pernah dirintis, 90% diantaranya berakhir dengan kegagalan. Secara umum, ada beberapa faktor yang mempengaruhi

hal tersebut, diantaranya adalah perpaduan antara *human capital*, *social capital*, *financial capital*, serta inovasi yang dilakukan.

Colombo, Delmastro, & Grilli (2002), mengungkapkan sejauh mana faktor *human capital* mempengaruhi ukuran start-up. *Human capital* dapat berupa latar belakang pendidikan serta pengalaman dari pendiri start-up. Dikemukakan bahwa pendiri start-up yang mempunyai pengalaman di perusahaan yang lebih besar akan lebih mampu membawa usaha start-up yang didirikannya bertahan dan terus berkembang.

Selain itu *social capital* juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan usaha. Indikator *social capital* dapat diukur dari ukuran jaringan berupa jumlah link (apakah lemah atau kuat) serta bagaimana seorang pengusaha terhubung dengan pengusaha lain, konsumen, pemasok, pelanggan, atau individu lain yang relevan (Omri et al., 2015). Semakin banyak dan kuat jaringan sosial yang dimiliki maka peluang kesuksesan usaha juga akan semakin besar (Kristiansen & Wahid, 2008).

Modal dalam bentuk financial juga hal yang penting untuk memulai dan mengembangkan usaha, terutama dalam kondisi usaha dalam masa pengembangan. Menurut Kusuma (2014), *financial capital* dapat bersumber dari tabungan pribadi, pinjaman dari keluarga, tabungan kelompok maupun dari lembaga keuangan bank maupun non-bank. Sejumlah penelitian telah mengungkapkan bahwa kekurangan modal keuangan merupakan hambatan utama untuk

mencapai kesuksesan usaha kecil. Hal ini menjelaskan alasan usaha kecil biasanya memprioritaskan akses permodalan dari masalah usaha lainnya (Orser et al., 2000).

Selain dari *human capital*, *social capital* dan *financial capital*, inovasi juga memiliki peranan penting untuk mencapai kesuksesan usaha start-up. Inovasi menurut Prakoso (2005) adalah suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang terus berubah. Inovasi dicapai melalui pemakaian teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk produk maupun pelayanan, mengembangkan pasar baru dan mengeksplorasi pola manajemen dalam organisasi.

Thornhill (2006), menemukan bahwa inovasi adalah kunci untuk pengembangan dan kesuksesan usaha karena membantu untuk memperkuat perusahaan, meningkatkan daya saing dan meningkatkan keuntungan. Inovasi tidak dapat dilepaskan dari kehidupan usaha karena inovasi merupakan pendorong utama sebuah perusahaan untuk berkembang, inovasi dapat berkembang dimana saja dan dilakukan oleh siapa saja (Dhewanto et al., 2014).

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi faktor yang mempengaruhi sukses atau tidaknya sebuah start-up bisnis di Sulawesi Selatan dengan judul "Analisis Determinan Kesuksesan Start-Up (Studi Kasus: Pengusaha Muda Start-Up di Sulawesi Selatan)". Penelitian ini akan

dikaji secara mendalam agar dapat mencapai keberlangsungan start-up bisnis yang mampu bersaing secara Nasional maupun Internasional.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Human capital*, *social capital*, dan *financial capital* adalah determinan kesuksesan usaha start-up?
2. Apakah *Human capital*, *social capital*, dan *financial capital* adalah determinan kesuksesan usaha start-up melalui inovasi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh *Human capital* terhadap kesuksesan start-up
2. Menganalisis pengaruh *social capital* terhadap kesuksesan start-up
3. Menganalisis pengaruh *financial capital* terhadap kesuksesan start-up
4. Menganalisis pengaruh *Human capital* terhadap inovasi.
5. Menganalisis pengaruh *social capital* terhadap inovasi.
6. Menganalisis pengaruh *financial capital* terhadap inovasi.
7. Menganalisis pengaruh inovasi terhadap kesuksesan start-up.
8. Menganalisis pengaruh *Human capital* secara tidak langsung terhadap kesuksesan start-up melalui inovasi.

9. Menganalisis pengaruh *social capital* secara tidak langsung terhadap kesuksesan start-up melalui inovasi.
10. Menganalisis pengaruh *financial capital* secara tidak langsung terhadap kesuksesan start-up melalui inovasi.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi pengusaha start-up

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan permodelan dan informasi terkait faktor apa saja yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan bisnis start-up.

2. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan dan program dalam rangka mengembangkan industri start-up, khususnya di daerah Sulawesi Selatan.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi para peneliti berikutnya yang melakukan penelitian dengan topik yang serupa.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Pertumbuhan Ekonomi**

Pertumbuhan ekonomi sebagai sebuah proses peningkatan output dari waktu ke waktu menjadi indikator penting untuk mengukur keberhasilan pembangunan suatu negara (Todaro, 2005). Pertumbuhan ekonomi merupakan masalah perekonomian jangka panjang, dan pertumbuhan ekonomi merupakan fenomena penting yang dialami dunia belakangan ini. Proses pertumbuhan ekonomi tersebut dinamakan sebagai Modern Economic Growth. Pada dasarnya, pertumbuhan ekonomi diartikan sebagai suatu proses pertumbuhan output perkapita dalam jangka panjang. Hal ini berarti dalam jangka panjang, kesejahteraan tercermin pada peningkatan output perkapita yang sekaligus memberikan banyak alternatif dalam mengkonsumsi barang dan jasa, serta diikuti oleh daya beli masyarakat yang semakin meningkat.

Pertumbuhan ekonomi juga bersangkutan paut dengan proses peningkatan produksi barang dan jasa dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Dapat dikatakan, bahwa pertumbuhan menyangkut perkembangan yang berdimensi tunggal dan diukur dengan meningkatnya hasil produksi dan pendapatan. Dalam hal ini berarti terdapatnya kenaikan dalam pendapatan nasional yang ditunjukkan oleh besarnya nilai Produk Domestik Bruto (PDB).

Pertumbuhan ekonomi hanya dipengaruhi oleh stok kapital, tenaga kerja dan teknologi yang bersifat eksogen. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan di suatu perekonomian. Kesejahteraan dan kemajuan suatu perekonomian ditentukan oleh besarnya pertumbuhan yang ditunjukkan oleh perubahan output nasional. Adanya perubahan output dalam perekonomian merupakan analisis ekonomi jangka pendek (Ma'ruf & Wihastuti, 2008).

Menurut Sukirno (2011) pertumbuhan ekonomi merupakan perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah. Pertumbuhan ekonomi merupakan kenaikan PDB atau PNB rill. Sejak lama ahli-ahli ekonomi telah menganalisis faktor-faktor penting yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan kepada pertumbuhan ekonomi yang berlaku di berbagai negara dapat disimpulkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi pertumbuhan dan pembangunan suatu negara adalah kekayaan sumber alam dan tanahnya, jumlah dan mutu tenaga kerja, barang-barang modal yang tersedia, tingkat teknologi yang digunakan dan sistem sosial dan sikap masyarakat.

Indonesia, sebagai suatu negara yang sedang berkembang sedang giat melaksanakan pembangunan secara berencana dan bertahap, tanpa mengabaikan usaha pemerataan dan kestabilan. Pembangunan nasional mengusahakan tercapainya pertumbuhan

ekonomi yang cukup tinggi, yang pada akhirnya memungkinkan terwujudnya peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan seluruh rakyat.

## 2.2 Teori Pertumbuhan Endogen

Dalam perkembangan teori pertumbuhan ekonomi, Pendekatan neoklasikal dianggap belum menjelaskan konsep pertumbuhan ekonomi dengan baik karena salah satu variabel utama yang menjelaskan pertumbuhan ekonomi, yaitu tingkat perkembangan teknologi digolongkan sebagai variabel eksogen. *Endogenous growth theory* mencoba memasukkan proses teknologi secara *endogenous* sehingga diperoleh hasil output perusahaan atau industri yang lebih baik. *Endogenous growth theory* sendiri berasumsi bahwa proses pertumbuhan berasal dari tingkat perusahaan atau industri (Juhro & Trisnanto, 2018). Dengan demikian, model pertumbuhan endogen, menekankan modal manusia dan penelitian dan pengembangan sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Beberapa pemikiran teori pertumbuhan ekonomi endogen dikemukakan oleh Romer (1986), Lucas (1988), & Grossman-Helpman (1991).

Menurut Martin dan Sunley (1998) kunci teori pertumbuhan endogen merupakan gabungan teknologi ke dalam model ekonomi. Asumsi kunci pertumbuhan endogen adalah akumulasi pengetahuan yang menghasilkan peningkatan keuntungan (*return*). Banyak perusahaan yang mengalokasikan biaya untuk mengembangkan pengetahuan sehingga mampu berkembang dan bertahan. Pemerintah



juga perlu mengembangkan pengetahuan tersebut dalam R&D yang dapat menguntungkan.

Romer (1990) mengembangkan model pertumbuhan endogen sebagai akibat dari adanya *knowledge externality*. Suatu perusahaan dapat lebih produktif dari perusahaan lain karena perusahaan tersebut mempunyai rata-rata *stock knowledge* yang lebih tinggi dari pada perusahaan lainnya. Secara matematis model pertumbuhan Romer tersebut adalah:

$$\gamma = \mathcal{F}(K_n)$$

$$\frac{\partial Y}{\partial K_n} \geq \text{Productivity / Innovation}$$

Dimana  $k$  merupakan *knowledge capital*,  $K$  merupakan keuntungan dari rata-rata *stock of knowledge capital* dalam perekonomian dan  $y$  merupakan tingkat produksi output. Berdasarkan model tersebut dapat dijelaskan bahwa tingkat output perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh faktor *knowledge capital*. Faktor produksi ini dalam implementasinya dapat berkembang menjadi faktor produksi perusahaan lain melalui mekanisme *learning by doing* atau *spillovers*. Secara agregat disinilah sebenarnya letak keterkaitan antar pertumbuhan ekonomi diberbagai negara. Selain itu pula dalam model tersebut, Romer juga ingin menunjukkan bahwa dibawah kondisi tertentu, *constan return to economy-wide knowledge*, dapat menyebabkan pertumbuhan secara endogen. Dampak eksternalnya

adalah adanya kritik terhadap pertumbuhan jangka panjang dengan berkurangnya modal pengetahuan privat (Muhklis, 2017).

Kontribusi yang penting dari teori endogen yaitu adanya formalisasi sumber daya manusia. Romer mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh dalam proses pertumbuhan ekonomi berasal dari *endogenous*, sistem ekonomi sendiri. Teori pertumbuhan endogen Romer mengatakan bahwa kemajuan teknologi dianggap merupakan faktor yang bersifat endogen. Definisi modal dalam teori ini bersifat luas yaitu modal fisik dan modal manusia (*Human capital*). Teori pertumbuhan endogen menekankan bahwa kombinasi dari pengetahuan oleh tenaga kerja dan modal akan menghasilkan pertumbuhan ekonomi. Teori ini berpendapat bahwa investasi pada *Human capital* (pendidikan) infrastruktur serta penelitian dan pengembangan yang tinggi akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi, begitu juga sebaliknya (Wijayanto, 2019).

### **2.3 Teori Pertumbuhan Eksogen**

Dalam tradisi neoklasik, teori pertumbuhan eksogen menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi disebabkan oleh peningkatan faktor-faktor produksi seperti akumulasi modal, tenaga kerja, yang disertai dengan teknologi yang bersifat eksogen (Mankiw, 2003). Pertumbuhan ekonomi ini bergantung kepada fungsi produksi. Karena tingkat kemajuan teknologi ditentukan secara eksogen maka model Neoklasik Solow juga disebut model pertumbuhan eksogen. Teori pertumbuhan Neoklasik dikembangkan oleh dua orang ekonom

yaitu: Robert Solow dan Trevor Swan. Teori NeoKlasik berpendapat bahwa pertumbuhan ekonomi bersumber pada penambahan dan perkembangan faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran agregat 'Teori pertumbuhan ini juga menekankan bahwa perkembangan faktor-faktor produksi dan kemajuan teknologi merupakan faktor penentu dalam pertumbuhan ekonomi' (Serly, 2018).

Model ini menggambarkan suatu ekonomi tertutup yang memproduksi satu jenis barang dengan menggunakan tenaga kerja dan kapital. Model mengasumsikan *technological progress* dan *saving rate* sebagai eksogen. Dalam model Solow, tabungan akan mendorong pertumbuhan untuk sementara, tetapi pengembalian modal yang kian menurun secara berangsur-angsur mendorong perekonomian mencapai kondisi mapan di mana pertumbuhan bergantung hanya pada kemajuan teknologi eksogen. Sebaliknya dalam model pertumbuhan endogen, tabungan dan investasi bisa mendorong pertumbuhan yang berkesinambungan (Dornbusch dkk., 2008).

Dalam bentuk yang lebih formal, model pertumbuhan neoklasik Solow memakai fungsi produksi agregat standar, yakni:

$$Y = K^{\alpha} (AL)^{1-\alpha}$$

Pada persamaan tersebut Y adalah Produk Domestik Bruto (PDB), K adalah stok modal fisik dan modal manusia, L adalah tenaga kerja, dan A adalah produktivitas tenaga kerja, yang pertumbuhannya ditentukan secara eksogen. Adapun simbol  $\alpha$  melambangkan elastisitas output terhadap modal.

Menurut teori pertumbuhan neoklasik tradisional pertumbuhan output bersumber dari satu atau lebih dari tiga faktor, yaitu kenaikan kuantitas dan kualitas tenaga kerja, penambahan modal, dan penyempurnaan teknologi. Kenaikan kuantitas dan kualitas dari tenaga kerja dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah penduduk dan juga perbaikan pendidikan. Faktor penambahan modal dapat dilihat melalui tabungan dan investasi (Fuddin, 2014).

#### **2.4 Teori Schumpeter**

Schumpeter merupakan arsitek dari teori perkembangan ekonomi dengan wirausahawan sebagai pusat. Peran wirausahawan adalah untuk mengganggu kestabilan ekonomi melalui inovasi. Pertanyaan teoritis adalah bagaimana kapitalisme menciptakan dan menghancurkan struktur ekonomi yang ada, jawabannya adalah pertumbuhan perekonomian merupakan sebuah proses yang didefinisikan lewat membawa keluar kombinasi baru dari faktor-faktor produksi, wirausahawan berinovasi dan akhirnya menciptakan "kombinasi baru ini". Menurut Schumpeter, inovasi bisa beragam hal seperti, penciptaan produk baru atau peningkatan kualitas produk, pengembangan metode produksi baru, pembukaan pasar baru, menemukan sumber daya baru untuk pasokan atau organisasi baru dari industri (Chell, 2008 dalam Mintardjo, dkk., 2020).

Pengetahuan yang dihasilkan oleh kapabilitas inovasi merupakan salah satu mesin produksi yang paling kuat, ini (pengetahuan) memungkinkan kita untuk menaklukkan alam dan selalu mencoba

menghilangkan berbagai keterbatasan yang ada (Johnson, 2016). Lebih lanjut, kapabilitas inovasi (Widodo et. al, 2015) dapat diartikan sebagai capaian sebuah negara dalam menciptakan ketersediaan sumber daya manusia ahli dan tingkat intensitas penelitian dan pengembangan yang mampu mendorong pertumbuhan juga pembangunan perekonomian secara berkelanjutan. Definisi tersebut memaparkan bahwa untuk mendorong tingkat kapabilitas inovasi dan kreativitas dalam penggunaan teknologi diperlukan sumber daya manusia yang terampil dalam melakukan dan menggali ilmu pengetahuan melalui proses penelitian dan pengembangan.

Schumpeter membedakan gagasan antara pertumbuhan ekonomi dengan pembangunan ekonomi, dimana pertumbuhan ekonomi berupa peningkatan output masyarakat yang disebabkan oleh proses produksi masyarakat tanpa ada perubahan teknologi dalam produksi itu sendiri. Sedangkan pembangunan ekonomi merupakan peningkatan output yang disebabkan oleh inovasi pengusaha. Inovasi dibagi menjadi lima tipe yaitu pengenalan produk baru, pengenalan metode produksi yang baru, terbukanya pasar baru, terbukanya pasokan baru, dan pelaksanaan organisasi baru. Sedangkan efek inovasi yaitu: 1) Pengenalan ekonomi baru; 2) Memberikan lebih banyak keuntungan yang merupakan sumber dana penting untuk akumulasi modal, 3) Munculnya proses tiruan (imitasi) dari pengusaha lain (Wibowo, 2020).

## 2.5 Pengertian Start-Up Digital

Mayoritas bisnis yang muncul di era modern saat ini cenderung dimanfaatkan melalui media online yang sekarang disebut *e-commerce*. Start-up, kata yang sering dipakai di era digital saat ini, Sheung (2014) menjelaskan bahwa metode startup bisnis diikuti oleh inovasi tren teknologi. Pateli dan Giaglis (2005) menyatakan bahwa percepatan pertumbuhan Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT) mampu meningkatkan tren yang mengubah model bisnis tradisional atau mendorong berdirinya bisnis baru (startup) yang cenderung memanfaatkan peluang teknologi.

Start-up merupakan istilah yang terdengar asing di telinga namun sangat familiar pada kalangan bisnis di era digital saat ini. Start-up muncul sekitar tahun 1998 - 2000 pada awal krisis ekonomi global. Awal mulanya start-up hanyalah sebuah badan usaha untuk jasa dan produk yang saat itu banyak dicari dan dibutuhkan oleh banyak orang dengan jangkauan pasar yang masih kecil (Kiwe, 2018). Seiring dengan pesatnya pertumbuhan internet, maka bisnis pun ikut berubah ke arah yang lebih cepat dan strategis. Hal ini yang menjadi salah satu faktor bisnis start-up kian populer dan berkembang pada tiap tahunnya. Tidak hanya di luar negeri, di dalam negeri pun ikut merasakan euforia ini.

Istilah start-up berasal dari Bahasa Inggris yang berarti "*The act or process of starting a process or machine, new organization or business venture*" atau "Tindakan atau proses untuk memulai sebuah proses, sebuah organisasi baru atau usaha bisnis." Istilah start-up dipopulerkan

di Silicon Valley identik dengan teknologi terutama ICT (*Information and Communication Technologies*), jadi start-up lebih dikenal untuk sektor teknologi dan komunikasi. Start-up merupakan suatu perusahaan yang masih baru dan sedang mencari bentuk yang terus bertumbuh dan diproyeksikan sebagai perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan profit yang besar sementara start-up digital merupakan perusahaan yang bertujuan untuk terus tumbuh dan mencari bentuk (Hardiansyah & Tricahyono, 2019).

Menurut Ries (Jaya, Ferdiana & Silmi, 2017) start-up adalah sebuah perusahaan rintisan yang belum lama beroperasi sebagai institusi manusia yang dirancang untuk menciptakan produk atau jasa di tengah ketidakpastian yang ekstrem. Start-up dirancang untuk menemukan bisnis model yang berulang dan berskala dan dapat bertahan di tengah ketidakpastian yang ekstrem. Tujuan dari bisnis adalah mendapatkan keuntungan tinggi dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Start-up merupakan salah satu perusahaan digital yang mengutamakan kecepatan dan ketepatan dalam berbisnis.

Definisi lain menurut Blank & Dorf (2012) menjelaskan bahwa start-up adalah organisasi yang bersifat sementara yang bertujuan untuk menemukan bisnis model dalam situasi yang belum pasti. Dalam hal ini start-up dapat dikatakan model awal mencari jati diri dalam sebuah bisnis yang baru. Untuk melakukan hal ini dapat dilakukan di dalam sub sektor sebuah perusahaan yang telah lama eksis berdiri. Berangkat dari sebuah ide dan asumsi belum tentu menghadirkan sebuah solusi tepat

guna bagi para calon pelanggan. Maka dapat dikatakan membangun sebuah start-up adalah melakukan beberapa eksperimen terhadap pasar dengan percobaan yang dilakukan berulang-ulang hingga menemukan model bisnis dan produk yang tepat dan benar-benar dibutuhkan oleh konsumen.

Masa depan teknoprenur terkait dengan startup yang mungkin akan terjadi adalah munculnya teknoprenur yang mengembangkan startup masa depan. Startup masa depan ini menurut Ross (2017) didorong oleh munculnya industri-industri masa depan. Industri masa depan yang mungkin akan muncul antara lain: industri finansial yaitu penyederhanaan serta efisiensi sistem dan akses keuangan global, industri makanan dan minuman yaitu memberi makan dan minum miliaran umat manusia yang ditopang oleh sumber daya yang ada, industri perjalanan dan pencarian koloni baru bagi umat manusia di dasar lautan serta di luar angkasa, industri material baru dan energi terbarukan yang tidak pernah habis yaitu materi-materi baru yang ramah lingkungan serta energi terbarukan yang ramah lingkungan serta untuk menopang mobilitas manusia, industri penolong kehidupan manusia, yaitu robot serta asisten cerdas, industri kesehatan dan memperpanjang usia hidup, yaitu industri untuk menghilangkan penyakit serta memperpanjang masa kehidupan manusia di dunia. Industri hiburan digital dan avatar kehidupan kedua, serta masih banyak lagi industri masa depan yang mungkin saja dibutuhkan dan mungkin akan terjadi (Mintardjo dkk., 2019).



## 2.6 Perkembangan Start-Up di Indonesia

Indonesia sebagai negara yang muncul pada tengah gelombang era globalisasi yang semakin pesat dan termasuk pertumbuhan yang sangat signifikan di Asia Tenggara (Permadi, 2017). Hal ini memicu kewirausahaan digital untuk pembangunan sumber daya manusia. Maraknya pertumbuhan start-up di Indonesia diikuti oleh pertumbuhan internet dari tahun ke tahun. Penggunaan aspek teknologi dan digitalisasi turut mengintervensi dan mengubah paradigma bisnis model konvensional. Kehadiran start-up yang menyandang status *unicorn* hingga *decacorn* turut meramaikan suasana ekosistem digital di Indonesia. Menurut data yang dilansir oleh start-up ranking, pada tahun 2019 Indonesia memiliki 2102 start-up dan menduduki posisi kelima terbanyak di dunia. Angka ini menunjukkan lonjakan yang begitu cepat dan masih akan tetap tumbuh secara menjanjikan. Semakin maraknya pertumbuhan ini akan mendorong UMKM dan dunia usaha untuk menuju digitalisasi yang masif. Hasil ini pula diharapkan di Indonesia bisa melahirkan banyak inovasi dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu, terbukanya banyak lapangan kerja yang dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat di sekitarnya. Selain itu, start-up dapat mendorong meningkatkan produktivitas rakyat yang memiliki daya saing di pasar internasional yang menggerakkan berbagai sektor strategis.

Melihat perkembangan start-up di Indonesia yang atraktif, pemerintah ikut turut andil memberikan perhatian secara khusus, baik

secara finansial maupun dalam hal meningkatkan sumber daya manusia. Hal ini dibuktikan dengan dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Gerakan 1000 start-up digital yang nantinya akan melahirkan bakal industri digital start-up. Pengenalan terhadap dunia start-up mulai digaungkan di setiap provinsi dari hulu ke hilir. Melalui gerakan tersebut para calon *founder* akan dibina melalui beberapa tahapan proses mulai dari penanaman paradigma sebagai wirausaha digital hingga strategi peluncuran produk yang siap digunakan dan menjadi solusi dalam masyarakat. Pemerintah turut mendampingi dan memberikan pengawasan hingga start-up siap untuk mendapatkan pendanaan awal (*seed funding*). Dengan demikian dapat tercipta kewirausahaan dan ekosistem start-up di Indonesia dan mempercepat pertumbuhan dan perkembangan ekonomi digital sebagai tujuan mewujudkan Indonesia sebagai energi digital di Asia Tenggara.

Berdasarkan data statistik dan hasil survei khusus yang dikeluarkan oleh Badan Ekonomi Kreatif, pelaku ekonomi kreatif dalam bidang digital di Indonesia tumbuh dengan angka 4.86% pada setiap tahunnya dan memberikan kontribusi sebesar 44.83 triliun untuk PDB (Produk Domestik Bruto) nasional. Adapun langkah yang diberikan oleh Bekraf terhadap subsektor ini adalah fokus pada pembangunan sumber daya manusia dengan memberikan pelatihan kepada usaha kreatif. Selain itu, Bekraf memberikan arahan fokus untuk kolaborasi terhadap subsektor dalam membentuk ekosistem digital kreatif kolaboratif. Berdasarkan potensi besar ini pelaku usaha kreatif mampu memberikan

kontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini membuktikan bahwa ekonomi kreatif di bidang start-up digital memiliki potensi untuk berkembang di masa mendatang (Bekraf, 2018).

## **2.7 Perkembangan UMKM Di Indonesia**

Pembangunan ekonomi yang berbasis pada masyarakat, sebelumnya berkembang dengan usaha padat karya pada industri besar, sehingga mampu untuk mengurangi pengangguran. Pada masa sekarang pergeseran paradigma dan perubahan kondisi masyarakat, memudahkan masyarakat untuk menciptakan berbagai usaha dengan bentuk UMKM yang terus bertumbuh dari waktu ke waktu, mulai dari kuantitasnya, hingga kualitas dari UMKM tersebut yang berubah menjadi usaha besar (Hariyoko, 2019).

Beberapa peneliti telah banyak mengkaji dan berusaha memberikan masukan untuk pengembangan UMKM di Indonesia. Peneliti tersebut diantaranya dilakukan oleh Supriyanto (2006) menyimpulkan dalam penelitiannya ternyata UMKM mampu menjadi solusi penanggulangan kemiskinan di Indonesia. Penanggulangan kemiskinan dengan cara mengembangkan UMKM memiliki potensi yang cukup baik, karena ternyata sektor UMKM memiliki kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, yaitu menyerap lebih dari 99,45% tenaga kerja dan sumbangan terhadap PDB sekitar 30%. Upaya untuk memajukan dan mengembangkan sektor UMKM akan dapat menyerap lebih banyak lagi tenaga kerja yang ada dan tentu saja akan dapat meningkatkan kesejahteraan para pekerja yang terlibat di

dalamnya sehingga dapat mengurangi angka pengangguran.

Peran UMKM dalam ekonomi sangat mencolok, selain alternatif mengurangi pengangguran, UMKM juga menjadi sektor perekonomian yang mampu untuk menyokong sistem perekonomian Indonesia. Hal ini ditunjukkan pada momentum krisis ekonomi tahun 1998 dan 2008 yang terjadi di seluruh dunia, tidak memberikan pengaruh yang besar pada UMKM dengan jumlah tenaga kerjanya. Banyak negara yang mengalami masalah yang parah pada sistem perekonomian mereka, apalagi negara yang mengandalkan sistem perhutangan di barat. Pengaruh dari krisis tersebut adalah tingginya inflasi pada tahun 2008 sebesar 11,06 persen yang tercatat pada data BPS. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang stabil membuat negara lain melirik Indonesia sebagai negara yang layak diperhatikan dalam sistem perekonomian dunia, karena dapat mengalami pertumbuhan ekonomi yang stabil di masa pasca krisis global (Rahayu, 2016).

Kemudian peneliti Darwanto (2013) melakukan pengamatan terhadap pertumbuhan UMKM dalam perekonomian di Indonesia. UMKM sebagai bagian dari perekonomian juga harus lebih meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi. Keunggulan bersaing berbasis inovasi dan kreativitas harus lebih diutamakan karena mempunyai daya tahan dan jangka waktu lebih panjang

## **2.8 Kesuksesan Usaha**

Sebuah start-up akan dikategorikan berhasil ketika mampu menemukan model yang tepat bagi tumbuhnya start-up tersebut (Ries,

2011). Model tersebut merupakan penciptaan produk dan jasa yang sesuai dengan pasar dengan mengutamakan kecepatan (secara eksponensial) dan ketepatan. Tujuan dan sasaran organisasi juga menjadi ukuran kesuksesan sebuah start-up. Namun, untuk start-up berbasis digital, kesuksesan usaha adalah ketika start-up tersebut mampu mencapai *product-market-fit* atau kesesuaian antara permintaan pasar dengan produk yang ditawarkan start-up. Hal tersebut dikutip dari id.techinasia.com yang mengacu kepada Dan Olsen (2015), penulis buku *The Lean Product Playbook*. Hasil wawancara penulis dengan bapak Eko Rahayu selaku pembina pada inkubator start-up di Bandung Techno Park (BTP) mengungkapkan hal yang sama. Jadi, sebuah start-up digital akan dikategorikan berhasil jika mampu mencapai kesesuaian produk atau jasa yang ditawarkan dengan kebutuhan pasar (Hardiansyah & Triharyono, 2019).

Gross (2017) Mengemukakan ada 5 faktor yang menentukan kesuksesan sebuah start-up. Kelima faktor tersebut adalah *timing*, *team*, *idea*, bisnis model, dan *funding* (Jaya, dkk., 2017).

a. *Timing*

*Timing* adalah pemilihan waktu atau momentum yang tepat untuk melakukan sesuatu. *Timing* merupakan faktor utama dalam start-up yang telah dibuktikan oleh sejumlah start-up yang sukses

b. Tim

Perusahaan akan berkata karyawan adalah aset yang paling berharga, namun kebanyakan perusahaan tidak benar-benar

melakukannya. GILT sebuah perusahaan situs belanja diskon merupakan contoh dari sebuah start-up yang sepenuhnya mengandalkan tim. Kevin Ryan, founder GILT menambah dua *co-founder* yang kemudian mengubah masa depan perusahaan, kehadiran Alexis Mayback, salah seorang founding member eBay, memberikan GILT jaringan bisnis untuk menjangkau merek-merek terkenal agar bergabung dengan situsnya. Alexandra Wilson, yang sebelumnya bekerja di Louis Vuitton dan Bvlgari memiliki keterampilan negosiasi dan pengetahuan yang diperlukan untuk menjadi sebuah *E-Commerce* yang sukses. GILT berhasil mencapai US\$30 juta dalam tahun pertamanya.

c. Model Bisnis

Model bisnis merupakan alat bantu yang menjelaskan bagaimana suatu organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap suatu nilai. Sebuah start-up memerlukan alat ini untuk memberikan pandangan yang menyeluruh akan proses bisnis yang akan direncanakan, atau bahkan menjelaskan bisnis yang sedang berjalan. Model bisnis dapat membantu menganalisa masalah dan mencari solusinya. Start-up baru dapat menggunakan model bisnis untuk merancang bentuk yang sesuai dengan kondisi start-upnya. Model bisnis merupakan suatu model yang menjelaskan tentang bagaimana suatu perusahaan bergerak dalam mencapai keuntungan. Model ini diibaratkan sebagai sebuah kendaraan yang

dibangun oleh perusahaan dalam rangka mengantar mereka ke tempat tujuan.

d. *Funding*

Rekanan bisnis dan investor mengetahui bahwa organisasi sebuah perusahaan berkaitan erat dengan kesuksesannya. Jika perusahaan memiliki organisasi yang buruk, pihak luar tidak akan mempercayai. SDM start-up yang baik, kualitas tim berbanding lurus dengan minat investor untuk menanam modal selain nama besar perusahaan.

## **2.9 Human Capital**

*Human capital* merupakan kombinasi dari pengetahuan, ketrampilan, inovasi dan kemampuan seseorang untuk menjalankan tugasnya sehingga dapat menciptakan suatu nilai untuk mencapai tujuan. Pembentukan nilai tambah yang dikontribusikan oleh *Human capital* dalam menjalankan tugas dan pekerjaannya akan memberikan *sustainable revenue* di masa akan datang bagi suatu organisasi (Malhotra & Bontis dalam Rachmawati & Wulani, 2004).

Menurut Stewart et al dalam Sawarjuwono dan Kadir (2003) mengatakan bahwa *Human capital* merupakan *lifeblood* dalam *intellectual capital*, sumber dari *innovation* dan *improvement*, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. *Human capital* mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut, dimana akan meningkat jika

perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya.

Kontribusi modal manusia dapat dianalisis dari dua perspektif yaitu secara mikro dan makro. Sudut pandang mikro memandang bahwa modal manusia merupakan bagian dari fungsi produksi pada individu yang selanjutnya berkaitan dengan kualitas dari sumber daya manusia. Pengetahuan dapat memberikan dampak terhadap penguasaan teknologi dan adanya inovasi yang dilakukan dalam hal proses produksi. Hasil dari adanya pengetahuan tersebut adalah adanya efisiensi dalam proses produksi yang berpotensi pada peningkatan produktivitas. Di sisi lain adanya keahlian akan menjadikan individu menjadi lebih kompeten dalam proses produksi sehingga mendorong produktivitas (Kasmawati, 2017).

*Human capital* tentunya perlu dikelola sehingga organisasi benar-benar dapat menggunakan asset yang berharga tersebut. *Human capital management* berkaitan dengan mendapatkan, menganalisis, dan melaporkan nilai tambah dari modal intelektual, serta pengelolaan *Human capital* dengan menganggap mereka sebagai *asset* dan menekankan bahwa keunggulan kompetitif dicapai dengan investasi strategis dalam asset melalui keterlibatan karyawan, manajemen bakat, pembelajaran dan pengembangan program (Amstrong, 2012).

Subagyo (2010) berpendapat bahwa terdapat sejumlah parameter kualitas *Human capital* diantaranya sebagai berikut:



## 1. Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan suatu proses berjangka panjang secara terstruktur dimana seseorang menerima ilmu secara konseptual maupun teoritis. Semakin tinggi pendidikan, maka bisa mencerminkan keahlian yang dimilikinya. Dengan keahlian yang dimiliki, maka akan mempermudah dalam mengumpulkan, memproses, menganalisis, serta menginterpretasikan setiap informasi yang diterima yang pada akhirnya dapat meningkatkan kemampuan dalam melihat peluang pasar dan meningkatkan kemampuan dalam mengambil keputusan.

## 2. Pengalaman

Pengalaman dapat dikatakan sebagai memori *episodic* yaitu memori yang menampung dan mengarsipkan kejadian yang pernah dialami pada waktu lampau. Selain itu pengalaman kerja dapat diukur dengan mengetahui masa kerja seseorang dalam menggeluti pada pekerjaannya. Semakin lama seseorang bekerja berarti semakin banyak pengalaman yang dimiliki. Masa kerja merupakan masa yang digunakan untuk melakukan pelatihan, karena pelatihan kerja dilaksanakan baik saat bekerja maupun saat tidak bekerja. Dengan latihan maka keterampilan dan kemampuan seseorang akan meningkat serta produktivitas akan bertambah. Dengan banyaknya pelatihan, ilmu pengetahuan, kemampuan dan keterampilan maka akan meningkatkan produktivitas seseorang yang berdampak pada peningkatan *human capital*.

### 3. Kemampuan mengatur keuangan

Kemampuan dalam mengatur keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memajemen finansial secara baik dan sesuai dengan kaidah manajemen keuangan

### 4. Kemampuan dalam pemasaran

Kemampuan pemasaran merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk memasarkan hasil produk yang dimiliki secara sistematis dan terkelola.

### 5. Kemampuan manajerial secara umum

Kemampuan secara umum merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola perusahaan/organisasi secara menyeluruh. Termasuk kemampuan dalam pengambilan keputusan, risiko dan kepemimpinan.

## **2.10 Social Capital**

*Social capital* menurut Apridar (2013) merupakan modal pertama dan utama dalam ekonomi digital untuk menghasilkan modal-modal lain seperti modal material. Modal sosial pada ekonomi digital meliputi kepercayaan, kejujuran, dan integritas. Hal ini merupakan modal dasar yang harus tumbuh sebelum modal-modal lainnya. Seseorang yang dipercaya dipinjami modal uang, modal usaha, bermitra, menjadi agen, menjadi pemasok, dan distributor karena jujur, berintegritas tinggi serta dapat dipercaya. Modal ini menyangkut keterhubungan, kemitraan, dan jejaring yang harus dibentuk.

Modal sosial yang terserap oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) akan membentuk faktor yang kuat dalam kinerja produksi dan operasionalnya. Preposisi tersebut beralasan dan linier dengan studi-studi pada tingkat makro yang menunjukkan bahwa semakin besar modal sosial, maka kinerja ekonomi akan lebih baik (Bell dan Kilpatrick, 2001). Selanjutnya, Durkin Jr. (2000) secara lebih spesifik menyatakan bahwa modal sosial merepresentasikan bentuk-bentuk hubungan yang memungkinkan individu atau rumah tangga mengakses sumber-sumber sosial untuk meningkatkan kegunaan atau output berbagai level konsumsi.

Menurut Granovetter (1973 & 1982) yang dikutip dari Setyawati (2011) menjelaskan bahwa ada empat kriteria yang membedakan jaringan dari perusahaan lain yaitu:

- a. Frekuensi dalam melakukan kontak jaringan dengan orang lain
- b. Pendekatan emosional dalam berkomunikasi
- c. Derajat kedekatan dalam hubungan itu
- d. Tingkat komitmen di antara faktor-faktor yang terlibat dalam pertukaran proses.

Sedangkan menurut Nahapiet, J & Ghoshal (1998), Deng & Hendrikse (2014) mengemukakan bahwa *social capital* dibagi menjadi tiga. Tiga dimensi yang berbeda yaitu:

- a. Dimensi *structural* merupakan struktural jaringan untuk berbagi informasi dan pertukaran, yang memfasilitasi interaksi dan transfer pengetahuan antara keanggotaannya.

- b. Dimensi kognitif mempromosikan sukses koordinasi dengan memfasilitasi komunikasi yang efektif dan persepsi umum di antara anggota
- c. Dimensi relasional menunjukkan bahwa kepercayaan memfasilitasi pertukaran sosial dan sumber daya meningkatkan komunikasi, dan meningkatkan kerjasama antar individu.

Menurut Muchtar (2009) indikator yang dapat digunakan untuk menilai sosial capital antara lain:

- a. Kemampuan membangun kerjasama, merupakan kemampuan seseorang untuk menjalin kerjasama dengan para pelaku usaha untuk bertukar pikiran maupun informasi serta masukan dalam menjalankan usaha yang dikelola.
- b. Kemampuan membangun kepercayaan, kemampuan seseorang untuk membangun kepercayaan dengan konsumen, pengusaha maupun pelanggan,
- c. Partisipasi dalam masyarakat lokal, kemampuan dalam membangun kerjasama dengan masyarakat sekitar dalam berbagai kegiatan yang saling menguntungkan.

### **2.11 *Financial Capital***

Akses modal sudah jelas merupakan salah satu hambatan khas saat memulai bisnis baru. Sumber modal yang potensial dapat berupa tabungan pribadi atau pinjaman dari keluarga, teman, bank atau institusi keuangan lainnya. Kekurangan modal juga merupakan masalah yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia (Kementrian UMKM

dan BPS, 2004). Aspek financial merupakan aspek yang berhubungan erat dengan perputaran arus kas/keuangan dalam sebuah bisnis. Keberhasilan bisnis tercipta ketika financial competence mengalokasikan dana sesuai dengan kebutuhan. Pengelolaan biaya-biaya dapat dilakukan seefisien mungkin dan kebijakan keuangan linear dengan tujuan perusahaan baik secara jangka panjang dan jangka pendek. Aspek *Financial* competence atau yang biasa disebut pengelolaan keuangan berupa laporan laba rugi laba pro forma, anggaran penjualan harus tersusun ditahap awal sehingga dapat fokus pada biaya-biaya operasional (Wijatno, 2009).

Dalam menjalankan aktivitas bisnis pasti membutuhkan sejumlah dana, baik dari tabungan sendiri maupun dari pinjaman. Akses ke modal keuangan merupakan sesuatu yang penting untuk memulai dan mengembangkan usaha, terutama pada usaha yang masih berskala kecil. Istilah modal kerja mengacu pada aset jangka pendek sebuah perusahaan, misalnya persediaan, dan hutang jangka pendek. Modal kerja merupakan sumber daya yang digunakan untuk mengoperasikan aktivitas usaha agar terhindar dari penggelembungan biaya perusahaan, hal tersebut berupa aktivitas kas pemasukan maupun pengeluaran perusahaan (Stephen et al., 2009).

## **2.12 Inovasi**

Larsen, P & Lewis, A. (2007) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak

akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya.

Keeh, et.al. (2007) menjelaskan inovasi sangat penting karena terdapat alasan berikut:

- a. Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan ini mendorong usaha entrepreneurial untuk bersaing dan sukses. Yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.
- b. Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk semakin pendek, yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bisa terjadi karena ada pemikiran kreatif yang menimbulkan inovasi.
- c. Konsumen saat ini lebih pintar dan menuntut pemenuhan kebutuhan. Harapan dalam pemenuhan kebutuhan mengharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Oleh karena itu skill inovatif

dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan.

- d. Dengan pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang bagus dapat semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan produk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinyu.
- e. Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan menciptakan posisi korporat yang lebih baik.

Menurut Rusdiana (2014) cara untuk meningkatkan kemampuan inovasi di bidang produk dan pelayanan adalah:

- a. Mempelajari inovasi dari pengalaman yang ada
- b. Memberikan penghargaan kepada karyawan yang memiliki gagasan inovasi
- c. Berorientasi pada perilaku untuk berinovasi
- d. Menetapkan tujuan berinovasi
- e. Membuat produk penuh inovasi dengan cara-cara yang sederhana
- f. Memulai membuat produk dengan inovasi yang paling kecil
- g. Melakukan percobaan dan perbaikan
- h. Mengikuti alur jadwal yang sudah ditentukan dalam berinovasi
- i. Bekerja selalu dengan semangat dan mempunyai keyakinan yang kuat akan inovasi dan risiko.

Proses dalam penemuan inovasi dapat dikelompokkan pada level nasional, kelompok, atau individu. Untuk hal tersebut wirausaha harus

mampu mengelola empat tahap pembuatan inovasi proses, yaitu (Rusdiana, 2014):

- a. Pengamatan dan penelitian terhadap lingkungan internal dan eksternal
- b. Pilihan terhadap adanya pemicu inovasi
- c. Ada banyak pilihan sumber daya dan pembuatan produk dan atau jasa melalui riset.

Dimensi tipe inovasi, tahapan inovasi, dan level analisisnya adalah sebagai berikut:

- a. Inovasi produk merupakan hasil dari seluruh karyawan yang ada dalam perusahaan
- b. Inovasi administrasi adalah inovasi yang berkaitan dengan manajemen, dan berorientasi pada proses struktur, dan manajemen sumber daya manusia (SDM), serta sistem Akuntansi
- c. Inovasi kontinum merupakan perubahan yang inkremental ke radikal menurut tingkatan perubahan yang dituju untuk mengerjakan inovasi
- d. Inovasi proses adalah usaha untuk menghasilkan produk dan pelayanan yang baik
- e. Inovasi teknik adalah inovasi yang berkaitan langsung produksi sebuah produk.



### 2.13 Kepemudaan

Undang-Undang nomor 40 tahun 2009 tentang Kepemudaan pasal 1 ayat 1 menyatakan, pemuda adalah seseorang yang berusia antara 16 sampai 30 tahun. Berdasarkan data proyeksi jumlah penduduk yang dikeluarkan oleh Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) pada tahun 2018 jumlah penduduk Indonesia mencapai 265 juta jiwa. Dari total tersebut, menurut hasil Susenas (Survei Sosial Ekonomi Nasional) tahun 2018, Indonesia adalah rumah bagi 63,82 juta jiwa pemuda. Jumlah tersebut merupakan seperempat dari total penduduk Indonesia. Berdasarkan data yang sama pada tahun 2018, separuh pemuda Indonesia bekerja (52,87 persen), sisanya aktif sekolah, mengurus rumah tangga, serta sibuk mencari dan mempersiapkan pekerjaan. Pemuda yang terlibat dalam kegiatan ekonomi cukup tinggi, hal ini dinyatakan dengan nilai TPAK pemuda sebesar 60,10 persen. Artinya, sekitar tiga dari lima pemuda sedang bekerja, mempersiapkan pekerjaan, atau mencari pekerjaan. Memiliki karakteristik pemuda seperti itu, akan menjadi modal berharga bagi Indonesia untuk dapat memacu pertumbuhan dan pembangunan ekonomi kedepannya (Ashshiqiq & Nooraeni, 2018).

Menurut Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pembangunan masyarakat merupakan salah satu langkah yang dapat dilakukan melalui upaya, gagasan maupun dari masyarakat sendiri, ataupun segala aktivitas pemerintah yang bertujuan untuk memulihkan keadaan ekonomi, sosial dan budaya (Satries, 2009). Mengacu pada pengertian

tersebut, terdapat dua peran pemuda untuk pembangunan masyarakat. Pertama, pemuda sebagai pelopor ditengah-tengah kelompok masyarakat, bersama-sama masyarakat dalam memperbaiki kondisi masyarakat. Kedua, memfasilitasi berbagai program yang dicanangkan oleh pemerintah di dalam pembangunan masyarakat.

Datangnya Revolusi Industri 4.0 menjadikan Kemajuan teknologi digital tidak hanya difungsikan sebagai alat komunikasi, melainkan masyarakat juga melakukan banyak hal dengan terintegrasinya kecepatan internet. Melalui generasi muda, media sosial berkembang menjadi bisnis. Bentuknya beragam mulai berbisnis daring, ecommerce, atau dengan membangun startup berbasis teknologi digital yang diprediksi akan menjadi salah satu kekuatan ekonomi terbesar nantinya (Dahlan, dkk., 2020).

Selain itu pengembangan startup juga menjadi daya pendorong dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan regulasi serta infrastruktur dalam mendukung kemajuan perusahaan startup akan berbanding lurus naiknya sumber pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan rilis data BPS, Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE) Indonesia pada 2018 sebesar 5,17 persen dengan sumbangan lapangan usaha informasi dan komunikasi tumbuh sebesar 0,38 persen (Saebani, 2019). Sehingga dengan meningkatkan jumlah startup, diprediksi LPE Indonesia juga akan semakin meningkat pada tahun-tahun berikutnya.

Keterlibatan Generasi muda atau millennial Seperti apa yang dikatakan oleh Deal (2010) pada penelitiannya terhadap penggunaan

teknologi menggambarkan bahwa ada hubungan kuat antara generasi milenial dan teknologi. Hal tersebut merupakan salah satu alasan bahwa sebagian besar perusahaan startup digital secara umum diisi oleh generasi muda.

## BAB III

### KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

#### 3.1. Kerangka Konseptual

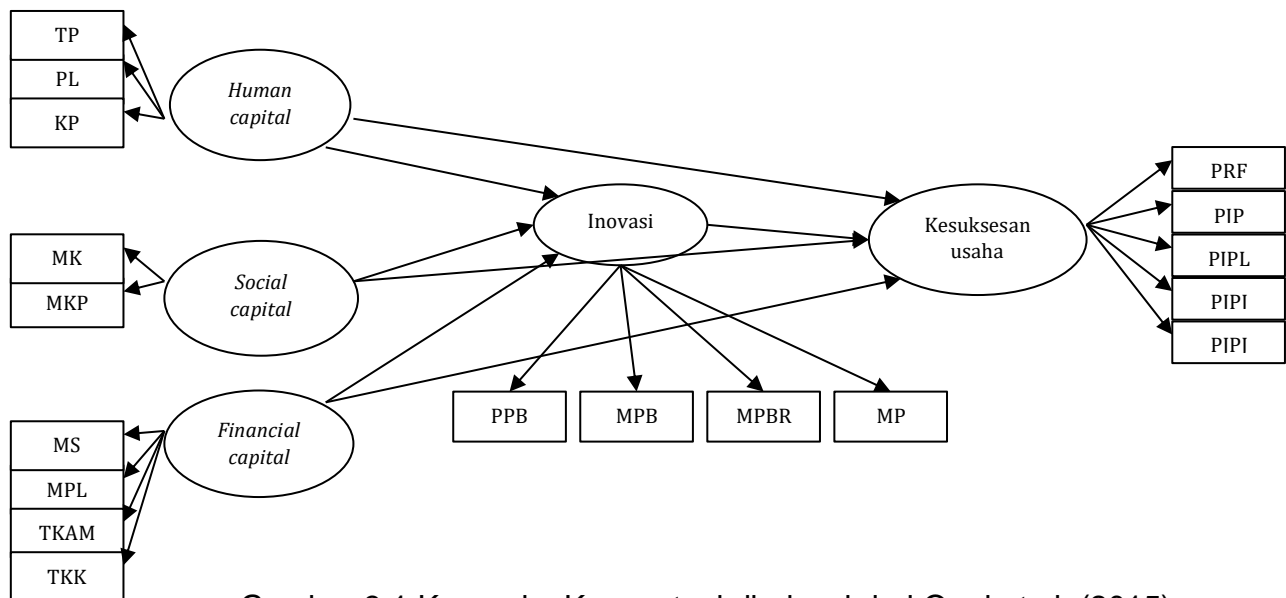
Kesuksesan start-up digital adalah capaian dari beberapa indikator yang telah dikemukakan oleh (Omri et al., 2015) yaitu *human*, *financial*, dan *social capital* yang dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh inovasi dari start-up digital tersebut. Teori yang menjelaskan bahwa *Human capital* adalah bagian penting dari kesuksesan sebuah usaha disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, *Human capital* memudahkan pemilik usaha untuk menemukan dan memanfaatkan peluang bisnis yang tidak tampak oleh orang lain. Kedua, *Human capital* berkorelasi positif dengan strategi perencanaan dan risiko yang selanjutnya mempengaruhi keberhasilan bisnis. Ketiga, pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang dapat digunakan untuk meningkatkan sumber daya lainnya, seperti keuangan, fisik, dan sarana produksi. Sehingga pemilik usaha mencapai profitabilitas yang lebih tinggi dengan *Human capital* yang lebih banyak dibandingkan dengan usaha yang memiliki lebih sedikit *Human capital*.

Poin penting selanjutnya adalah *financial capital* dimana secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kesuksesan sebuah usaha. Secara tidak langsung, akumulasi *financial capital* akan mengarahkan kepada pelatihan dan perencanaan usaha yang lebih baik. Sebuah usaha yang tidak mampu memiliki modal yang cukup akan rentan terhadap perubahan. Sehingga cenderung tidak memiliki sumber

daya yang diperlukan untuk memperkenalkan produk dan layanan baru untuk memperluas pasar. Sedangkan teori mengenai *social capital* mengungkapkan bahwa jaringan seseorang, khususnya pemilik usaha memiliki korelasi yang tinggi terhadap kesuksesan sebuah usaha. Contohnya, koneksi jaringan memungkinkan pengusaha untuk mengidentifikasi peluang bisnis baru, memperoleh sumber daya dengan biaya di bawah harga pasar, dan meningkatkan legitimasi melalui pemangku kebijakan.

Namun modal tersebut tidak akan berdaya guna apabila tidak adanya inovasi dan kreatifitas. Inovasi adalah hal yang vital dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis. Inovasi merupakan proses yang dimulai dengan ide, dilanjutkan dengan pengembangan penemuan dan menghasilkan produk atau layanan (Edwards & Gordon, 1984). Peningkatan dan keberlanjutan sebuah usaha sangat ditentukan oleh inovasi. Sehingga dengan modal *human, financial, dan social capital* disertai dengan inovasi akan berhubungan secara langsung maupun tidak langsung terhadap kesuksesan usaha.

Berdasarkan tinjauan tersebut, maka kerangka penelitian yang akan dilakukan untuk menganalisis determinan kesuksesan sebuah usaha mikro kecil dan menengah dalam hal ini studi kasus terhadap pengusaha muda *start-up* digital di Sulawesi Selatan digunakan teori dari Omri, et al yang menggunakan variabel *human, financial, dan social capital* yang berhubungan secara langsung terhadap inovasi sehingga berkorelasi langsung maupun tidak langsung terhadap kesuksesan usaha.



Gambar 3.1 Kerangka Konseptual diadopsi dari Omri et al, (2015).

### 3.2. Hipotesis

Berdasarkan telaah teoritis, hasil-hasil penelitian terdahulu serta kerangka pemikiran teoritis tentang pemberian tambahan penghasilan pegawai terhadap kinerja pegawai, maka dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Human capital* berpengaruh positif secara langsung maupun tidak langsung terhadap kesuksesan start-up .

H2: *Social capital* berpengaruh positif secara langsung maupun tidak langsung terhadap kesuksesan start-up.

H3: *Financial capital* berpengaruh positif secara langsung maupun tidak langsung terhadap kesuksesan start-up.