



**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN, PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN DAERAH**

Jalan Monumen No. 1, Brigdjen Dharsono, Cirebon 45132 Telepon (0231) 203588
Email bapelitbangda@cirebonkota.go.id Website bappeda.cirebonkota.go.id

SURAT TUGAS

Nomor : 000.9/8/LITBANG/2024

- Dasar : 1. Surat Keputusan Wali Kota Cirebon Nomor 050/Kep.94-BAPPELITBANGDA/2024 Tentang Pembentukan Tim Kelitbangan Kota Cirebon;
2. DPA Tahun Anggaran 2024 Nomor: 5.05.02.2.04.0001 Penelitian, Pengembangan, dan Perekayasaan di Bidang Teknologi dan Inovasi;

MEMERINTAHKAN :

Kepada :

1. Tim Kelitbangan : Dr. Kartono, SE., M.Si (Ketua Tim Kelitbangan)
- : Toni Ari Wibowo, SST.Par.,M.Par (Anggota Tim Kelitbangan)
- : Dr. Iwan Purnama, ST.,MT (Anggota Tim Kelitbangan)
- : Nurhidayah, ST., M.Ars (Anggota Tim Kelitbangan)
- : Dr. Indra Surya Permana, MM (Anggota Tim Kelitbangan)
- : Hj. Ani Junaeni, SKM. M.M.
- : Dwi Hermin Susanti, SP
- : H. Dedi Setia Diningrat, ST, M.Si.
- : Novid Gumelar, St, M.Eng.
- : Indah Gilang Pusparani, S.Sos., M.Sc.
- : Kurnia Tri Hermawan, S.Sos., M.A.P.
- : Iis Taulida, S.H.I
- : Yuliana Herawati, S.Kom

- Untuk : 1. Melaksanakan Kegiatan Kajian Model Pengembangan Technopreneurship Kota Cirebon Tahun 2024 yang bersumber dari APBD Kota Cirebon Tahun 2024, dengan waktu pelaksanaan selama 60 hari kalender, terhitung sejak ditanda tangannya Surat Perintah Tugas ini.
2. Melaporkan hasil kegiatan kepada Kepala Bappelitbangda Kota Cirebon.

Cirebon, 13 September 2024
Kepala Badan Perencanaan
Pembangunan, Penelitian, dan
Pengembangan Daerah Kota Cirebon



Drs. AGUS HERDHYANA, M.Si
NIP. 196808231988031001



PEMERINTAH DAERAH
KOTA CIREBON

BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN
PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH

Laporan Akhir

KAJIAN MODEL PENGEMBANGAN TECHNOPRENEURSHIP DI KOTA CIREBON TAHUN 2024



www.bappeda.cirebon.kota.go.id



bappeda@cirebonkota.go.id

(0231) 203588



Jln. Monumen No. 1, Kesambi, Kota Cirebon



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur selalu terpanjatkan kehadiran Allah S.W.T yang senantiasa memberikan limpahan rahmat dan karunia pada seluruh alam raya. Berkat izin-Nya, Laporan Akhir Kegiatan “**Kajian Model Pengembangan Technopreneurship Kota Cirebon**” dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Shalawat dan salam tertuju pada pemimpin terhebat hingga akhir zaman, suri tauladan untuk semua umat manusia, Nabi Muhammad S.A.W.

Kegiatan ini merupakan salah satu proses laporan kegiatan penyusunan Kajian Karakteristik Angkatan Kerja, Kebutuhan Pelatihan dan Penempatan Tenaga Kerja di Kota Cirebon. Kegiatan dilakukan di Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Daerah (Bappelitbangda) Kota Cirebon dengan menggunakan Tahun Anggaran 2024.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi sehingga dapat tersusunnya dokumen Laporan Akhir Kajian Model Pengembangan Technopreneurship Kota Cirebon.

Cirebon, November 2024

Ketua Tim Kelitbangan

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kegiatan	4
1.3. Sasaran Kegiatan	4
1.4. Luaran Kegiatan.....	5
1.5. Ruang Lingkup Kegiatan	6
1.6. Kerangka Pikir	6
1.7. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Inovasi Bisnis.....	10
2.2. Technopreneur	13
2.3. Ekosistem Technopreneurship	15
2.5. Sumber Daya Technopreneur.....	17
BAB III METODOLOGI	21
3.1. Jenis Penelitian	21
3.2. Lokasi Penelitian	22
3.3. Jadwal Kegiatan Kajian	22

3.4.	Populasi dan Sampel.....	23
3.4.1.	Populasi	23
3.4.2.	Sampel.....	23
3.5.	Metode Pengumpulan Data.....	25
3.6.	Metode Analisis	27
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1.	Hasil Penelitian.....	28
4.1.1.	Gambaran Umum Kota Cirebon	28
4.1.2.	Analisis Kuantitatif	50
4.1.3.	Analisis Kualitatif	63
4.2.	Pembahasan	73
4.2.1.	Kondisi Eksisting Technopreneurship di Kota Cirebon..	73
4.2.2.	Gambaran Ekosistem Technopreneurship di Kota Cirebon	81
4.2.3.	Potensi Technopreneurship di Kota Cirebon	86
4.2.4.	Model Pengembangan Technopreneurship di Kota Cirebon	87
4.2.5.	Strategi Pengembangan Technopreneurship di Kota Cirebon	90
4.2.6.	Rekomendasi Pengembangan Technopreneurship di Kota Cirebon	93

BAB V	PENUTUP	99
	5.1. Kesimpulan	99
	5.2. Saran	100
	DAFTAR PUSTAKA.....	102
	LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Jadwal Kegiatan	22
Tabel 4.1. Proporsi Penggunaan Konsumsi Akhir terhadap PDRB	40
Tabel 4.2. Perbandingan Analisis Kuantitatif dan Kualitatif.....	76
Tabel 4.3. Tahapan <i>Technopreneurship</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Pikir.....	8
Gambar 2.1. Sumber Daya dalam Ekosistem Wirausaha.....	18
Gambar 4.1. Pertumbuhan PDRB Beberapa Lapangan Usaha (persen)	39
Gambar 4.2. Jenis Kelamin Responden.....	50
Gambar 4.3. Usia Responden	51
Gambar 4.4. Pendidikan Responden	51
Gambar 4.5. Jenis Industri Responden.....	52
Gambar 4.6. Lama Usaha Responden	53
Gambar 4.7. Modal Usaha Responden.....	53
Gambar 4.8. Sumber Modal Usaha Responden	54
Gambar 4.9. Omset Tahunan Responden	54
Gambar 4.10. Pemanfaatan Teknologi pada Proses Produksi	55
Gambar 4.11. Penerapan Teknologi Komunikasi dan Informasi pada Sistem Kerja Bisnis	55
Gambar 4.12. Keikutsertaan Komunitas Wirausaha	56
Gambar 4.13. Keikutsertaan Kompetisi Wirausaha	56
Gambar 4.14. Keikutsertaan Pelatihan Kewirausahaan	57
Gambar 4.15. Pemilik Usaha Membaca Buku/Informasi Wirausaha.....	57
Gambar 4.16. Pemilik Usaha Membaca Informasi Wirausaha Melalui Media Sosial	58
Gambar 4.17. Keikutsertaan Workshop Penerapan Teknologi Komunikasi dan Informasi Bisnis.....	58

Gambar 4.18. Keterlibatan Karyawan mengikuti Workshop Penerapan Teknologi Komunikasi dan Informasi Bisnis	59
Gambar 4.19. Kepemilikan Tim Khusus Pembuatan Desain Produk/Layanan	59
Gambar 4.20. Kegiatan Penelitian Dan Pengembangan Produk Atau Layanan Berbasis Teknologi Komunikasi dan Informasi Secara Rutin dan Terjadwal.....	60
Gambar 4.21. Keikutsertaan Pembinaan Penerapan Teknologi Komunikasi dan Informasi Bisnis Bersama Mentor	61
Gambar 4.22. Evaluasi Materi Teknologi Informasi.....	61
Gambar 4.23. Pendanaan Usaha menggunakan Dana Pribadi	62
Gambar 4.24. Pendanaan Usaha menggunakan Dana Eksternal.....	62
Gambar 4.25. Berbagi Informasi Bisnis Kepada Rekan Calon Wirausaha.....	63
Gambar 4.26. Tahapan yang dilalui Technopreneur.....	79
Gambar 4.27. Model Pengembangan Techopreneurship Kota Cirebon.....	88

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada Agustus 2023, di Indonesia terdapat 52 juta orang wirausaha pemula, yang terdiri dari 32,2 juta orang yang berusaha sendiri dan 19,8 juta orang yang berusaha dengan dibantu buruh tak tetap atau buruh tak dibayar. Selain itu, terdapat sekitar 4,5 juta orang wirausaha mapan yang berusaha dengan bantuan buruh tetap atau buruh dibayar. Angka ini menunjukkan bahwa rasio wirausaha pemula mencapai 35,21%, sedangkan rasio wirausaha mapan hanya 3,04% dari total angkatan kerja nasional. Selama dekade terakhir (Februari 2013-Agustus 2023), jumlah wirausaha pemula bertambah sekitar 12,6 juta orang atau tumbuh sebesar 31,8%, sedangkan jumlah wirausaha mapan hanya bertambah sekitar 360,9 ribu orang atau tumbuh sebesar 8,7% (Ahdiat, 2023). Jumlah wirausaha ini akan terus bertambah seiring dengan semakin banyaknya program pemerintah yang mendorong pertumbuhan ekonomi. Kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi memiliki hubungan yang sangat erat dan positif. Peningkatan jumlah wirausaha menyebabkan peningkatan pertumbuhan ekonomi suatu negara (Schumpeter, 1991). Salah satu daerah yang memiliki wirausaha potensial adalah Kota Cirebon (Astuti et al., 2022).

Sebagai kota perdagangan, Kota Cirebon memiliki berbagai jenis wirausaha atau UMKM unggulan, seperti kuliner, fashion, otomotif, teknologi, dan lainnya. Data dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perindustrian Kota Cirebon pada tahun 2024 menunjukkan bahwa total UMKM di Kota Cirebon

sebanyak 2.499 UMKM. Jumlah tersebut meningkat dibandingkan tahun 2021, dimana jumlah UMKM di Kota Cirebon hanya 1.390 UMKM. Adanya peningkatan tersebut tidak lepas dikarenakan adanya dukungan dari Pemerintah Kota Cirebon kepada para pelaku UMKM, seperti memfasilitasi pelaku UMKM untuk menembus pasar ekspor, seperti ke Filipina dan Malaysia. Pemerintah Kota Cirebon juga meluncurkan "Cirebon Extrade Hub" untuk membuka akses ekspor UMKM. Lalu Pemerintah Kota Cirebon juga rutin mengadakan bazar UMKM untuk mempertemukan pelaku UMKM dengan konsumen. Selain itu para pelaku UMKM juga dibekali dengan berbagai pelatihan, seperti pemasaran digital, packaging produk, dan lainnya. Dalam hal perizinan, Pemerintah Kota Cirebon juga memfasilitasi pelaku UMKM dalam hal penerbitan NIB, sertifikasi halal, dan lainnya.

Seiring berjalannya waktu, pertumbuhan kewirausahaan juga didukung dengan pengembangan teknologi yang semakin baik. Sehingga telah banyak entrepreneur muda yang mulai menggunakan teknologi dalam usaha mereka. Penggabungan kedua hal ini membangun suatu istilah baru dalam dunia kewirausahaan yaitu technopreneurship. Technopreneurship berasal dari gabungan kata *technology* dan *entrepreneurship* (Depositario et.al, 2011). *Technopreneurship* merupakan proses sinergi dari kemampuan yang kuat pada penguasaan teknologi serta pemahaman menyeluruh tentang konsep kewirausahaan. Pendapat lain mengenai technopreneurship adalah proses dalam sebuah organisasi yang mengutamakan inovasi dan secara terus menerus menemukan problem utama organisasi, memecahkan permasalahannya, dan mengimplementasikan cara-cara

pemecahan masalah dalam rangka meningkatkan daya saing di pasar global (Okorie et al., 2014).

Technopreneur dalam dunia bisnis dianggap sebagai salah satu bentuk wirausaha yang sesuai dengan perubahan lanskap bisnis kontemporer. Pada masa lalu, sebuah negara dianggap sebagai negara yang bisa mencapai kemakmuran jika mempunyai atau menguasai sumber daya alam, namun demikian, sejarah kemudian menunjukkan bahwa negara-negara yang mengalami kemajuan peradaban bukan negara yang mempunyai sumber daya alam yang banyak, melainkan negara-negara yang menguasai perkembangan teknologi. Teknologi bermula dari pengetahuan, saat ini perekonomian berada di era *knowledge-based economy*, dimana penguasaan pengetahuan dan teknologi menjadi penting untuk membangun daya saing sebuah negara (McCampbell, et al., 1999; Armistead dan Meakins, 2002). Negara-negara maju saat ini memilih untuk fokus pada inovasi bisnis dengan menguasai hak paten dan hak cipta produk sebagai hasil riset dan pengembangan produk dalam jangka panjang.

Adanya pertumbuhan signifikan dalam jumlah wirausaha pemula, ada kebutuhan mendesak untuk mengembangkan model pengembangan technopreneurship, khususnya di kota-kota besar seperti Kota Cirebon. Dengan potensi besar dalam bidang teknologi dan kewirausahaan, Kota Cirebon memiliki peluang untuk menjadi pusat *technopreneurship* yang inovatif, mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Potensi dari Technopreneur di Kota Cirebon relevan dengan struktur perekonomian kota ini yang didominasi oleh sektor perdagangan, jasa dan pariwisata. Sesuai dengan Misi Kota Cirebon, kajian Technopreneur akan berfokus pada wirausaha yang bergerak

di bidang ekonomi kreatif. Technopreneur merupakan solusi untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi bagi sektor sektor tersebut. Masalah utamanya adalah sampai saat ini belum ada data awal yang menunjukkan jumlah dan karakteristik dari Technopreneur yang ada di Kota Cirebon. Hal ini yang mendasari perlunya kajian tentang Model Pengembangan Technopreneurship di Kota Cirebon.

1.2. Maksud dan Tujuan Kegiatan

Maksud kegiatan kajian ini adalah penyusunan dokumen Kajian Model Pengembangan Technopreneurship Kota Cirebon. Tujuan kegiatan kajian ini antara lain:

1. Mengetahui kondisi eksisting (program pemerintah kota) dalam pengembangan technopreneurship di Kota Cirebon saat ini.
2. Mengetahui gambaran ekosistem technopreneurship di Kota Cirebon.
3. Mengetahui potensi technopreneurship di Kota Cirebon berdasarkan kategorisasi tertentu, tahapan usaha baru menjadi technopreneur dan tahapan pendanaan usaha
4. Tersusunnya model pengembangan technopreneurship di Kota Cirebon di masa mendatang.
5. Tersusunnya strategi pengembangan technopreneurship di Kota Cirebon
6. Memberikan rekomendasi pengembangan technopreneurship di Kota Cirebon di masa mendatang.

1.3. Sasaran Kegiatan

Adapun sasaran kegiatan dalam kajian ini antara lain:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis kondisi eksisting (program pemerintah kota) dalam pengembangan Technopreneurship di Kota Cirebon saat ini.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis gambaran ekosistem Technopreneurship di Kota Cirebon.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis potensi Technopreneurship di Kota Cirebon berdasarkan kategorisasi tertentu, tahapan usaha baru menjadi Technopreneur dan tahapan pendanaan usaha.
4. Menyusun dan menganalisis model pengembangan Technopreneurship di Kota Cirebon di masa mendatang.
5. Menyusun dan menganalisis strategi pengembangan Technopreneurship di Kota Cirebon
6. Memberikan rekomendasi pengembangan Technopreneurship di Kota Cirebon di masa mendatang.

1.4. Luaran Kegiatan

Luaran Kajian Model Pengembangan Technopreneurship Kota Cirebon, yaitu:

1. Laporan Awal/Pendahuluan;
2. Laporan Antara;
3. Laporan Akhir;
4. Executive Summary.

1.5. Ruang Lingkup Kegiatan

Ruang lingkup pekerjaan pada kajian ini, yaitu sebagai berikut:

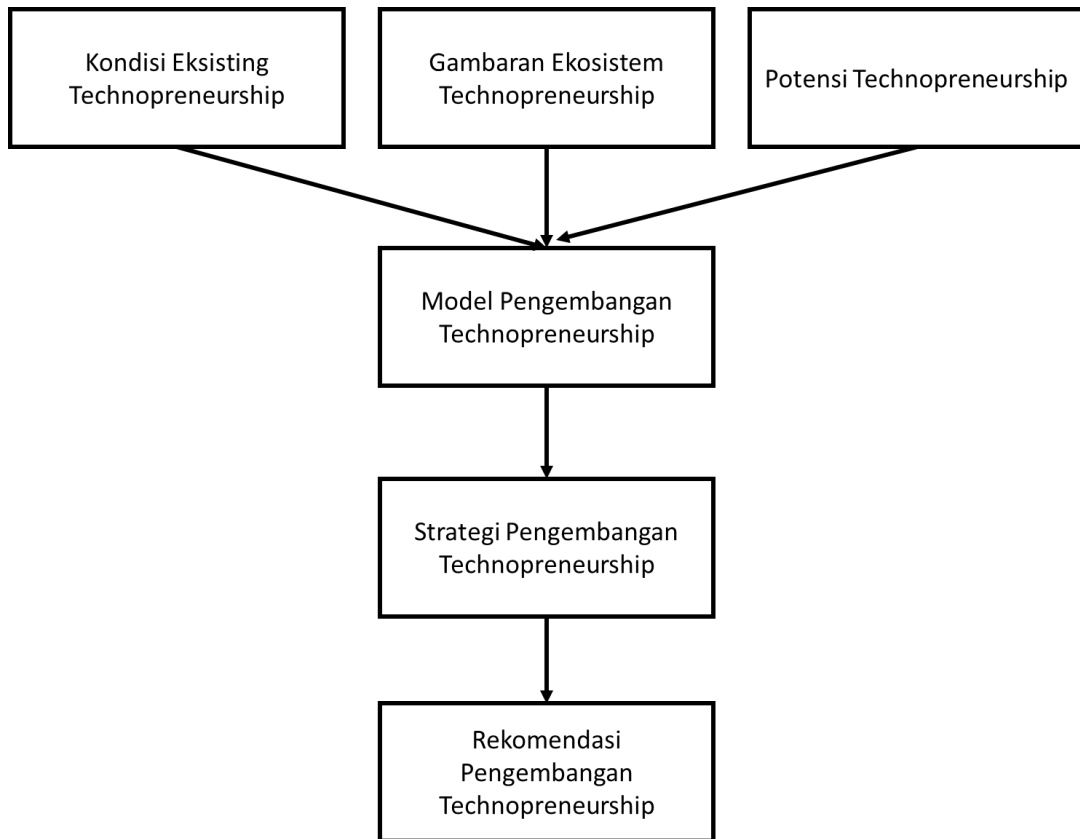
1. Mengkaji literatur akademik berkaitan dengan kewirausahaan, dan pengembangan technopreneurship.
2. Menganalisis dokumen-dokumen perencanaan pembangunan Kota Cirebon terkait dengan technopreneurship;
3. Menganalisis produk hukum terkait technopreneurship yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah Kota Cirebon, Pemerintah Daerah Provinsi, dan Pemerintah Pusat.
4. Berkoordinasi dengan beberapa Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) terkait seperti: Bappelitbangda, Dinas Tenaga Kerja, Dinas Pendidikan, DKUKMPP, Dinas Sosial, Kadin, dan lainnya yang berada di Kota Cirebon.
5. Menyiapkan Laporan Kajian Model Pengembangan Technopreneurship Kota Cirebon.

1.6. Kerangka Pikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model technopreneurship di Kota Cirebon yang berfokus pada berbagai aspek strategis. Langkah pertama adalah menganalisis kondisi eksisting program-program pemerintah kota yang telah mendukung pengembangan technopreneurship. Analisis ini memberikan pemahaman awal mengenai inisiatif yang sudah ada dan menjadi dasar pengembangan lebih lanjut. Selanjutnya, penelitian mengevaluasi gambaran ekosistem technopreneurship di Kota Cirebon, mencakup pelaku usaha, infrastruktur teknologi, komunitas, serta peran ekonomi kreatif yang mendominasi

struktur ekonomi kota ini. Selain itu, potensi technopreneurship dieksplorasi melalui kategorisasi sektor usaha, peluang inovasi, dan kontribusi terhadap pengembangan lokal.

Transformasi usaha konvensional menjadi technopreneur juga dikaji melalui analisis tahapan usaha baru, yang menyoroti pentingnya penerapan teknologi, inovasi, dan pola bisnis yang adaptif. Pada tahap berikutnya, kebutuhan dan akses pendanaan untuk mendukung technopreneurship dianalisis, termasuk peluang investasi dari berbagai sektor. Berdasarkan hasil kajian, strategi pengembangan disusun untuk memperkuat posisi technopreneurship di Kota Cirebon, baik di tingkat lokal maupun global. Akhirnya, semua elemen ini dirangkum dalam model pengembangan technopreneurship yang komprehensif dan relevan dengan visi Kota Cirebon, mencakup rencana implementasi jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan solusi inovatif yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan daya saing Kota Cirebon secara berkelanjutan. Maka dari itu kerangka berpikir pada penelitian ini yaitu:



Gambar 1.1. Kerangka Pikir

1.7. Sistematika Pembahasan

Sistematika Laporan Pendahuluan Kajian Model Pengembangan Technopreneurship Kota Cirebon memuat:

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang, Tujuan dan Sasaran, Dasar Hukum, Keluaran, Ruang Lingkup Kegiatan, Kerangka Pikir, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka berisikan referensi, teori-teori terkait dengan *technopreneurship*, serta kajian terdahulu (komparasi) tentang

model-model pengembangan *technopreneurship* yang dilakukan di daerah dan/atau pemerintah daerah.

BAB III METODOLOGI

Metodologi Pelaksanaan Kegiatan yang terdiri dari:

- a. Rencana Pelaksanaan Kegiatan berisikan jadwal pelaksanaan kegiatan, pelaporan kegiatan, dan rencana penugasan tenaga ahli.
- b. Jenis Penelitian
- c. Metode Pengumpulan Data; Metode pengumpulan data mencakup pengumpulan data primer dan pengumpulan data sekunder.
- d. Metode Analisis; Metode analisis yang dipilih dan digunakan untuk melihat keterkaitan antara data-data yang didapatkan secara primer & sekunder.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

BAB V PENUTUP

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Inovasi Bisnis

Teknologi terus berkembang membuat persaingan semakin bergerak secara dinamis dimana sumber daya, keterampilan individu ataupun organisasi dituntut untuk terus merespon dengan cepat dan tepat agar dapat mencapai kesuksesan. Perubahan ekonomi yang sangat cepat ini menciptakan peluang dan tantangan baru bagi pelaku usaha. Peluang dan tantangan ekonomi saat ini sangat dipengaruhi oleh penguasaan pengetahuan dan informasi. Pengetahuan ini dapat dengan mudah didapatkan dengan menggunakan teknologi informasi terkini.

Informasi yang sangat lengkap ini dapat dijadikan strategi kesuksesan jika diiringi dengan kemampuan berinovasi yang cerdas. Inovasi berbasis teknologi adalah inti dari penciptaan produk baru kewirausahaan, pasar baru, proses produksi baru, pengaturan organisasi baru, dan sumber pasokan baru yang menghasilkan bisnis yang menguntungkan dari prospek yang tidak menguntungkan dengan menerapkan teknologi (Blazenko et al., 2012). Kematangan dan pengembangan kemampuan berinovasi para pelaku usaha baru dimulai melalui proses 'doing, using and interacting' dalam berinteraksi dalam melakukan inovasi dan pentingnya dalam memelihara adopsi inovasi yang lebih kompleks dan berpotensi bernilai lebih tinggi.

Penerapan inovasi terbuka seperti mengetahui bagaimana menavigasi struktur kekuatan organisasi dan bagaimana mewujudkan niat baik dari hubungan jejaring; memiliki self-efficacy untuk bekerja dengan mitra 'terbaik di kelasnya';

serta memiliki kepercayaan diri untuk mengambil risiko dapat meningkatkan keberhasilan usaha baru (Barrett et al., 2021). Kemampuan berinovasi ini sangat didukung oleh keterampilan dalam mengakses pengetahuan dan pengkolaborasian pengetahuan baru melalui Research and development menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (Boeker et al., 2021). Inovasi yang dilakukan akan terjaga dengan lima cara yaitu:

1. Paten

Paten adalah seperangkat hak eksklusif yang diberikan untuk jangka waktu tertentu oleh otoritas hukum. Biasanya, pemohon paten harus menunjukkan: orisinalitas, kegunaan, dan aplikasi komersial dari inovasinya.

2. *Copyright*

Hak cipta (copyright) adalah seperangkat hak eksklusif yang diberikan untuk jangka waktu tertentu oleh otoritas hukum kepada seorang penulis atau pencipta suatu karya asli dengan potensi dan kemungkinan niat untuk disalin atau didistribusikan secara massal. Hak cipta memberikan hak kepada penerima hibah untuk menyalin, mendistribusikan, dan mengadaptasi karya yang dilindungi. Seperti halnya paten, pemegang hak cipta dapat memberikan hak cipta tersebut secara bersyarat kepada pihak lain.

3. *Trademarks*

Merek dagang adalah atribut pembeda (yaitu, tanda, logo, dll.) yang mudah diidentifikasi dengan sumber unik (yaitu, perusahaan, produk, atau layanan usaha). Berhasil mengajukan perlindungan merek dagang memberikan hak eksklusif kepada pemegang merek dagang untuk menggunakan merek

dagang yang dilindungi untuk mempertahankan pengakuan publik dari hubungan antara perusahaan dan produk dan layanannya. Hak milik tersebut mungkin terbukti berharga ketika saatnya untuk memasarkan dan membangun pengenalan merek atas produk atau layanan inovatif yang diberikan.

4. Industrial Design Right

Hak desain industri adalah hak kekayaan intelektual yang dimaksudkan untuk melindungi desain visual yang orisinal dan inovatif yang memiliki nilai estetika. Biasanya desain industri digunakan untuk menghasilkan suatu produk.

5. Trade secret

Rahasia dagang (yaitu, informasi rahasia atau rahasia) tidak dilindungi secara formal selain melalui perjanjian kerahasiaan atau nondisclosure (NDA). Rahasia dagang pada umumnya tidak mudah dipertahankan, menawarkan manfaat ekonomi bagi pemiliknya, dan layak untuk dijaga kerahasiaannya. Rahasia dagang dapat mencakup proses, formula, desain, praktik, atau instruksi apa pun yang memenuhi karakteristik tersebut di atas. Pada dasarnya rahasia dagang mewakili jumlah dari semua upaya mental dan eksperimen yang telah dilakukan untuk mengembangkan produk atau layanan baru dan dari mana aset tersebut memperoleh nilai. Keterikatan inovasi pada hukum yang berlaku akan memperkuat legalitas kebaruan baik itu produk ataupun layanan. Inovasi saat ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Pelaku usaha yang melakukan inovasi berbasis teknologi ini menjadi cikal bakal terciptanya Technopreneur.

2.2. Technopreneur

Seorang technopreneur adalah perpanjangan dari seorang entrepreneur, dan menggunakan teknologi untuk membuat penemuan dan inovasi baru dan demikian memberdayakan pencapaiannya di pasar untuk mendapatkan uang. Secara teknis, technopreneur mahir dan mampu untuk menangkap kesempatan dalam produk atau proses teknologi tinggi atau bernilai tambah tinggi (Fachrurazi, 2019). Technopreneur adalah wirausahawan yang mengembangkan bisnisnya berdasarkan teknologi yang saat ini berkembang tidak hanya sebagai basis keluaran produk berupa teknologi tetapi juga mengintegrasikan teknologi kedalam berbagai elemen kunci bisnisnya serta berbagai aspek bisnisnya untuk meningkatkan kinerja produk ataupun layanan yang ditawarkan. Teknologi terintegrasi dalam proses pengembangan produk, sistem operasional bisnis, pemasaran serta pendistribusian produk atau layanan jasa yang memiliki nilai tambah serta memberikan solusi atas permasalahan dan kebutuhan masyarakat. Dampak adanya Technopreneur yaitu meningkatnya efisiensi dan produktifitas bisnis, meningkatnya pendapatan, menjadi jawaban atas permasalahan dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, menciptakan lapangan kerja baru serta menggerakkan sektor.

Technopreneur adalah orang yang membuat atau menemukan bisnis berdasarkan teknologi mereka sendiri dengan menyadari kesempatan dan mengatur sumber daya (Syaifulloh, 2021). Mereka adalah pemilik, manajer, pemimpin, atau pendiri dari organisasi. Mereka mengambil keputusan dan mengambil konsekuensi dari berbagai aspek dalam organisasi. Perbedaan antara entrepreneur dan technopreneur dipaparkan oleh Sambodo (2006) dalam Mopangga (2015) dapat dilihat pada Tabel 2.1 dibawah ini:

Tabel 2.1.

Perbedaan Entrepreneur dan Technopreneur

Karakteristik	Entrepreneur	Technopreneur
Motivasi	• Motivasi mendominasi ide dan konsep	• Pola pikir revolusioner • Kompetisi dan resiko sukses dengan teknologi baru
Kepemilikan	• Terdapat pengendali saham • Maksimalisasi keuntungan	• Penguasaan pasar • Nilai perusahaan terus bertambah
Gaya Manajerial	• Mengikuti pengalaman • Profesionalisme • Resiko ada pada manajemen	• Fleksibel • Target global • Inovasi produk berkelanjutan
R&D dan Inovasi	• Bukan prioritas utama • Kesulitan dengan penelitian • Mengandalkan franchise, lisensi	• Memimpin riset dan inovasi • Akses ke sumber teknologi tinggi • Kecepatan peluncuran produk ke pasar
Outsourcing & Jaringan Kerja	• Penting tetapi kesulitan • mendapatkan tenaga ahli • Kemampuan umum	• Pengembangan bersama banyak tim outsourcing • Banyak penawaran science and technology park
Potensi Pertumbuhan	• Penetrasi nasional cepat, global lambat • Pemimpin pasar dalam waktu singkat dengan proteksi, monopoli, dan oligopoli.	• Pasar berubah seiring teknologi terbaru • Akuisisi teknologi baru • Aliansi global untuk mempertahankan pertumbuhan
Target Pasar	• Penguasaan pasar nasional • Penetrasi pasar memakan waktu lama • Produk baru untuk pelanggan baru	• Pasar global sejak awal produk baru diluncurkan • Mendidik konsumen menggunakan teknologi baru.

Sumber: Sambodo (2006)

Terdapat 8 sub pembeda yang dijelaskan oleh Sambodo (2006), yaitu motivasi, kepemilikan, gaya manajerial, kepemimpinan, R&D dan inovasi, outsourcing dan jaringan kerja, potensial pertumbuhan dan target pasar. Technopreneur adalah

entrepreneur yang mengoptimalkan segenap potensi teknologi yang ada sebagai basis pengembangan bisnis yang dijalankannya.

2.3. Ekosistem Technopreneurship

Kewirausahaan secara konvensional digambarkan sebagai merancang, memperkenalkan, dan memfungsikan bisnis baru, yang biasanya dimulai sebagai bisnis kecil, misalnya, perusahaan pemula, yang menyediakan produk, proses, atau layanan untuk dijual atau disewa. Akhir-akhir ini minat berwirausaha semakin meningkat karena kekhususan dan kepentingannya, serta banyaknya pihak yang berkepentingan, sehingga mereka berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi melalui penyediaan berbagai jenis produk dan jasa yang bermanfaat bagi semua sektor serta menyediakan sejumlah besar peluang kerja di samping produk dan layanan baru yang mereka tawarkan di pasar. Pertumbuhan ekonomi ini membutuhkan inovasi dan teknologi sebagai kunci untuk kinerja ekonomi yang tinggi, terutama dengan terjadinya Knowledge based Economy (Al-edenat & Al hawamdeh, 2021).

Pengembangan dan pengkombinasian pengetahuan dari berbagai sumber daya internal ataupun eksternal dapat meningkatkan keberhasilan pencapaian peluang usaha ataupun strategi baru yang lebih efektif. Salah satu strategi terbaik adalah dimulainya teknologi dan/atau inkubator bisnis, yang dikenal dapat menciptakan alat ekspansi perusahaan dan komersialisasi teknologi baru. Incubator bisnis bisa dimulai dari sekolah menengah kejuruan ataupun perguruan tinggi. Beberapa manfaat adanya inkubator bisnis menurut (Ahmadi & O'Cass, 2018) yaitu:

1. Inkubator bisnis telah terbukti menjadi sarana yang berguna untuk mengatasi pengangguran, menyebarkan ekonomi dan menghasilkan kekayaan di beberapa negara maju. Melalui pemberian bantuan dan pendanaan yang tepat waktu untuk usaha baru, inkubator bisnis memahami kemungkinan menciptakan dan mengembangkan keterampilan kewirausahaan dan mempromosikan lingkungan untuk kewirausahaan di tingkat mikro dan makro.
2. Inkubator bisnis berusaha untuk menghubungkan keterampilan, pengetahuan, modal, dan teknologi untuk mempercepat pengoperasian usaha baru. Kerentanan usaha baru (start-up) berbasis teknologi, beroperasi di pasar yang berorientasi teknologi sangat kompetitif, dan pengetahuan adalah aset terpenting dalam mempercepat respons usaha baru.

Pada tahap awal, pembelajaran dan investasi dalam mekanisme berbagi pengetahuan dan pembentukan tim lintas fungsi dengan dukungan teknologi informasi dan komunikasi tidak dapat diremehkan. Adopsi awal kemampuan sumber daya manusia tersebut dapat menciptakan lingkungan kerja sama untuk komersialisasi produk pertama yang dapat menyebabkan hasil produk pertama yang luar biasa.

Keterlibatan faktor-faktor seperti dinamisme lingkungan dan kompleksitas lingkungan mungkin bermanfaat dalam mengeksplorasi kondisi optimal yang dapat mempengaruhi cara pandangan manajerial yang seimbang terhadap pemasaran dan Research & Development dapat menciptakan keunggulan produk pertama. Kondisi lingkungan merupakan hal penting yang perlu dipertimbangkan dengan baik, karena Technopreneur akan menghadapi banyak tantangan yang berasal dari

kondisi lingkungan yang secara substansial dapat berdampak pada komersialisasi produk pertama. Lingkungan dalam ekosistem Technopreneur terdiri dari seperangkat pelaku kewirausahaan yang saling berhubungan, organisasi kewirausahaan, lembaga dan proses kewirausahaan yang secara formal dan informal bersatu untuk menghubungkan, menengahi dan mengatur kinerja dalam lingkungan Technopreneur. Ekosistem ini terdiri dari infrastruktur, universitas, penyandang dana, mentor, pembuat kesepakatan, jaringan sosial, dan standar sosial dan budaya membentuk satu kesatuan penunjang pengembangan Technopreneur. Ekosistem kewirausahaan berbasis teknologi digital penting untuk didalami bagaimana eksploitasi keterjangkauan teknologi yaitu model bisnis dan praktik inovasi yang tercipta dari peluang digitalisasi (Bessagnet et al., 2021).

2.5. Sumber Daya Technopreneur

Sumber daya terbaik merupakan modal awal dari penciptaan usaha baru berbasis teknologi atau Technopreneur. Jumlah modal yang awalnya diinvestasikan dalam sebuah perusahaan ternyata meningkat dengan peningkatan sumber daya manusia dari tim pendiri, yang diproksikan dengan pengalaman kerja bertahun-tahun dan kompetensi manajerial dan kewirausahaan. Sumber daya pembangun usaha diawali dengan kepemilikan modal manusia generic dan khusus (Colombo et al., 2004). Modal manusia generic berkaitan dengan pengetahuan umum yang diperoleh pengusaha melalui pendidikan formal dan pengalaman profesional. Modal manusia khusus terdiri dari kemampuan individu yang dapat langsung diterapkan pada pekerjaan kewirausahaan di perusahaan yang baru dibuat; itu sangat terkait dengan keterampilan khusus industri yang dipelajari pendiri di

organisasi tempat mereka sebelumnya bekerja dan dengan pengalaman kepemimpinan yang diperoleh baik melalui posisi manajerial di perusahaan lain atau dalam kepemimpinan diri sebelumnya.

Sebenarnya, isu-isu kritis dalam perkembangan usaha baru seperti entitas pendanaan, harga produk, membuat keputusan tentang memperoleh dan mengoordinasikan sumber daya, dan sebagainya meningkatkan tingkat ketidakpastian dan kompleksitas yang mendasari wirausaha (Cosenz & Noto, 2018). Ketidakpastian ini juga mengacu pada pesatnya inovasi teknologi yang disertai persaingan berskala global membuat pencapaian keunggulan bersaing semakin sulit. Kemampuan sumber daya dalam mempelajari pengetahuan baru mengenai manajerial dan model bisnis yang sarat akan sentuhan teknologi akan mendorong terciptanya ketepatan inovasi desain bisnis yang pada akhirnya berujung pada peningkatan kinerja bisnis. Menurut Hernández-Chea et al. (2021) Sumber daya yang berada pada lingkungan pengembangan wirausaha dapat terlihat pada gambar berikut:



Gambar 2.1. Sumber Daya dalam Ekosistem Wirausaha

Sumber: Hernández-Chea et al. (2021)

Komponen sumber daya manusia dalam pengembangan Technopreneurship antara lain:

1. Peneliti, yaitu pemikir, pembuat ide (idea generator), dan inovator;
2. Pengembang, yaitu implementor dan staf teknis lapang;
3. Tenaga pemasar dan promosi.
4. Pengelola keuangan (financer).

Sumber daya manusia penggerak Technopreneur sangat memperhatikan kompetensi teknologi untuk menciptakan inovasi. Namun perlu diingat peluang dan tantangan persaingan yang semakin ketat di era digital ini harus diiringi dengan ketepatan dalam mengkombinasikan sumber daya yang dimiliki oleh start-up (Deligianni et al., 2019). Sehingga keberhasilan inovasi yang didorong oleh kompetensi teknologi dan dukungan dari lingkungan usaha akan dapat meningkatkan kinerja usaha. Komponen lingkungan dalam pengembangan Technopreneurship antara lain:

1. Taman sains (*science parks*) dan pusat inkubasi; pusat pengembangan sains dan teknologi maju, pusat penumbuhan wirausaha baru di bidang teknologi maju dan pusaat layanan teknologi maju ke dunia usaha dan industri.
2. Institusi akademik dan pusat penelitian; berupa perguruan tinggi, akademi, ataupun sekolah tinggi dan pusat penelitian yang berada didalamnya (Lembaga penelitian).
3. Akses internet dan komunikasi; keterjangkauan internet dan teknologi komunikasi.
4. Layanan dukungan teknologi; penggunaan smartphome, project management tools, meeting online (*video conference*).
5. Akses lokasi geografis;

6. Dukungan mentoring pengusaha: mentor atau pembimbing wirausaha yang berpengalaman untuk memberikan pembelajaran berdasar pengalaman nyata, memperluas jaringan serta motivasi untuk terus bertahan.
7. *Co-working space*. *Co-working space* adalah lingkungan kerja bersama yang menawarkan ruang kantor dan sumber daya tidak berwujud, seperti berbagi pengetahuan, kolaborasi, dan jaringan. Akses ke ruang kantor yang fleksibel untuk wiraswasta, pemula, dan perusahaan adalah sumber daya utama untuk bisnis.

Komponen hukum dan kebijakan yang mendukung Technopreneurship antara lain:

1. Kantor Kekayaan Intelektual (HaKI/ HKI/ KI);
2. Kantor lisensi teknologi (technology licensing office) dan fasilitasi komersialisasi inovasi;
3. Layanan legalitas.

Komponen sumber daya keuangan yang mendukung Technopreneurship antara lain:

1. *Venture Capital* dan *Angel Investor*;
2. Sektor bisnis;
3. Agensi pendanaan;
4. Layanan keuangan.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Jenis Penelitian

Kajian ini akan menggunakan pendekatan *mix-method* atau metode campuran kualitatif-kuantitatif dalam bentuk *sequential exploratory design* (Creswell & Creswell, 2018). Pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk mendeskripsikan data yang didapatkan (Sugiyono, 2018). Lalu Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekan pada makna (Sugiyono, 2018).

Melalui pendekatan *mix method* peneliti pertama-tama melakukan eksplorasi dan analisis kualitatif terhadap instrumen-instrumen kemiskinan berdasarkan referensi-referensi dan *stakeholder* terkait. Setelah instrumen-instrumen tersusun dan sampel ditentukan, peneliti melakukan pengumpulan data kuantitatif kepada para masyarakat yang terpilih menjadi responden. Selain pengumpulan data kuantitatif, peneliti juga melakukan pengumpulan data kualitatif dengan melakukan *Focus Group Discussion* dengan *stakeholder* terkait. Data yang sudah terkumpul lalu di olah dan di analisis menggunakan aplikasi *Mirosoft Excel* untuk menerjemahkan data ke dalam bentuk grafik dan tabel. Setelah grafik dan

data dibuat, peneliti melakukan mempresentasikan hasil kajian kepada pihak-pihak terkait, seperti komunitas Technopreneur, institusi pendidikan, lembaga penelitian dan lembaga pemerintah yang terlibat dalam pengembangan kewirausahaan dan teknologi.

3.2. Lokasi Penelitian

Kajian Model Pengembangan Technopreneurship Kota Cirebon dilakukan di Kota Cirebon.

3.3. Jadwal Kegiatan Kajian

Jadwal kegiatan Kajian Model Pengembangan Technopreneurship Kota Cirebon sebagai berikut.

Tabel 3.1.

Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan		BULAN		
			Sep	Okt	Nov
I	Studi Penelitian				
	1	Persiapan Mobilitas Personel			
	2	Pengumpulan Data Sekunder			
	3	Penyusunan Instrumen Kajian			
	4	Penyusunan Rencana Kerja dan Laporan Pendahuluan			
II	Survey dan Pengolahan Data				
	1	Penelusuran dokumen			
	2	Wawancara responden			
III	Analisi Data dan Penyusunan Kajian				
	1	Analisi data kuantitatif dan kualitatif			
	2	Pembahasan hasil analisis data			
IV	Pelaporan				
	1	Pendahuluan			
	2	Antara			
	3	Laporan Akhir			

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah individu dan lembaga yang terlibat dalam Model Pengembangan Technopreneurship di Kota Cirebon dengan rincian sebagai berikut.

1. Perangkat Daerah Pemerintah Kota Cirebon
2. Komunitas Ekonomi Kreatif
3. Lembaga Pendidikan dan Penelitian Perguruan Tinggi
4. Lembaga/Industri Keuangan di Kota Cirebon
5. Lembaga/Industri Teknologi di Kota Cirebon
6. BUMD di Kota Cirebon
7. UMKM di Kota Cirebon

3.4.2. Sampel

Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Karakteristik sampel adalah individu dan organisasi yang terlibat dan mempunyai pemahaman tentang pengembangan *Technopreneurship*. Adapun rincian sampel penelitian ini sebagai berikut.

1. Perangkat Daerah Pemerintah Kota Cirebon, yang terdiri dari:
 - a. Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perindustrian (DKUKMPP)
 - b. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan terpadu Satu Pintu
 - c. Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik
 - d. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

- e. Badan Pengelola Keuangan dan Pendapatan Daerah
2. Komunitas Ekonomi Kreatif
3. Lembaga Pendidikan dan Penelitian Perguruan Tinggi, yang terdiri dari:
 - a. Universitas Swadaya Gunung Jati
 - b. Universitas Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon
 - c. Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon
 - d. Sekolah Tinggi Teknologi Cirebon
 - e. Politeknik Pariwisata Prima Internasional
 - f. Universitas Catur Insan Cendekia
4. Lembaga Keuangan di Kota Cirebon, yang terdiri dari
 - a. Bank Indonesia
 - b. Otoritas Jasa Keuangan
 - c. Bank BJB
 - d. Bank BRI
 - e. Bank Mandiri
 - f. Bank BNI
 - g. Bank BCA
 - h. Adira Finance
 - i. BFI Finance
5. BUMD di Kota Cirebon
6. Kadin Kota Cirebon
7. HIPMI Kota Cirebon
8. UMKM

Jumlah populasi UMKM di Kota Cirebon mencapai **2499 UMKM**, maka penentuan jumlah sampel UMKM menggunakan metode slovin dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$
$$n = \frac{2499}{2499 \cdot 0,7^2 + 1}$$
$$n = 188,67 \approx 189$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel (responden dalam penelitian)

N = Jumlah populasi

d² = presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini, presisi yang ditetapkan sebesar 10%)

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel UMKM pada penelitian ini berjumlah **189 UMKM**.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Di dalam kajian yang dilakukan ada beberapa sumber dan teknik pengumpulan data. Pada kajian kali ini teknik pengumpulan data yang diambil oleh peneliti meliputi:

1. Studi Lapangan

Yaitu peneliti mengadakan penelitian secara langsung di lapangan, diantaranya:

a. Interview/Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2018).

b. Kuisisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018).

2. Studi Pustaka

Yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan mempelajari kuesioner, buku-buku, jurnal, dan literatur internet yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Dari hasil penelitian tersebut di dapat dua jenis data, yaitu:

- a. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli tanpa melalui media perantara. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan pada sampel yang telah ditentukan. Data primer tersebut berupa data mentah dalam bentuk skala likert (skala angka). Data mentah tersebut akan diolah oleh peneliti.
- b. Data Sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh/dicatat pihak lain) dan sifatnya saling melengkapi. Data sekunder berupa sumber pustaka yang mendukung penulisan penelitian serta diperoleh dari literatur yang relevan dari permasalahan sebagai dasar pemahaman terhadap obyek penelitian dan untuk menganalisisnya secara tepat.

3.6. Metode Analisis

Kajian Model Pengembangan Technopreneurship Kota Cirebon menggunakan pendekatan *mix-method* sehingga terdapat dua jenis analisis yang digunakan, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Adapun penjelasannya sebagai berikut.

A. Analisis Kualitatif

Dalam melakukan analisis data kualitatif, peneliti menggunakan metode *thematic analysis*. *Thematic analysis* adalah metode kualitatif yang dapat digunakan untuk menganalisis kumpulan data kualitatif yang besar (Nowell et al., 2017). Metode ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, mengatur, mendeskripsikan, dan melaporkan topik yang ditemukan dalam data yang didapatkan melalui wawancara, FGD, observasi dan lainnya. Dalam kajian ini, tema yang dimaksud adalah dimensi atau indikator kemiskinan yang diduga dapat mengukur kemiskinan rumah tangga di Kota Cirebon. Analisis tematik dapat dilakukan melalui langkah-langkah berikut: 1) *Familiarizing yourself with your data*; 2) *Generating initial codes*; 3) *Searching for themes*, 4) *Reviewing themes*; 5) *Defining and naming themes*; and 6) *Producing the report*.

B. Analisis Kuantitatif

Dalam melakukan analisis kuantitatif, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Kota Cirebon

Dalam melakukan kajian mengenai model technopreneurship di Kota Cirebon, penting untuk memahami gambaran umum kota ini dari berbagai aspek, seperti kondisi geografis, topografis, klimatologi, hidrologi, geologi, dan demografi, perekonomian dan pengembangan wilayah. Setiap aspek ini memberikan informasi yang krusial dalam merancang strategi technopreneurship yang sesuai dengan karakteristik dan potensi kota, serta untuk memastikan bahwa model yang dikembangkan dapat berkelanjutan dan relevan dengan kondisi lokal.

4.1.1.1. Kondisi Geografis

Secara geografis Kota Cirebon terletak pada posisi 108,33° Bujur Timur dan 6,41° Lintang Selatan pada Pantai Utara Pulau Jawa, di bagian timur Jawa Barat, memanjang dari barat ke timur ± 8 km, utara selatan ± 11 km. Kota Cirebon berada di jalur pantai utara Pulau Jawa. Lokasinya yang strategis menjadikannya sebagai jalur distribusi perekonomian bagi wilayah disekitarnya yaitu Kabupaten Cirebon, Kabupaten Indramayu, Kabupaten Majalengka, dan Kabupaten Kuningan, bahkan beberapa kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Kota Cirebon dibatasi oleh:

- Sebelah Utara : Sungai Kedung Pane
- Sebelah Timur : Laut Jawa
- Sebelah Selatan : Sungai Kalijaga
- Sebelah Barat : Sungai Banjir Kanal

Secara administratif, Kota Cirebon memiliki luas wilayah $\pm 39,4403 \text{ km}^2$ atau $\pm 3.944,03$ hektar yang terbagi menjadi 5 kecamatan, 22 kelurahan, 248 Rukun Warga (RW), dan 1.369 Rukun Tetangga (RT), adapun rinciannya sebagai berikut:

Tabel 2.2.

Wilayah Administrasi Kota Cirebon

No	Kecamatan	Luas (km ²)	Nama Kelurahan	Jumlah RW	Jumlah RT
1.	Harjamukti	17,62	1. Argasunya 2. Kalijaga 3. Harjamukti 4. Kecapi 5. Larangan	76	454
2.	Lemahwungkuk	7,19	1. Pegambiran 2. Kesepuhan 3. Lemahwungkuk 4. Panjunan	42	232
3.	Pekalipan	1,59	1. Pekalipan 2. Pulasaren 3. Jagasatru 4. Pekalangan	39	186
4.	Kesambi	8,66	1. Karyamulya 2. Sunyaragi 3. Drajat 4. Kesambi 5. Pekiringan	55	307
5.	Kejaksan	4,45	1. Kejaksan 2. Sukapura 3. Kebonbaru 4. Kesenden	35	183
Jumlah		39,48	22 Kelurahan	248 RW	1.369 RT

Sumber: Kota Cirebon dalam Angka Tahun 2024, BPS.

4.1.1.2. Kondisi Topografis

Secara Topografis, sebagian besar wilayah Kota Cirebon merupakan dataran rendah dan sebagian kecil merupakan wilayah perbukitan yang berada di Wilayah

Selatan Kota. Kondisi wilayah kota sebagian besar berupa dataran rendah yang menjadi kendala tersendiri karena kecepatan aliran air hujan yang terbuang ke laut menjadi lambat dan sangat berpotensi menimbulkan genangan banjir di beberapa tempat. Oleh karena itu beberapa titik dibangun stasiun pompa yang berfungsi mempercepat pembuang air hujan ke laut.

Kota Cirebon merupakan dataran rendah dengan ketinggian bervariasi antara 0-200 meter di atas permukaan laut. Peningkatan ketinggian mulai dari daerah pantai menuju ke arah selatan dengan ketinggian maksimal 200 meter, yaitu di Kelurahan Argasunya Kecamatan Harjamukti. Berdasarkan akses jarak dengan ibukota Kota Cirebon, Kecamatan Harjamukti memiliki jarak terjauh dari ibukota yaitu 6 km. Sedangkan kecamatan dengan akses terdekat adalah Kecamatan Kejaksan memiliki jarak 0,5 km.

Secara umum kondisi lingkungan di Kota Cirebon dapat dibagi menjadi dua bagian besar yaitu kawasan yang masih memiliki kualitas lingkungan yang baik dengan memiliki indikator lingkungan di bawah ambang batas, dan kawasan yang kondisi lingkungannya yang berada di atas ambang batas kualitas lingkungan yang diperkenankan. Kawasan yang masih memiliki kualitas lingkungan di bawah ambang batas tersebar di seluruh wilayah Kota, ditandai dengan masih adanya kawasan ruang terbuka hijau seperti di wilayah Argasunya, Harjamukti, wilayah Perumnas, dan lain sebagainya. Tetapi yang harus menjadi perhatian adalah kawasan-kawasan tersebut diantaranya kawasan bekas galian C Argasunya, kawasan-kawasan persimpangan jalan yang padat lalu lintas yaitu di sekitar Jl. Siliwangi, Jl. Dr. Cipto M, Jl. Karanggetas, Jl. Pekiringan, Jl. Rajawali, Terminal Bus, dan Jl. Pemuda-By Pass. Selain itu ada beberapa aliran sungai yang memiliki

indikator lingkungan yang telah melampaui ambang batas (Amoniak, Deterjen, dan Pecal Coli) yaitu di sungai Sipadu, Sukalila, Suradinaya, Sigujeg, dan Gang Sontong.

Wilayah Kota Cirebon merupakan dataran rendah dengan keringgian bervariasi antara 0-200 meter di atas permukaan laut. Peningkatan ketinggian dimulai dari daerah pantai menuju ke arah Selatan dengan ketinggian 200 meter, yaitu di Kelurahan Argasunya, Kecamatan Harjamukti. Kemiringan lahan di wilayah Kota Cirebon dapat diklasifikasikan berdasarkan persentase kemiringan sebagai berikut:

- A. Kemiringan 0-3 % terdapat di sebagian besar wilayah Kota Cirebon, kecuali sebagian kecil di wilayah Kecamatan Harjamukti.
- B. Kemiringan 3-8 % terdapat di sebagian besar wilayah Kelurahan Kalijaga, sebagian kecil di Kelurahan Harjamukti, kecamatan Harjamukti.
- C. Kemiringan 8-15 % terdapat di sebagian wilayah Kelurahan Argasunya, Kecamatan Harjamukti.
- D. Kemiringan 15-18 % terdapat di sebagian wilayah Kelurahan Argasunya, Kecamatan Harjamukti.

Adapun tinggi wilayah dan jarak antar kecamatan tertera pada tabel berikut:

Tabel 2.3.

Tinggi Wilayah dan Jarak Kecamatan ke Kota Cirebon

Kecamatan	Tinggi Wilayah (mdpl)	Jarak Ke Kota Cirebon (km)
Harjamukti	6-200	6
Lemahwungkuk	0-3	4
Pekalipan	3	2,5
Kesambi	2	3,2
Kejaksan	0-4	0,5

Sumber: Kota Cirebon Dalam Angka 2024, BPS.

4.1.1.3. Kondisi Klimatologi

Kota Cirebon termasuk daerah kota yang beriklim tropis yang memiliki dua macam musim yaitu musim kemarau dan musim hujan dengan bulan basah umumnya lebih banyak dari pada bulan kering. Kota Cirebon memiliki suhu udara yang terendah dengan rata-rata 23,4°C dan suhu udara yang tertinggi rata-rata 35,65°C dan banyaknya curah hujan 1.776,3 mm per tahun dengan hari hujan 118 hari hujan atau sebanyak 31,11 persen per tahun.

4.1.1.4. Kondisi Hidrologi

Karena kondisi air tanah umumnya dipengaruhi oleh intrusi air laut, maka kebutuhan air bersih masyarakat terutama untuk air minum dari pasokan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Giri Nata Kota Cirebon, yang sumber airnya berasal dari Kabupaten Kuningan. Untuk keperluan lainnya, sebagian besar masyarakat memperoleh air dari sumur dengan kedalaman antara 2 meter sampai 6 meter. Ada beberapa daerah dengan kondisi air dasarnya relatif rendah dan asin karena intrusi air laut, sehingga tidak dapat digunakan untuk air minum. Ada empat sungai di kota Cirebon yang tersebar merata di seluruh wilayah, yaitu: 1) Sungai Kedung pane, 2) Sungai Sukalila (penyatuan dari Sungai Sicemplung dan Sungai Sijarak), 3) Sungai Kesunean (Kriyan) dan 4) Sungai Kalijaga (penyatuan dari Sungai Cikalong, Sungai Cideng, dan Kali Lunyu).

Sungai tersebut menjadi batas antara Kabupaten Cirebon dan sebagai saluran utama untuk drainase seperti air hujan, saluran pembuangan dan masih digunakan oleh sebagian penduduk sebagai toilet. Sebagian besar sungai di Kota

Cirebon menunjukkan tanda-tanda perubahan dengan adanya pencemaran air. Regulasi pengelolaan sampah yang belum memadai dan kurangnya kesadaran masyarakat dalam membuang sampah menjadi penyebab terjadinya pencemaran air. Beberapa aliran sungai yang diindikasikan adanya pencemaran (Amoniak, Deterjen, dan Pecal Coli) diantaranya di sungai Sipadu, Sukalila, Suradinaya, Sigujeg, dan Gang Sontong.

4.1.1.5. Kondisi Geologi

Pada umumnya tanah di Kota Cirebon adalah tanah jenis regosol yang berasal dari endapan lava dan piroklasik (pasir, lempung, tanah liat, breksi lumpur, dan kerikil) hasil intrusi Gunung Ciremai. Secara umum jenis tanah yang tersebar di Kota Cirebon ini relatif mudah untuk mengembangkan berbagai macam jenis vegetasi. Namun yang harus menjadi perhatian adalah kawasan-kawasan yang kondisi lingkungan tanahnya telah terjadi penurunan kualitas. Kawasan-kawasan tersebut diantaranya adalah kawasan bekas galian C Argasunya.

4.1.1.6. Kondisi Demografi

Jumlah penduduk Kota Cirebon pada tahun 2023 sebesar 341.980 jiwa. Dibandingkan tahun sebelumnya, jumlah penduduk mengalami peningkatan dengan laju pertumbuhan sebesar 0,98 persen. Dari total jumlah penduduk tersebut, jumlah penduduk laki-laki sebanyak 171.638 jiwa dan 170.342 jiwa untuk penduduk perempuan. Penduduk Kota Cirebon tersebar di lima kecamatan, kecamatan yang memiliki tingkat kepadatan penduduk tertinggi adalah Kecamatan Pekalipan sebesar 18.689 jiwa/km², terpadat kedua adalah Kecamatan Kejaksan

10,487 jiwa/km², kemudian diikuti Kecamatan Kesambi 9.052 jiwa/km², Kecamatan Lemahwungkuk 8.158 jiwa/km², dan kepadatan terendah terdapat di Kecamatan Harjamukti hampir 7.308 jiwa/km². Kepadatan penduduk antar wilayah kecamatan belum merata. Kepadatan penduduk Kota Cirebon setiap km² sebesar 8.662,11 jiwa.

4.1.1.7. Kondisi Perekonomian

Kondisi perekonomian Kota Cirebon akan dijelaskan dalam beberapa aspek, yaitu aspek struktur ekonomi, aspek pertumbuhan ekonomi, aspek pengeluaran konsumsi, dan aspek laju inflasi dengan penjelasan sebagai berikut.

A. Struktur Ekonomi

Tahun 2023 mengalami berbagai tantangan ekonomi global, termasuk inflasi yang tinggi, suku bunga yang meningkat, dan ketegangan geopolitik. Faktor-faktor ini telah memberikan dampak signifikan pada aspek produksi di berbagai negara. Secara keseluruhan, pertumbuhan ekonomi global pada tahun 2023 mengalami perlambatan dibandingkan tahun 2022. Hal ini terindikasi dari penurunan Produk Domestik Bruto (PDB) global. Bahkan, beberapa negara mengalami resesi, seperti Amerika Serikat dan beberapa negara di kawasan Eropa.

Perlambatan perekonomian global berdampak pada melambatnya perekonomian nasional, hal itu dapat dilihat dari laju pertumbuhan ekonomi yang pada Tahun 2022 mampu tumbuh 5,31 persen, namun pada Tahun 2023 hanya mampu tumbuh sebesar 5,05 persen. Akibat dari perlambatan perekonomian nasional, Provinsi Jawa Barat sebagai penyumbang ketiga terbesar kue ekonomi nasional menerima efeknya sehingga laju pertumbuhan ekonominya melambat dari

5,45 persen pada Tahun 2022, namun tumbuh sebesar 5,00 persen pada Tahun 2023 ini. Perlambatan ekonomi pada tingkat nasional dan Provinsi Jawa Barat pada tahun 2023. Fenomena ini diindikasikan memiliki pengaruh terhadap kinerja ekonomi Kota Cirebon, sehingga laju pertumbuhan ekonominya hanya mencapai 5,01 persen. Capaian ini lebih rendah dibandingkan tahun 2022 yang mencatatkan pertumbuhan sebesar 5,10 persen.

Nilai PDRB Kota Cirebon secara nominal pada tahun 2023 sebesar 28,77 triliun rupiah, mengalami peningkatan sebesar 2,15 triliun rupiah dibandingkan dengan tahun 2022 yang mencapai 26,62 triliun rupiah. Peningkatan nilai PDRB nominal tidak hanya dipengaruhi oleh meningkatnya volume produksi, namun juga oleh kenaikan harga-harga. Secara riil berdasarkan harga konstan 2010, nilai PDRB Kota Cirebon juga mengalami peningkatan dari 18,03 triliun rupiah pada tahun 2022 menjadi 18,93 triliun rupiah pada tahun 2023. Peningkatan sebesar 0,90 triliun pada nilai PDRB ini membuat perekonomian Kota Cirebon mampu tumbuh sebesar 5,01 persen. Adapun penjelasannya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.4.

Distribusi Persentase Produk Domestik Regional Bruto Kota Cirebon Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah),

Tahun 2019-2023

Kat.	Lapangan Usaha	2019	2020	2021	2022*	2023**
A	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	78.421,95	80.127,54	83.115,33	89.956,39	93.062,82
B	Pertambangan dan Penggalian	0	0	0	0	0
C	Industri Pengolahan	2.367.704,52	2.389.973,95	2.555.487,68	2.760.213,28	3.004.388,57

Kat.	Lapangan Usaha	2019	2020	2021	2022*	2023**
D	Pengadaan Listrik dan Gas	143.703,38	137.601,36	143.147,26	155.038,00	170.673,11
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	69.002,00	71.476,50	78.026,57	84.221,93	85.665,46
F	Konstruksi	2.342.529,16	2.215.655,76	2.294.720,09	2.389.387,13	2.530.795,13
G	Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	7.387.745,60	6.967.959,03	7.268.148,68	7.659.166,53	8.135.604,66
H	Transportasi dan Pergudangan	2.717.153,05	2.691.380,16	2.809.208,18	3.519.334,49	4.152.860,95
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	1.263.071,98	1.196.115,57	1.277.319,77	1.488.479,73	1.678.458,66
J	Informasi dan Komunikasi	1.104.658,87	1.478.487,25	1.502.264,45	1.549.278,37	1.656.083,76
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	2.651.868,57	2.744.633,22	2.908.078,56	3.148.562,83	3.213.721,68
L	Real Estat	217.443,21	217.547,13	245.169,52	267.686,46	300.047,27
M,N	Jasa Perusahaan	219.134,42	196.610,98	210.543,52	225.123,17	235.087,09
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	923.399,23	858.282,88	859.045,65	844.102,13	871.957,77
P	Jasa Pendidikan	902.915,65	1.006.720,75	1.047.673,54	1.132.297,74	1.218.881,19
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	541.440,48	611.288,13	633.275,42	679.380,24	736.050,22
R,S,T,U	Jasa Lainnya	561.611,38	564.931,84	591.369,83	625.613,58	689.255,19
PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO		23.491.803,45	23.428.792,05	24.506.594,05	26.617.841,99	28.772.593,53

*) Angka Sementara

*) Angka Sangat Sementara

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Cirebon (2024)

Besarnya peranan berbagai lapangan usaha ekonomi dalam memproduksi barang dan jasa sangat menentukan struktur ekonomi suatu daerah. Struktur ekonomi yang terbentuk dari nilai tambah yang diciptakan oleh setiap lapangan usaha menggambarkan seberapa besar ketergantungan suatu daerah terhadap kemampuan berproduksi dari setiap lapangan usaha. Struktur perekonomian Kota Cirebon selama lima tahun terakhir (2019-2023) didominasi oleh lima kategori lapangan usaha, diantaranya Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil, dan Sepeda Motor; Transportasi dan Pergudangan; Jasa Keuangan dan Asuransi; Industri Pengolahan serta Konstruksi. Hal ini dapat dilihat dari peranan masing-masing lapangan usaha terhadap pembentukan PDRB Kota Cirebon. Secara bersama-sama kelima lapangan usaha tersebut pada tahun 2023 memegang peranan sekitar 73,12 persen, sedangkan dua belas lapangan usaha yang lainnya berperan sekitar 26,88 persen.

Peranan terbesar dalam pembentukan PDRB Kota Cirebon pada tahun 2023 berasal dari lapangan usaha Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil, dan Sepeda Motor yang mencapai 8.135.604,66 (28,28%), kemudian peran terbesar kedua ialah lapangan usaha Transportasi dan Pergudangan sebesar 4.152.860,95 (14,43%) dan urutan ketiga adalah lapangan usaha Jasa Keuangan dan Asuransi dengan peran sebesar 3.213.721,68 (11,17%). Selain itu Industri Pengolahan dan Konstruksi masing masing berkontribusi sebesar 3.004.388,57 (10,44%) dan 2.530.795,13 (8,80%) dalam membentuk PDRB Kota Cirebon pada tahun 2023. Lapangan usaha Transportasi dan pergudangan di Tahun 2023 ini mengalami peningkatan peranan sebesar 1,21 persen dibanding Tahun 2022 yang senilai 13,22

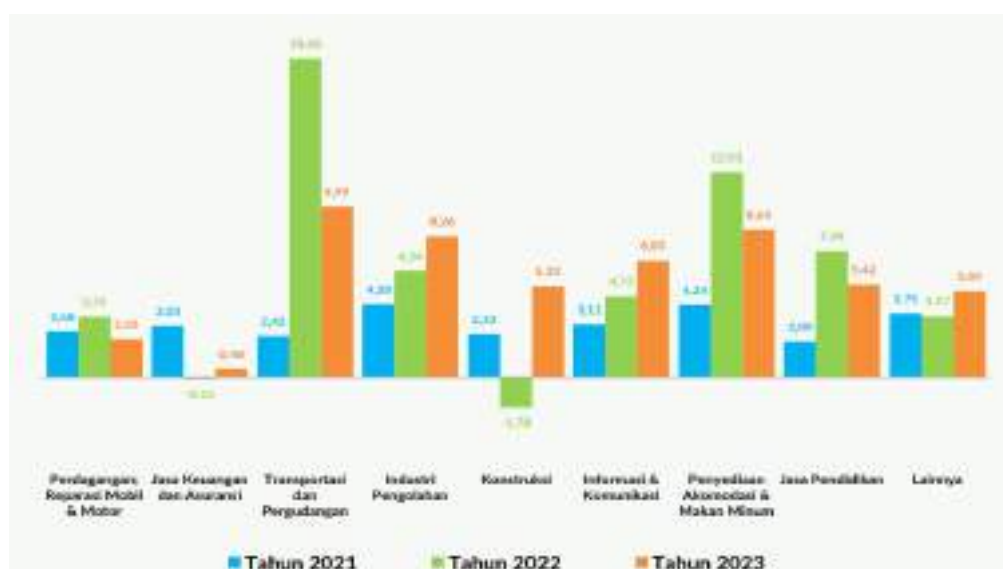
persen. Telah diselesaikannya proyek jalan Tol Cisumdawu membuat transportasi darat semakin singkat untuk dilalui sehingga kembali menjadi pilihan masyarakat.

Posisi peringkat lima besar peranan lapangan usaha terhadap perekonomian Kota Cirebon pada tahun 2023 tidak mengalami perubahan jika dibandingkan dengan tahun 2022. Adapun perubahan absolut peranan masing-masing lapangan usaha selama 2023 terhadap 2022 adalah Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil, dan Sepeda Motor turun 0,50 poin; Transportasi dan Pergudangan naik 1,21 poin; Jasa Keuangan dan Asuransi turun 0,66 poin; Industri Pengolahan turun 0,07 poin serta Konstruksi turun 0,18 poin. Pada lapangan usaha lainnya di luar lima besar tersebut kenaikan peranan tertinggi dialami oleh lapangan usaha Informasi dan Komunikasi sebesar 0,16 poin, sedangkan penurunan peranan tertinggi dialami oleh lapangan usaha administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib yang turun 0,14 poin.

B. Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi adalah salah satu indikator ekonomi makro untuk melihat kinerja perekonomian secara riil di suatu wilayah. Laju pertumbuhan ekonomi dihitung berdasarkan perubahan PDRB atas dasar harga konstan tahun berjalan terhadap tahun sebelumnya. Pertumbuhan ekonomi dapat dipandang sebagai bertambahnya jumlah barang dan jasa yang dihasilkan oleh semua lapangan usaha yang ada di suatu wilayah selama kurun waktu setahun. Melambatnya perekonomian nasional dan Provinsi Jawa Barat pada Tahun 2023 terindikasi berpengaruh juga terhadap kinerja ekonomi Kota Cirebon secara umum.

Pada tahun 2023 kota Cirebon mengalami pertumbuhan ekonomi positif sebesar 5,01 persen. Pertumbuhan ekonomi menunjukkan pertumbuhan produksi barang dan jasa di suatu wilayah perekonomian dalam selang waktu tertentu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan ekonomi maka semakin cepat proses pertambahan output wilayah sehingga prospek perkembangan wilayah semakin baik. Pertumbuhan terjadi pada hampir semua lapangan usaha, kecuali Lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan; dan Pengadaan air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang dengan rincian sebagai berikut:



Gambar 4.1. Pertumbuhan PDRB Beberapa Lapangan Usaha (persen)

Sumber: BPS Kota Cirebon (2023)

Lapangan usaha Transportasi dan Pergudangan; Real Estate; dan Pengadaan Listrik dan Gas mengalami pertumbuhan yang signifikan dengan angka pertumbuhan berturut-turut 9,99 persen; 9,22 persen; dan 8,92 persen. Lapangan Usaha Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor yang memiliki peran paling dominan dalam perekonomian Kota Cirebon mengalami pertumbuhan sebesar 2,25 persen. Beberapa lapangan usaha mampu tumbuh di atas 5 persen diantaranya adalah Industri pengolahan sebesar 8,26 persen, Penyediaan

Akomodasi dan Makan Minum sebesar 8,63 persen, Informasi dan Komunikasi sebesar 6,83 persen, Jasa Pendidikan sebesar 5,42 persen, Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial sebesar 5,79 persen, dan Jasa Lainnya sebesar 7,62 persen. Sementara itu, Lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan; dan Pengadaan air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang yang mengalami kontraksi masing-masing dengan nilai pertumbuhan -1,33 persen; dan -1,34 persen. Sumber pertumbuhan ekonomi Kota Cirebon Tahun 2023 dari sisi produksi yang cukup tinggi berasal dari lapangan usaha Transportasi dan Pergudangan sebesar 1,13 persen, dan Industri Pengolahan sebesar 0,85 persen. Sedangkan lapangan usaha Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang menghasilkan sumber pertumbuhan terendah dengan nilai negatif 0,004 persen.

C. Pengeluaran Konsumsi Akhir

Konsumsi akhir adalah penggunaan berbagai produk barang dan jasa akhir (baik berasal dari produk domestik maupun impor), untuk menunjang aktivitas ekonomi. Pelaku konsumsi akhir di Kota Cirebon meliputi rumah tangga, LNPRT, dan pemerintah. Walaupun ketiga institusi tersebut mempunyai fungsi yang berbeda dalam sistem ekonomi, tetapi sama-sama membelanjakan sebagian pendapatannya untuk tujuan konsumsi akhir.

Tabel 4.1.

Proporsi Penggunaan Konsumsi Akhir terhadap PDRB

Uraian	2019	2020	2021	2022*	2023**
Konsumsi Akhir (<i>Miliar Rp</i>)					
A. Rumah Tangga	13.038,96	13.072,95	13.576,99	14.900,80	16.266,31
B. LNPRT	467,10	462,07	474,77	509,87	548,83

Uraian	2019	2020	2021	2022*	2023**
C. Pemerintah	2.773,18	2.802,97	2.836,37	2.863,06	3.016,56
Jumlah	16.279,24	16.337,99	16.888,13	18.273,73	19.831,70
PDRB (ADHB)	23.491,80	23.428,79	24.506,59	26.617,84	28.772,59
Proporsi	69,30	69,73	68,91	68,65	68,93

*) Angka Sementara

*) Angka Sangat Sementara

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Cirebon (2024)

Proporsi total konsumsi akhir yang dilakukan oleh rumah tangga, LNPRT dan pemerintah sebesar 68,93 persen pada tahun 2023. Konsumsi akhir sebagian besar dilakukan oleh rumah tangga kemudian diikuti oleh konsumsi pemerintah, dan terakhir dilakukan oleh konsumsi LNPRT. Perkembangan nilai konsumsi akhir setiap tahunnya cenderung mengalami peningkatan, namun proporsinya terhadap PDRB berfluktuasi pada kisaran nilai 68 persen hingga 69 persen. Tahun 2019 proporsi konsumsi akhir terhadap PDRB sebesar 69,30 persen, meningkat menjadi 69,73 persen di tahun 2020, namun menurun menjadi 68,91 persen di tahun 2021, menurun kembali di tahun 2022 menjadi 68,65 persen, namun nilai proporsi konsumsi akhir terhadap PDRB kembali meningkat menjadi 68,93 persen di tahun 2023.

D. Laju Inflasi

Perkembangan harga berbagai komoditas pada Oktober 2024 secara umum menunjukkan adanya peningkatan. Berdasarkan hasil pemantauan BPS Kota Cirebon, pada Oktober 2024 terjadi inflasi *y-on-y* sebesar 0,88 persen, atau terjadi peningkatan Indeks Harga Konsumen (IHK) dari 104,54 pada September 2024 menjadi 104,61 pada Oktober 2024. Tingkat inflasi *m-to-m* dan tingkat inflasi *y-to-d*

masing-masing sebesar 0,07 persen dan 0,49 persen. Berikut tabel IHK dan Tingkat Inflasi Oktober 2024 menurut Kelompok Pengeluaran:

Tabel 2.5.

IHK dan Tingkat Inflasi Agustus 2022 Menurut Kelompok Pengeluaran

Kelompok Pengeluaran	IHK Oktober 2023	IHK Desember 2023	IHK Oktober 2024	Tingkat Inflasi m-to-m Oktober 2024 1) (%)	Tingkat Inflasi y-to-d Oktober 2024 2) (%)	Tingkat Inflasi y-on-y Oktober 2024 3) (%)	Andil Inflasi m-to-m Oktober 2024 (%)	Andil Inflasi y-on-y Oktober 2024 (%)
Umum (<i>Headline</i>)	103,70	104,10	104,61	0,07	0,49	0,88	0,0700	0,8800
Makanan, Minuman, dan Tembakau	104,44	105,64	105,19	0,38	-0,43	0,72	0,1200	0,2200
Pakaian dan Alas Kaki	101,29	101,74	104,41	0,01	2,62	3,08	0,0000	0,1000
Perumahan, Air, Listrik, dan Bahan Bakar Rumah Tangga	103,37	103,37	103,82	0,00	0,44	0,44	0,0000	0,0800
Perlengkapan, Peralatan, dan Pemeliharaan Rutin Rumah Tangga	100,69	100,91	102,61	-0,06	1,68	1,91	0,0000	0,0900
Kesehatan	101,42	101,45	101,68	-0,04	0,23	0,26	0,0000	0,0100
Transportasi	110,31	110,09	109,94	-0,60	-0,14	-0,34	-0,0600	-0,0400
Informasi, Komunikasi, dan Jasa Keuangan	100,18	100,17	100,13	-0,06	-0,04	-0,05	0,0000	0,0000
Rekreasi, Olahraga, dan Budaya	102,61	102,61	103,64	0,08	1,00	1,00	0,0000	0,0100
Pendidikan	102,23	102,23	103,98	0,00	1,71	1,71	0,0000	0,0900
Penyediaan Makanan dan Minuman/Restoran	101,61	101,70	102,94	0,07	1,22	1,31	0,0100	0,2000
Perawatan Pribadi dan Jasa Lainnya	104,48	104,70	107,5	-0,03	2,63	2,84	0,0000	0,1200

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Cirebon

Inflasi y-on-y terjadi karena adanya kenaikan harga yang ditunjukkan oleh naiknya seluruh indeks kelompok pengeluaran, yaitu: kelompok makanan, minuman dan tembakau sebesar 0,72 persen; kelompok pakaian dan alas kaki sebesar 3,08 persen; kelompok perumahan, air, listrik, dan bahan bakar rumah tangga sebesar 0,44 persen; kelompok perlengkapan, peralatan dan pemeliharaan

rutin rumah tangga sebesar 1,91 persen; kelompok kesehatan sebesar 0,26 persen; kelompok transportasi sebesar -0,34 persen; kelompok informasi, komunikasi, dan jasa keuangan sebesar -0,05 persen; kelompok rekreasi, olahraga, dan budaya sebesar 1,00 persen; kelompok pendidikan sebesar 1,71 persen; kelompok penyediaan makanan dan minuman/restoran sebesar 1,31 persen; dan kelompok perawatan pribadi dan jasa lainnya sebesar 2,84 persen.

Komoditas yang dominan (15 terbesar) memberikan andil/sumbangan inflasi y-on-y pada Oktober 2024, antara lain: sigaret kretek mesin (SKM), telur ayam ras, sigaret putih mesin (SPM), sewa rumah, upah asisten rumah tangga, mie, akademi/perguruan tinggi, mobil, pemeliharaan/service, roti manis, jeruk, daging ayam ras, melon, gula pasir, dan batagor, sedangkan 15 komoditas yang memberikan andil/sumbangan terbesar deflasi y-on-y, antara lain: cabai merah, bensin, tomat, udang basah, wortel, buah naga, daun bawang, pepaya, cabai rawit, tempe, labu siam/jipang, cabai hijau, pisang, jagung manis, dan pembersih lantai.

Sementara komoditas yang dominan (15 terbesar) memberikan andil/sumbangan inflasi m-to-m pada Oktober 2024, antara lain: daging ayam ras, bawang merah, jeruk, beras, nasi dengan lauk, pindang asin, telur ayam ras, salak, sigaret putih mesin (spm), buncis, kacang panjang, sabun wajah, sawi putih/pecay/pitsai, kemiri, dan pakcoy/pokcoy/bokcoy, sedangkan 15 komoditas yang memberikan andil/sumbangan terbesar deflasi m-to-m, antara lain: bensin, kentang, pepaya, cabai hijau, daun bawang, cabai merah, cabai rawit, teh, daging sapi, buah naga, ikan mujair, popok bayi sekali pakai/diapers, lada/merica, ketimun, dan wortel.

Pada Oktober 2024, kelompok pengeluaran yang memberikan andil/sumbangan inflasi y-on-y, yaitu: kelompok makanan, minuman dan tembakau sebesar 0,22 persen; kelompok pakaian dan alas kaki sebesar 0,10 persen; kelompok perumahan, air, listrik, dan bahan bakar rumah tangga sebesar 0,08 persen; kelompok perlengkapan, peralatan dan pemeliharaan rutin rumah tangga sebesar 0,09 persen; kelompok kesehatan sebesar 0,01 persen; kelompok transportasi sebesar -0,04 persen; kelompok informasi, komunikasi, dan jasa keuangan sebesar 0,00 persen; kelompok rekreasi, olahraga, dan budaya sebesar 0,01 persen; kelompok pendidikan sebesar 0,09 persen; kelompok penyediaan makanan dan minuman/restoran sebesar 0,20 persen serta kelompok perawatan pribadi dan jasa lainnya sebesar 0,12 persen.

4.1.1.8. Potensi Pengembangan Wilayah

Kota Cirebon dalam Penataan Ruang Nasional menurut Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 2017 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 26 Tahun 2008 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (RTRWN) adalah sebagai Pusat Kegiatan Nasional (PKN) yang merupakan salah satu pengembangan kawasan metropolitan, serta merupakan bagian dari kawasan andalan yaitu: Ciayumajakuning (Cirebon – Indramayu – Majalengka – Kuningan) dengan sektor unggulan pertanian, industri, perikanan, dan pertambangan.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Cirebon Nomor 8 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Cirebon Tahun 2011-2031, struktur ruang Kota Cirebon dibagi menjadi 4 Sub Wilayah Kota, yaitu :

1. Sub Wilayah Kota (SWK) I merupakan kawasan dengan fungsi utama pelayanan pelabuhan dan perikanan dengan struktur ruang yang ditetapkan:
 - a. Sub Pusat Pelayanan Kota (S-PPK) yaitu Kawasan Pelabuhan Cirebon yang berada di kelurahan Panjunan;
 - b. Pusat Pelayanan Lingkungan (PPL) melayani skala lingkungan wilayah kota sebagai fungsi perdagangan dan jasa meliputi Kelurahan Pegambiran, Panjunan, Kebon Baru, Kesenden, dan Lemahwungkuk, sedangkan sebagai fungsi pariwisata dan budaya meliputi kelurahan Lemahwungkuk dan Kesepuhan.
2. Sub Wilayah Kota (SWK) II dengan prioritas penanganan meliputi :
 - a. Kawasan Prioritas Pertumbuhan Ekonomi yaitu Gunung Sari – Cipto Kelurahan Pekiringan, Kecamatan Kesambi, Kawasan Grage City Mall Kelurahan Pegambiran, Kecamatan Lemahwungkuk.
 - b. Kawasan Prioritas Sosial Budaya adalah kawasan keraton Cirebon yang terletak di kelurahan Kesepuhan, Lemahwungkuk, Panjunan, kecamatan Lemahwungkuk.
 - c. Kawasan Prioritas Sarana Umum adalah kawasan sekitar goa sunyaragi dengan fungsi pusat pendidikan, olahraga, dan wisata, kawasan sekitar rumah sakit Ciremai sebagai fungsi kesehatan dan mitigasi bencana.
3. Sub Wilayah Kota (SWK) III merupakan kawasan yang diprioritaskan penganannya meliputi kawasan strategis Ciremai Raya sebagai fungsi perumahan, kawasan strategis Majasem, Kalijaga dan Argasunya sebagai fungsi pendidikan.

4. Sub Wilayah Kota (SWK) IV sebagai pelayanan pertanian campuran, pendukung wisata, area pemakaman, agrobisnis, wilayah Kelurahan Argasunya dengan fungsi utama pelayanan pertanian campuran dan fungsi pendukung wisata, pemakaman, agrobisnis, fasilitas sosial, ruang terbuka hijau dan hankam.

Adapun pengembangan kawasan wilayah di Kota Cirebon sebagai berikut:

A. Pengembangan Kawasan Perumahan

Pengembangan kawasan perumahan meliputi kawasan perumahan kepadatan tinggi, kepadatan sedang dan kepadatan rendah dengan rincian sebagai berikut:

- a. Kawasan perumahan kepadatan tinggi seluas kurang lebih 869 hektar dengan KDB 60-75%, KLB maksimum 1,2 diarahkan di SWK I meliputi Kelurahan Kesenden, Kelurahan Kebon Baru, Kelurahan Panjunan, Kelurahan Lemahwungkuk, Kelurahan Pegambiran, Kelurahan Pekiringan, Kelurahan Kesambi, Kelurahan Pekalangan, Kelurahan Jagasatru, Kelurahan Pulasaren, Kelurahan Kesambi, Kelurahan Drajat, Kelurahan Sunyaragi, Kelurahan Pekiringan, Kelurahan Pekalipan, Kelurahan Kasepuhan, dan Kelurahan Kecapi;
- b. Kawasan perumahan kepadatan sedang seluas kurang lebih 848 hektar dengan KDB 45-60%, KLB maksimum 1 diarahkan di Kelurahan Sunyaragi, Kelurahan Karyamulya, Kelurahan Harjamukti, Kelurahan Larangan, Kelurahan Kecapi.

- c. Kawasan peruntukan perumahan kepadatan rendah seluas kurang lebih 217 hektar dengan KDB 30-45%, KLB maksimum 0,6 diarahkan di Kelurahan Argasunya.

B. Pengembangan Kawasan Perdagangan dan Jasa

Rencana kawasan peruntukan industri dikembangkan seluas $\pm$ 568 hektar meliputi industri kecil dan mikro; serta industri menengah. Pengembangan industri kecil dan mikro meliputi: industri makanan dan minuman diarahkan di Kelurahan Drajat, Kelurahan Pekiringan, Kelurahan Pekalipan, Kelurahan Jagasatru, dan Kelurahan Pekalangan; sedangkan industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki diarahkan di kelurahan Harjamukti dan untuk industri kayu, barang-barang dari kayu (tidak termasuk mebeller), barang anyaman dari rotan, bambu dan sejenisnya diarahkan di Kelurahan Harjamukti, Kelurahan Argasunya, Kelurahan Sunyaragi, Kelurahan Kalijaga.

Pengembangan industri menengah meliputi: industri pengolahan tembakau diarahkan di Kelurahan Panjunan; industri tekstil diarahkan di Kelurahan Pegambiran; industri pakaian jadi diarahkan di Kelurahan Pekalangan; dan industri penerbitan, percetakan dan reproduksi media rekaman diarahkan di Kelurahan Harjamukti. Sedangkan rencana pengelolaan kawasan peruntukan industri meliputi pembatasan pengembangan peruntukan industri dan pergudangan di kawasan Pegambiran dan pemindahan kawasan pergudangan di Jalan Pekalipan dan Parujakan diarahkan ke kawasan Harjamukti.

C. Pengembangan Kawasan Wisata

Rencana kawasan peruntukan pariwisata dikembangkan seluas $\pm$ 23 hektar meliputi: pariwisata alam, pariwisata budaya dan pariwisata buatan. Pariwisata

alam yang dikembangkan meliputi obyek wisata Pantai Kejawan di Kelurahan Pegambiran dan Taman Kera di Kelurahan Kalijaga. Sedangkan pengembangan wisata budaya meliputi obyek wisata Keraton Kesepuhan di Kelurahan Kasepuhan, Keraton Kanoman di Kelurahan Lemahwungkuk, Keraton Kacirebonan di Kelurahan Pulasaren, dan Taman Gua Sunyaragi di Kelurahan Sunyaragi. Wisata buatan dikembangkan di Kelurahan Pegambiran, Kelurahan Kesenden, dan Taman Ade Irma Suryani di Kelurahan Lemahwungkuk.

D. Pengembangan Ruang Terbuka Non Hijau (RTNH)

Rencana pengembangan kawasan Ruang Terbuka Non Hijau seluas kurang lebih 3 hektar terdiri atas kawasan perkantoran pemerintah di kawasan Bima Kelurahan Sunyaragi dan kawasan Kebon Pelok di Kelurahan Kalijaga dan perkantoran swasta di Kelurahan Kejaksan.

E. Pengembangan Ruang Kegiatan Sektor Informal

Rencana peruntukan ruang bagi kegiatan sektor informal meliputi: penyediaan kawasan peruntukan ruang bagi kegiatan sektor informal pada setiap pengembangan pusat-pusat pelayanan di pusat kota yaitu di Jalan Siliwangi, Jalan Kartini dan Jalan Karanggetas. Pengembangan kawasan peruntukan ruang bagi kegiatan sektor informal pada pusat-pusat perbelanjaan dan perkantoran yaitu di Jalan Kartini, Jalan Tentara Pelajar, Jalan Siliwangi, Jalan Karanggetas, Jalan Pekiringan, Jalan Pasuketan, Jalan Brigjen Dharsono, Jalan Dr. Cipto Mangunkusumo, Jalan Ciremai Raya, Jalan Kalijaga Permai, Jalan Rajawali. Penyediaan kawasan peruntukan ruang bagi kegiatan sektor informal di Kelurahan Kesenden dan Kelurahan Pekiringan. Arah pengelolaan sektor informal meliputi:

- a. Pengaturan sektor informal pada malam hari pada ruas Jalan Pasuketan, Jalan Pekiringan dan Jalan Karanggetas,
- b. Pengembangan sektor informal pada tempat yang telah ditentukan,
- c. Mengembangkan ciri khas di setiap ruang yang diperuntukkan bagi sektor informal; dan
- d. Memberikan bantuan fasilitas yang memadai untuk mendukung kegiatan sektor informal.

F. Pengembangan Ruang Evakuasi Bencana

Penyediaan ruang evakuasi bencana meliputi: ruang evakuasi bencana skala kota, ruang evakuasi bencana banjir, ruang evakuasi bencana gelombang pasang dan ruang evakuasi bencana kebakaran. Ruang evakuasi bencana skala kota terletak di Stadion Bima Kelurahan Sunyaragi dan Lapangan Kebon Pelok Kelurahan Kalijaga. Ruang evakuasi bencana banjir terdapat di Stadion Bima Kelurahan Sunyaragi Kecamatan Kesambi. Sedangkan Ruang evakuasi bencana gelombang pasang terletak di Alun-Alun Kejaksan di Kelurahan Kebonbaru, Kelurahan Panjunan, Kelurahan Lemahwungkuk dan Kelurahan Pegambiran. Untuk ruang evakuasi bencana kebakaran terdapat di Kelurahan Pekalipan, Kelurahan Jagasatru, Kelurahan Panjunan, Kelurahan Kasepuhan dan Kelurahan Kecapi, diarahkan di Kantor Pemerintahan dengan memanfaatkan bangunan publik sebagai posko-posko evakuasi bencana serta memanfaatkan ruang terbuka dalam bentuk lapangan olahraga.

G. Rencana Pengembangan Kawasan Peruntukan Lainnya

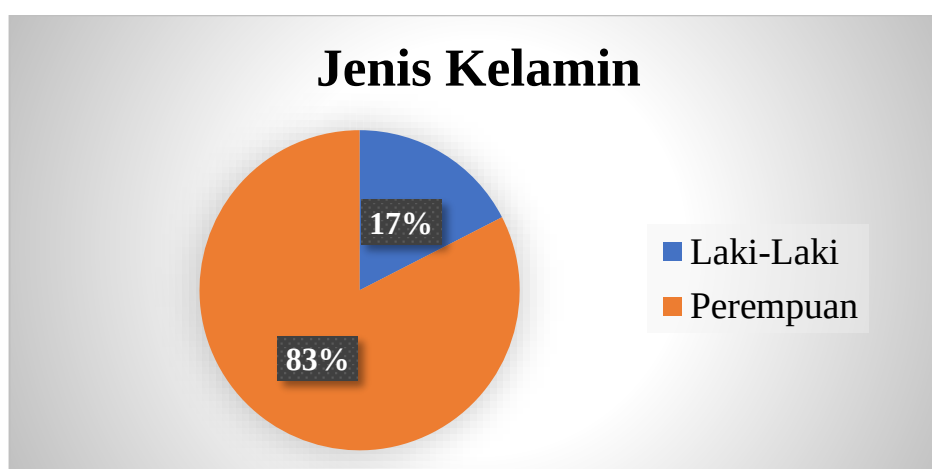
Rencana pengembangan kawasan peruntukan lainnya di Kota Cirebon terdiri dari kawasan pertanian, peternakan dan perikanan, kawasan pendidikan

tinggi, pusat kesehatan, fasilitas peribadatan, kawasan pertahanan dan keamanan Negara. Pengembangan kawasan pendidikan tinggi seluas kurang lebih 34 hektar di sekitar Majasem Kelurahan Karyamulya di Kecamatan Kesambi dan pengembangan perguruan tinggi seluas kurang lebih 30 hektar di Kelurahan Argasunya dan Kelurahan Kalijaga di Kecamatan Harjamukti. Kawasan peruntukan pusat kesehatan berupa pengembangan pusat kawasan kesehatan seluas kurang lebih 31 hektar di Kawasan Kesambi, Kelurahan Kesambi dan Kecamatan Kesambi. Kawasan peruntukan fasilitas peribadatan meliputi pengembangan Islamic Center seluas ± 3 (tiga) hektar di Kelurahan Kejaksan. Kawasan pertahanan dan keamanan Negara meliputi: Korem-063/Gunung Jati, Kodim 06141 Kota Cirebon dan Lanal Cirebon.

4.1.2. Analisis Kuantitatif

Peneliti melakukan analisis kuantitatif berdasarkan data dari hasil pengisian kuisioner yang dilakukan oleh para responden pelaku UMKM sebanyak 189 responden dengan penjelasan demografi sebagai berikut

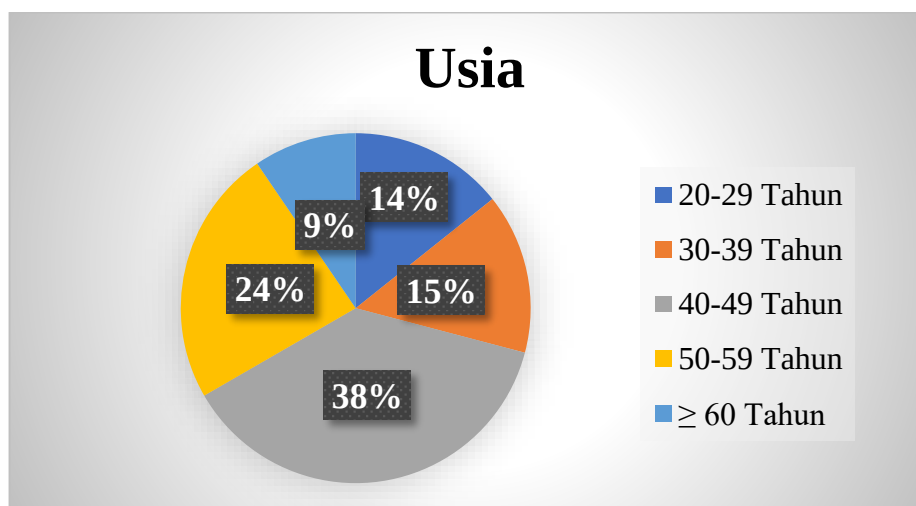
A. Jenis Kelamin



Gambar 4.2. Jenis Kelamin Responden
Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, mayoritas responden didominasi oleh perempuan dengan jumlah 83% atau 156 responden. Lalu responden pria berjumlah sebanyak 17% atau 33 responden.

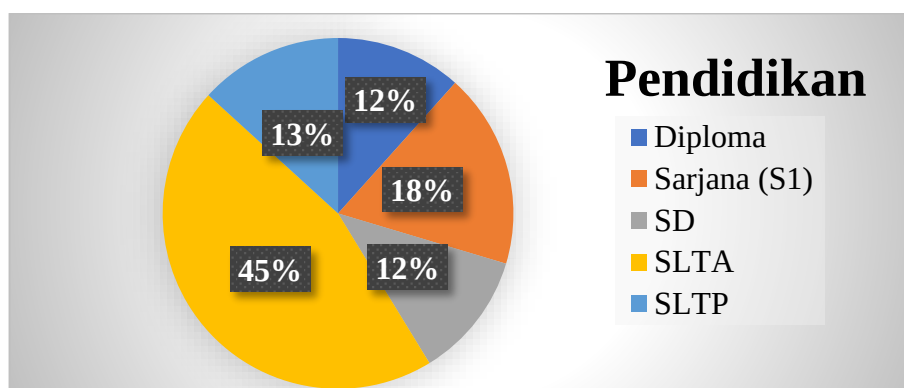
B. Usia



Gambar 4.3. Usia Responden
Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari total responden sebanyak 189, mayoritas responden sebanyak 38% atau 71 responden memiliki usia 40-49 tahun. Kemudian terdapat 24% atau 45 responden berusia 50-59 tahun, 15% atau 28 responden berusia 30-39 tahun, 14% atau 27 responden berusia 20-29 tahun, dan 9% atau 18 responden berusia ≥ 60 Tahun.

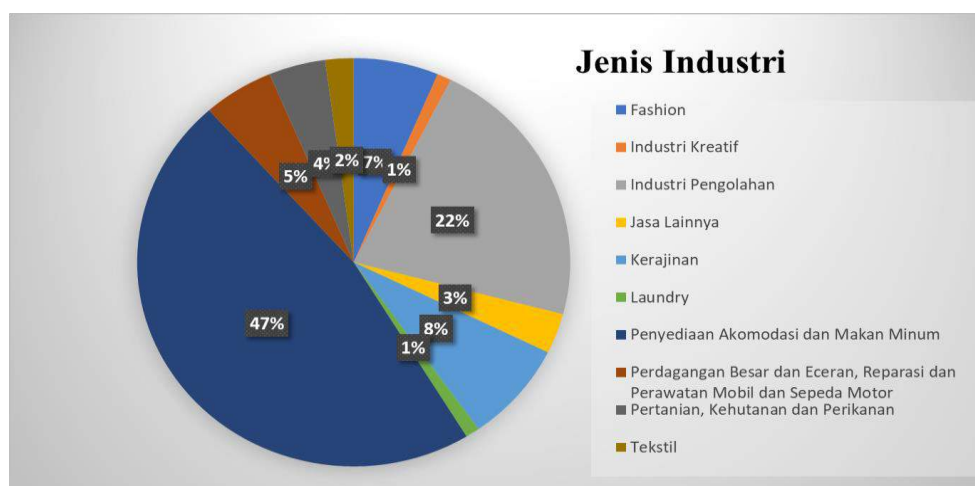
C. Pendidikan



Gambar 4.4. Pendidikan Responden
Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, mayoritas responden berpendidikan SLTA yaitu sebanyak 45% atau 86 responden. Lalu terdapat 18% atau 34 responden berpendidikan Sarjana (S1), 13% atau 25 responden berpendidikan SLTP, 12% atau 22 responden berpendidikan diploma, dan 12% atau 22 responden berpendidikan SD.

D. Jenis Industri

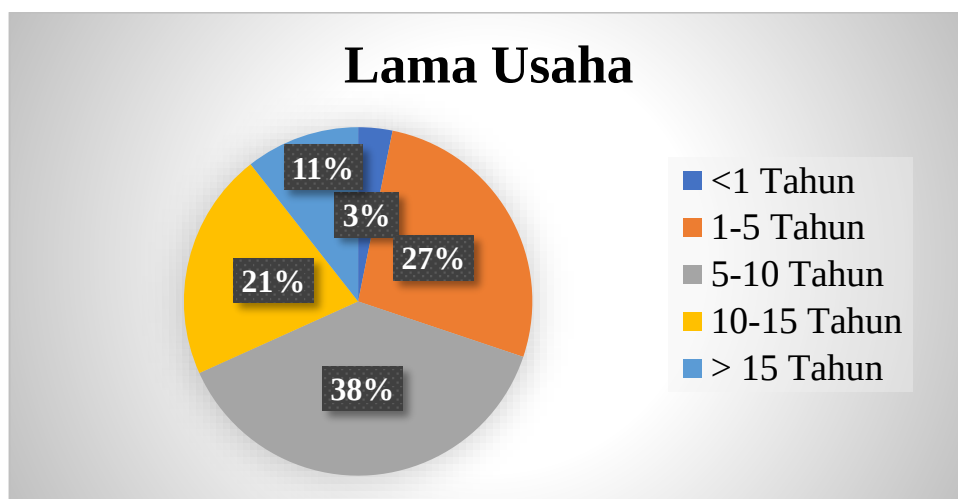


Gambar 4.5. Jenis Industri Responden

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, mayoritas responden berada pada industri Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum sebanyak 47% atau 89 responden. Lalu terdapat 22% atau 41 responden berada pada industri pengolahan, 8% atau 15 responden berada pada industri kerajinan, 7% atau 12 responden berada pada industri fashion, 5% atau 8 responden berada pada industri pertanian, kehutanan, dan perikanan, dan sisanya berada pada industri yang lainnya.

E. Lama Usaha

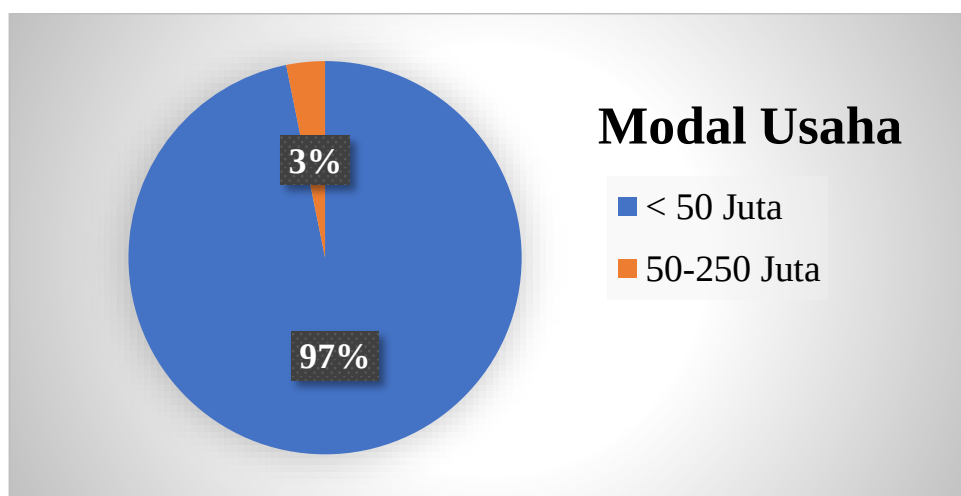


Gambar 4.6. Lama Usaha Responden

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukan bahwa dari 189 responden, mayoritas responden memiliki lama usaha 5-10 tahun, yaitu sebanyak 38% atau 72 responden. 27% atau 51 responden sudah memiliki usaha selama 1-5 tahun, 21% atau 40 responden memiliki lama usaha 10-15 tahun, 11% atau 20 responden memiliki lama usaha >15 tahun, dan 3% atau 6 responden memiliki lama usaha <1 Tahun.

F. Modal Usaha

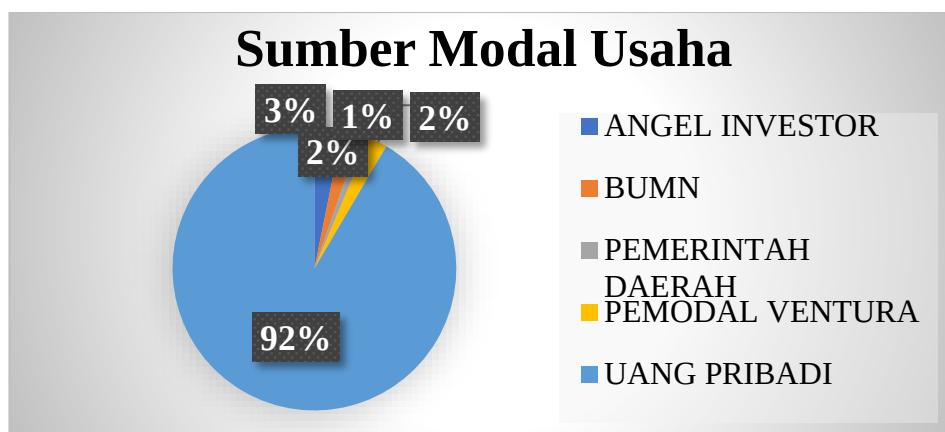


Gambar 4.7. Modal Usaha Responden

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukan bahwa dari seluruh responden, mayoritas responden sebanyak 97% atau 183 responden memiliki modal usaha dibawah 50 juta rupiah. Lalu terdapat responden sebanyak 3% atau 6 responden memiliki modal usaha 50-250 juta rupiah.

G. Sumber Modal Usaha

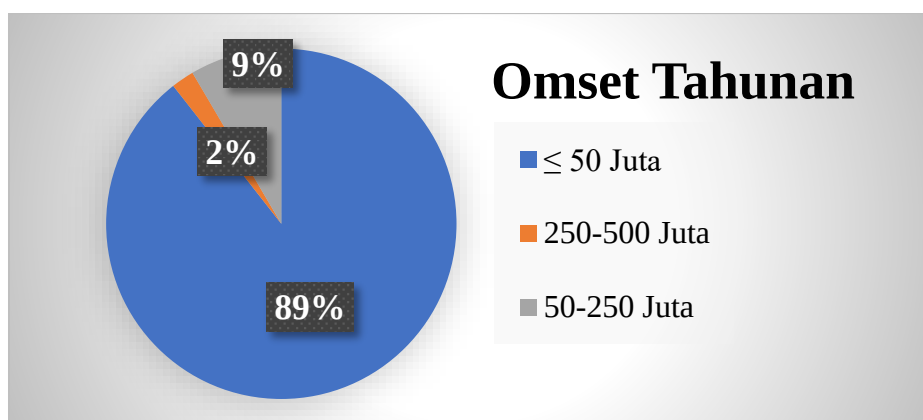


Gambar 4.8. Sumber Modal Usaha Responden

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukan bahwa mayoritas responden sebanyak 92% atau 173 responden menjawab bahwa sumber modal usaha yang dimilikinya berasal dari uang pribadi. Lalu terdapat 3% atau 6 responden menjawab bahwa sumber modal usahanya berasal dari Angel Investor, dan lainnya.

H. Omset Tahunan



Gambar 4.9. Omset Tahunan Responden

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden sebanyak 89% atau 169 responden memiliki omset tahunan sebesar ≤ 50 Juta Rupiah. 9% atau 16 responden memiliki omset tahunan sebesar 50-250 Juta Rupiah dan 2% atau 4 responden memiliki omset tahunan sebesar 250-500 Juta Rupiah.

Kemudian peneliti menggunakan 16 instrumen pertanyaan untuk menjawab kondisi *technopreneurship* pada UMKM dengan penjelasan sebagai berikut.

1. Pemanfaatan Teknologi pada Proses Produksi



Gambar 4.10. Pemanfaatan Teknologi pada Proses Produksi
Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, terdapat 61% atau 116 responden tidak memanfaatkan teknologi untuk proses produksi sejak memulai usahanya. Lalu 39% atau 73 responden sudah memanfaatkan teknologi untuk proses produksinya sejak memulai usaha.

2. Penerapan Teknologi Komunikasi dan Informasi

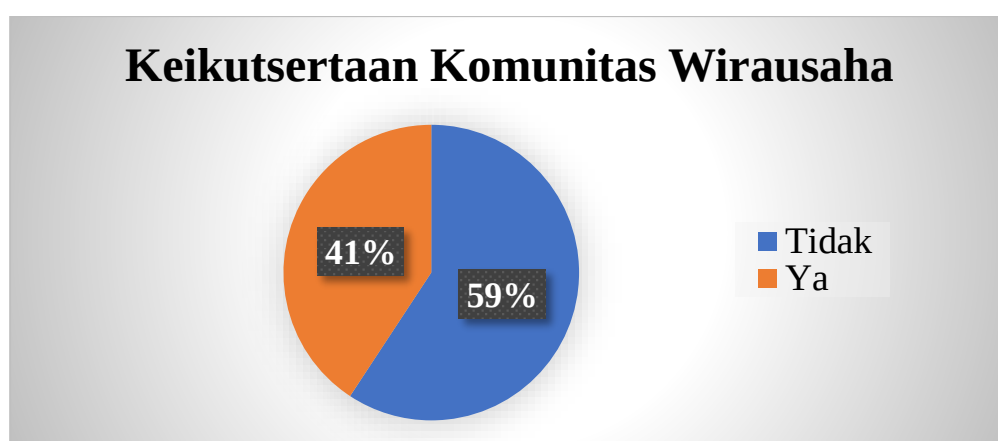


Gambar 4.11. Penerapan Teknologi Komunikasi dan Informasi pada Sistem Kerja Bisnis

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, terdapat 74% atau 139 responden saat ini menerapkan teknologi komunikasi dan informasi pada sistem kerja bisnisnya. Lalu 26% atau 50 responden saat ini tidak menerapkan teknologi komunikasi dan informasi pada sistem kerja bisnisnya.

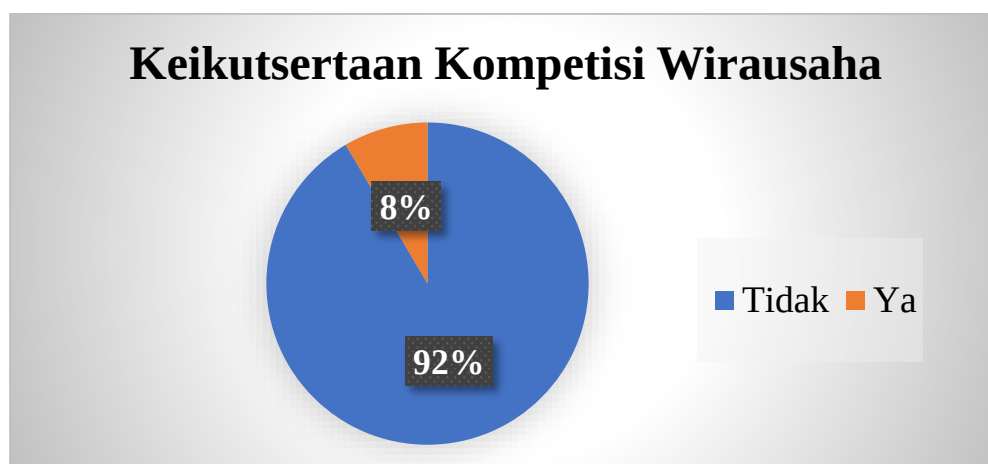
3. Keikutsertaan Komunitas Wirausaha



Gambar 4.12. Keikutsertaan Komunitas Wirausaha
Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, terdapat 59% atau 112 pemilik usaha tidak pernah mengikuti komunitas wirausaha. Lalu 41% atau 77 pemilik usaha pernah mengikuti komunitas wirausaha.

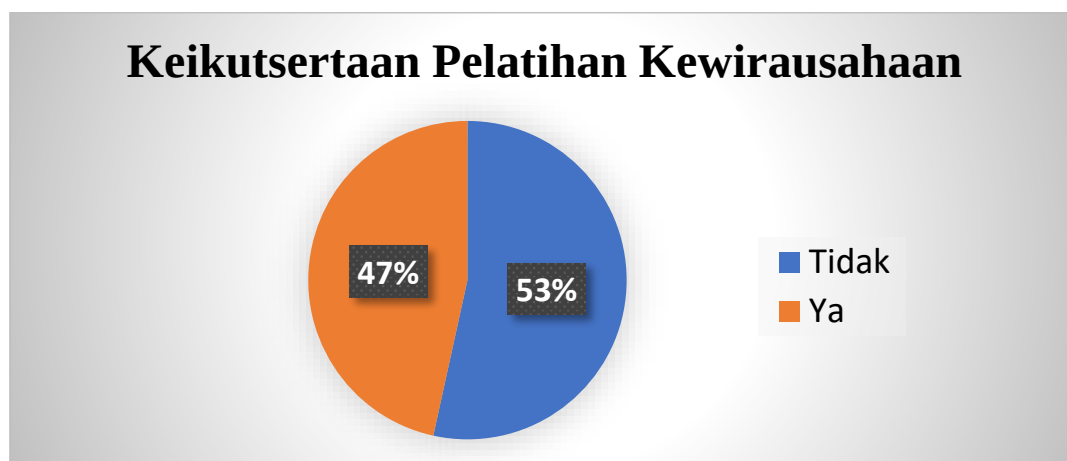
4. Keikutsertaan Kompetisi Wirausaha



Gambar 4.13. Keikutsertaan Kompetisi Wirausaha
Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, terdapat 92% atau 173 pemilik usaha tidak pernah mengikuti kompetisi wirausaha. Lalu 16% atau 16 pemilik usaha pernah mengikuti kompetisi wirausaha.

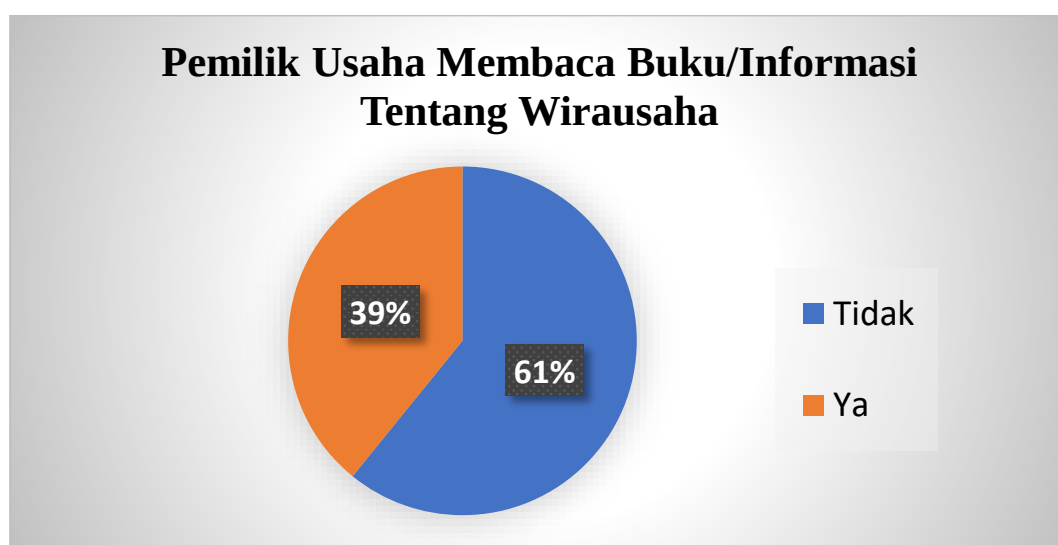
5. Keikutsertaan Pelatihan Kewirausahaan



Gambar 4.14. Keikutsertaan Pelatihan Kewirausahaan
Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, terdapat 53% atau 101 pemilik usaha tidak pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan. Lalu 47% atau 88 pemilik usaha pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan.

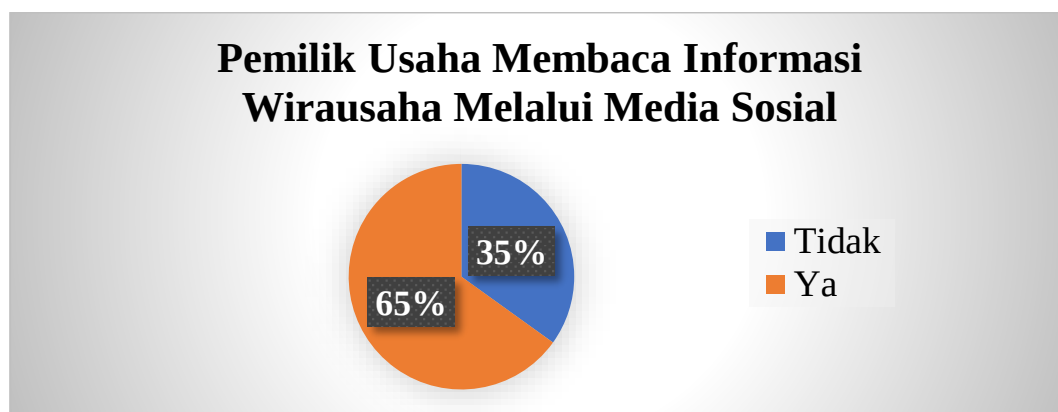
6. Membaca Buku/Informasi Tentang Wirausaha



Gambar 4.15. Pemilik Usaha Membaca Buku/Informasi Wirausaha
Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, terdapat 61% atau 115 pemilik usaha tidak membaca buku/informasi wirausaha. Lalu 39% atau 74 pemilik usaha membaca buku/informasi wirausaha.

7. Membaca Informasi Wirausaha Melalui Media Sosial



Gambar 4.16. Pemilik Usaha Membaca Informasi Wirausaha Melalui Media Sosial

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, terdapat 65% atau 123 pemilik usaha membaca informasi wirausaha melalui media sosial. Lalu 35% atau 66 pemilik usaha tidak membaca informasi wirausaha melalui media sosial.

8. Keikutsertaan Workshop Penerapan Teknologi Komunikasi dan Informasi Bisnis



Gambar 4.17. Keikutsertaan Workshop Penerapan Teknologi Komunikasi dan Informasi Bisnis

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, terdapat 66% atau 125 pemilik usaha tidak pernah mengikuti workshop penerapan teknologi komunikasi dan informasi bisnis. Lalu 34% atau 64 pemilik usaha pernah mengikuti workshop penerapan teknologi komunikasi dan informasi bisnis.

9. Keterlibatan Karyawan mengikuti Workshop

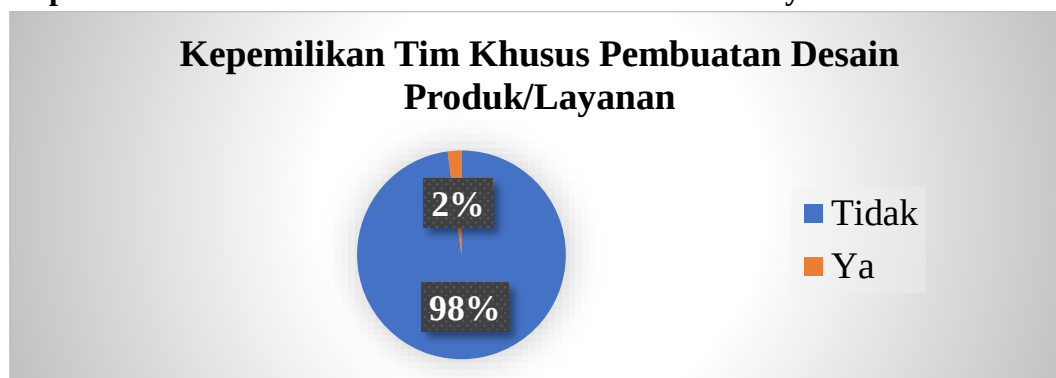


Gambar 4.18. Keterlibatan Karyawan mengikuti Workshop Penerapan Teknologi Komunikasi dan Informasi Bisnis

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, terdapat 93% atau 176 pemilik usaha tidak pernah mengikutsertakan karyawan pada kegiatan workshop penerapan teknologi komunikasi dan informasi bisnis. Lalu 7% atau 13 pemilik usaha pernah mengikutsertakan karyawan pada kegiatan workshop penerapan teknologi komunikasi dan informasi bisnis.

10. Kepemilikan Tim Khusus Pembuatan Desain Produk/Layanan

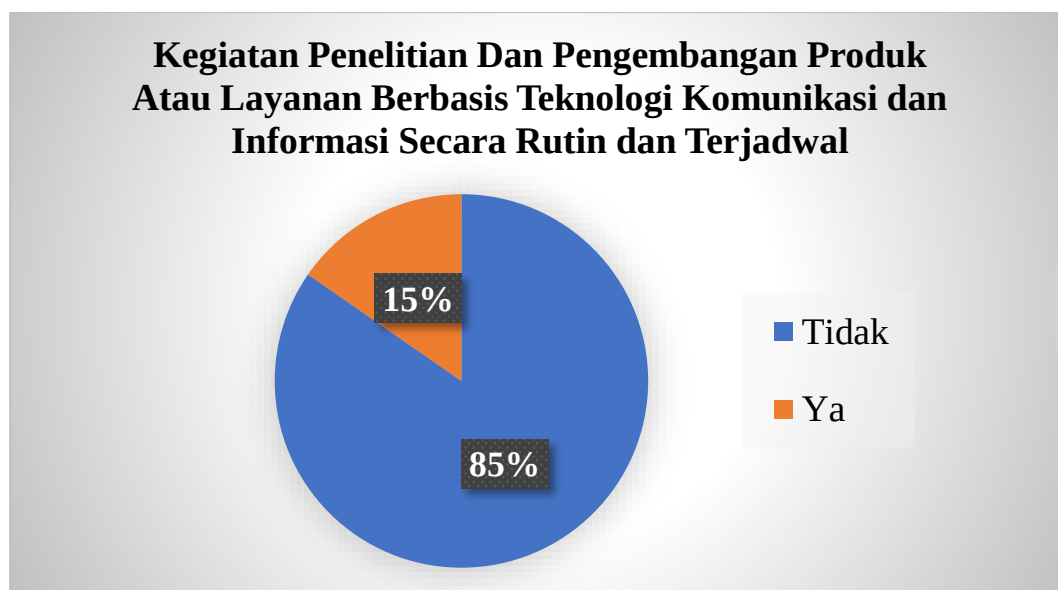


Gambar 4.19. Kepemilikan Tim Khusus Pembuatan Desain Produk/Layanan

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, terdapat 98% atau 185 pemilik usaha tidak memiliki tim khusus untuk pembuatan desain produk/layanan. Lalu 2% atau 4 pemilik usaha memiliki tim khusus untuk pembuatan desain produk/layanan.

11. Penelitian dan Pengembangan Produk atau Layanan

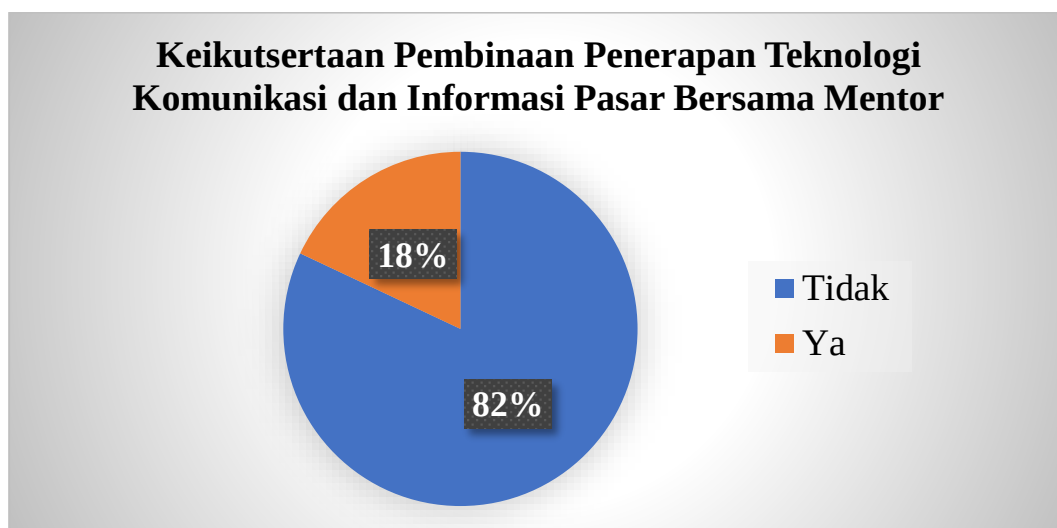


Gambar 4.20. Kegiatan Penelitian Dan Pengembangan Produk Atau Layanan Berbasis Teknologi Komunikasi dan Informasi Secara Rutin dan Terjadwal

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, terdapat 85% atau 160 pemilik usaha tidak melakukan kegiatan penelitian dan pengembangan produk atau layanan berbasis teknologi komunikasi dan informasi secara rutin dan terjadwal. Lalu 15% atau 29 pemilik usaha melakukan kegiatan penelitian dan pengembangan produk atau layanan berbasis teknologi komunikasi dan informasi secara rutin dan terjadwal.

12. Pembinaan Teknologi Informasi oleh Mentor

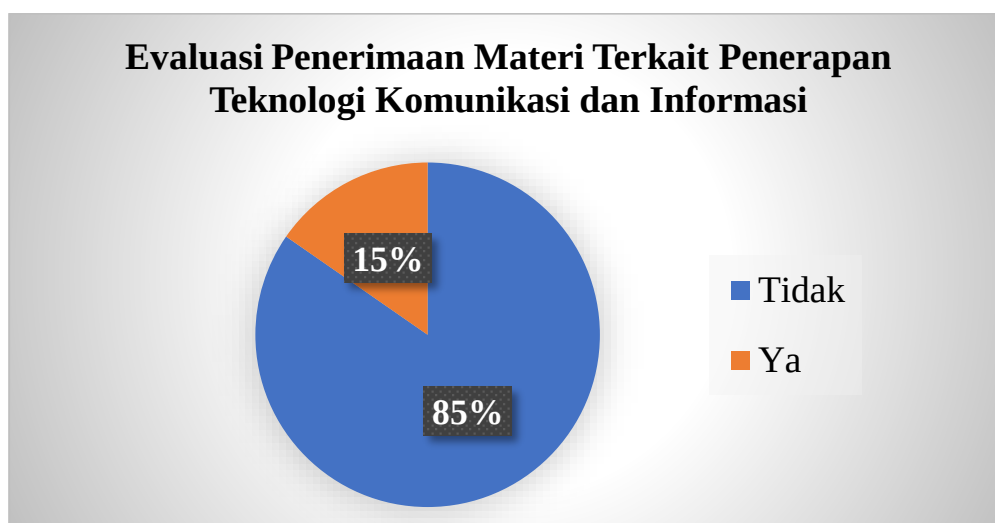


Gambar 4.21. Keikutsertaan Pembinaan Penerapan Teknologi Komunikasi dan Informasi Bisnis Bersama Mentor

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, terdapat 82% atau 155 pemilik usaha tidak pernah mengikuti pembinaan penerapan teknologi komunikasi dan informasi pasar bisnis bersama mentor. Lalu 18% atau 34 pemilik usaha pernah mengikuti pembinaan penerapan teknologi komunikasi dan informasi pasar bisnis bersama mentor.

13. Evaluasi Materi Teknologi Informasi

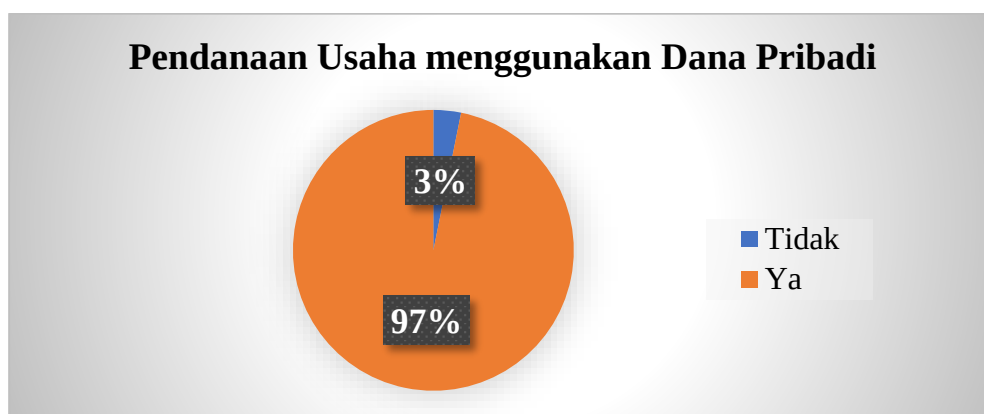


Gambar 4.22. Evaluasi Materi Teknologi Informasi

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, terdapat 85% atau 160 pemilik usaha tidak melakukan evaluasi penerimaan materi terkait penerapan teknologi komunikasi dan informasi. Lalu 15% atau 29 pemilik usaha pernah melakukan evaluasi penerimaan materi terkait penerapan teknologi komunikasi dan informasi.

14. Sumber Pendanaan Pribadi

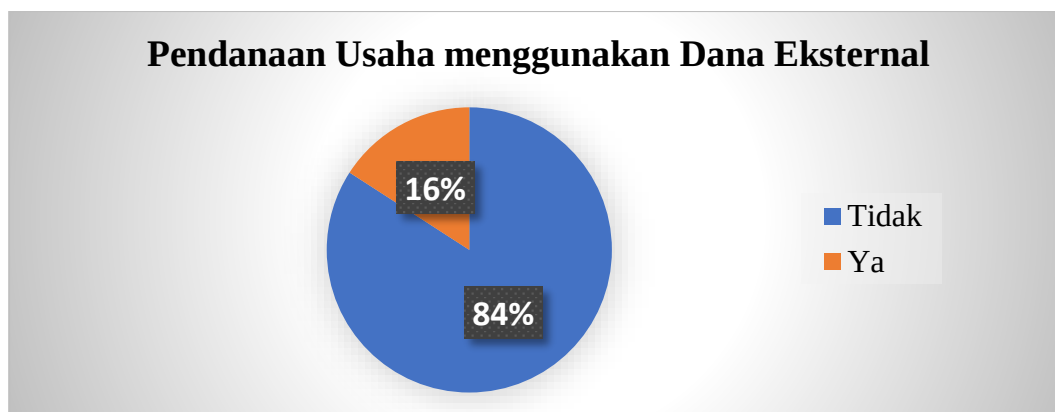


Gambar 4.23. Pendanaan Usaha menggunakan Dana Pribadi

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa dari 189 responden, terdapat 97% atau 183 pemilik usaha memiliki pendanaan usaha menggunakan dana pribadi. Lalu 3% atau 6 pemilik usaha memiliki pendanaan usaha menggunakan bukan dana pribadi.

15. Sumber Pendanaan Eksternal

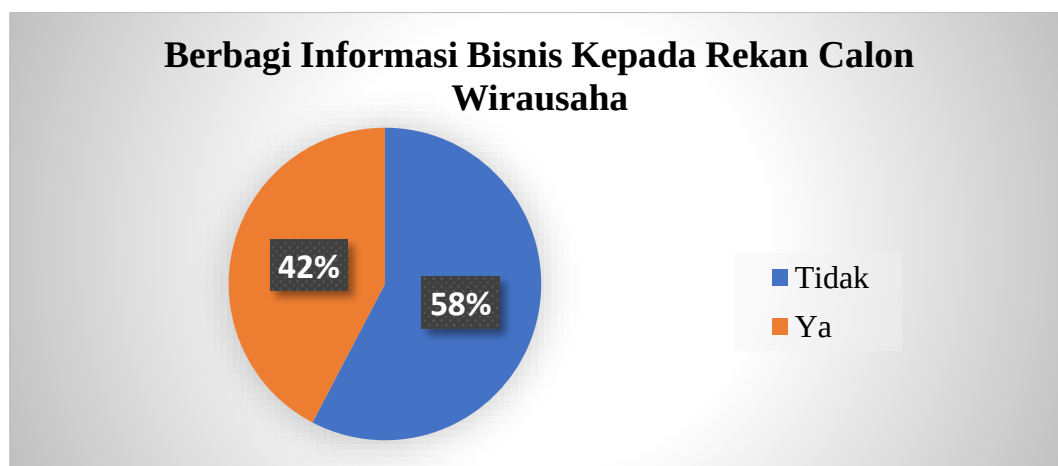


Gambar 4.24. Pendanaan Usaha menggunakan Dana Eksternal

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukan bahwa dari 189 responden, terdapat 84% atau 159 pemilik usaha memiliki pendanaan usaha tidak menggunakan dana eksternal. Lalu 16% atau 30 pemilik usaha memiliki pendanaan usaha menggunakan dana eksternal.

16. Berbagi Informasi Bisnis Kepada Rekan Calon Wirausaha



Gambar 4.25. Berbagi Informasi Bisnis Kepada Rekan Calon Wirausaha

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukan bahwa dari 189 responden, terdapat 58% atau 109 pemilik usaha tidak berbagi informasi bisnis kepada rekan calon wirausaha. Lalu 42% atau 80 pemilik usaha berbagi informasi bisnis kepada rekan calon wirausaha.

4.1.3. Analisis Kualitatif

Analisis kuantitatif dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dari narasumber pelaku UMKM dan hasil *focus group discussion* (FGD) dengan para stakeholder terkait dengan *technopreneurship* di Kota Cirebon. Adapun penjelasannya sebagai berikut.

4.1.3.1. UMKM Kota Cirebon

Dalam analisis kualitatif pada pelaku UMKM di Kota Cirebon, peneliti menggunakan 16 instrumen pertanyaan dengan penjelasan sebagai berikut.

1. Pemanfaatan Teknologi pada Proses Produksi

Berdasarkan Sebagian besar pelaku UMKM di Kota Cirebon tidak memanfaatkan teknologi pada proses produksinya sejak awal, pelaku UMKM masih melakukan proses produksi secara manual karena adanya keterbatasan penyediaan mesin atau alat produksi lainnya. Namun bagi UMKM yang telah memanfaatkan teknologi dalam proses produksi, alat seperti blender, oven listrik, dan mesin spinner digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi.

2. Penggunaan Teknologi Komunikasi dan Informasi

Media sosial seperti WhatsApp, Shopee, Tokopedia, dan Facebook menjadi alat utama bagi mayoritas pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka. Terdapat responden yang memanfaatkan teknologi ini dimulai sejak 2014 hingga saat ini. Hal tersebut dapat memudahkan proses pemasaran produk kepada konsumen. Kendati demikian, beberapa pelaku usaha belum memanfaatkan teknologi komunikasi karena kurangnya pemahaman atau keterbatasan akses digital.

3. Keikutsertaan Komunitas Wirausaha

Sebagian besar responden menjawab bahwa mereka belum bergabung dalam komunitas karena keterbatasan waktu atau kurangnya informasi tentang komunitas yang relevan. Namun juga terdapat beberapa responden lainnya yang sudah memiliki komunitas seperti HIPMI Kota Cirebon,

Rumah Kreatif BUMN Kota Cirebon, dan UMKM lokal menjadi tempat para pelaku UMKM untuk mendapatkan jejaring dan informasi bisnis. Terdapat responden yang sudah mengikuti komunitas sejak tahun 2015, tahun 2017, tahun 2018, tahun 2022, dan bahkan tahun 2024 baru bergabung.

4. Keikutsertaan Kompetisi Wirausaha

Partisipasi pelaku UMKM dalam kompetisi wirausaha relatif rendah. Hanya beberapa pelaku yang pernah mengikuti kompetisi, seperti yang diadakan oleh Bank BJB. Hal ini mengindikasikan adanya kebutuhan untuk meningkatkan informasi dan aksesibilitas terhadap peluang kompetisi.

5. Keikutsertaan Pelatihan Kewirausahaan

Sebagian responden belum pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan. Namun sebagian responden lainnya menyatakan bahwa pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan, seperti pelatihan yang diselenggarakan oleh DKUKMPP, Kominfo, dan lembaga lainnya banyak diikuti oleh pelaku UMKM. Fokus pelatihan mencakup digital marketing, kewirausahaan, dan pengembangan bisnis. Pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan ini umumnya melaporkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan bisnis.

6. Membaca Buku atau Informasi Tentang Wirausaha

Meskipun beberapa pelaku UMKM membaca buku atau mendapatkan informasi dari media sosial, lainnya cenderung tidak melakukannya karena kurangnya minat atau akses. Media sosial seperti YouTube menjadi salah satu sumber informasi populer.

7. Membaca Informasi Wirausaha melalui Media Sosial

Media sosial, termasuk TikTok, Instagram, dan YouTube, menjadi sumber utama informasi wirausaha bagi sebagian besar pelaku UMKM. Pelatihan atau informasi terkait sering diakses melalui platform ini. Namun, ada sebagian kecil responden yang lebih mengandalkan informasi dari sesama pelaku usaha atau TV.

8. Keikutsertaan Workshop Teknologi Informasi

Beberapa responden belum pernah mengikuti workshop penerapan teknologi komunikasi dan informasi bisnis. Namun terdapat beberapa pelaku UMKM yang pernah mengikuti workshop atau pelatihan terkait teknologi informasi, terutama dalam bidang pemasaran digital. Workshop ini biasanya diselenggarakan oleh DKUKMPP, Kominfo, atau lembaga lainnya. Pelatihan ini membantu pelaku usaha meningkatkan keterampilan teknis mereka.

9. Keterlibatan Karyawan mengikuti Workshop

Mayoritas UMKM tidak mengirimkan karyawan untuk pelatihan terkait teknologi informasi. Namun, skala usaha kecil sering kali menjadi kendala dalam pengiriman karyawan untuk mengikuti pelatihan ini.

10. Kepemilikan Tim Khusus untuk Desain Produk

Sebagian besar pelaku UMKM mendesain produk secara mandiri atau dibantu oleh keluarga. Hanya sedikit pelaku usaha yang memiliki tim khusus untuk desain produk, yang menunjukkan kebutuhan akan pendampingan dalam aspek ini.

11. Penelitian dan Pengembangan Produk

Penelitian dan pengembangan produk umumnya dilakukan secara mandiri oleh pelaku UMKM. Inovasi sering kali difokuskan pada pengemasan atau pengembangan varian produk baru. Ada juga yang mendapatkan pendampingan dari lembaga seperti DKUKMPP.

12. Pembinaan Teknologi Informasi oleh Mentor

Beberapa pelaku UMKM mendapatkan pembinaan dari lembaga seperti DKUKMPP, Kominfo, Google Foundation, atau Bukalapak dalam teknologi informasi. Namun, sebagian yang hanya menerima kunjungan dari dinas tanpa pembinaan intensif. Hal ini menunjukkan perlunya perluasan program pembinaan berbasis teknologi.

13. Evaluasi Materi Teknologi Informasi

Evaluasi penerapan teknologi informasi lebih banyak dilakukan melalui umpan balik konsumen. Responden yang tidak melakukan evaluasi umumnya kurang memahami pentingnya pengukuran dampak dari pelatihan atau penerapan teknologi.

14. Sumber Pendanaan Pribadi

Mayoritas pelaku UMKM memulai usaha mereka dengan dana pribadi. Jumlah modal awal yang digunakan bervariasi, mulai dari Rp200.000 hingga Rp20.000.000, tergantung pada skala usaha.

15. Sumber Pendanaan Eksternal

Sebagian kecil pelaku UMKM menerima bantuan eksternal, seperti program bantuan UMKM atau distributor produk dengan dana bisa mencapai 10 juta rupiah. Bantuan ini biasanya digunakan untuk pengembangan usaha lebih

lanjut. Sebagian besar UMKM tidak mendapatkan sumber pendanaan eksternal.

16. Berbagi Informasi Bisnis Kepada Rekan Calon Wirausaha

Praktik berbagi informasi bisnis dilakukan oleh sebagian pelaku UMKM, baik kepada kerabat, komunitas, maupun melalui media sosial. Aktivitas ini mencerminkan budaya saling mendukung di antara pelaku UMKM di Kota Cirebon.

4.1.3.2. FGD Stakeholder Technopreneurship Kota Cirebon

Pada *Focus Group Discussion* (FGD) mengenai kondisi *technopreneurship* di Kota Cirebon dengan beberapa *stakeholder* terkait menghasilkan hasil diskusi sebagai berikut:

1. Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perdagangan dan Perindustrian (DKUKMPP) Kota Cirebon

DKUKMPP Kota Cirebon hingga saat ini sudah melakukan berbagai program dan kebijakan dalam rangka pembinaan para pelaku UMKM di Kota Cirebon, seperti program UMKM Go Digital, Mall UMKM, Pusat Inkubasi, dan program Podcast sebagai sarana promosi para pelaku UMKM di Kota Cirebon.

Program UMKM Go Digital di Kota Cirebon bertujuan untuk mengajak para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memanfaatkan platform digital atau online. Selain itu untuk mendukung implementasi tersebut, DKUKMPP juga membuat program pelatihan yang bernama Perwira Haji Odi atau Pelatihan Wirausaha Go Digital. Kemudian

program Mall UMKM merupakan suatu fasilitas yang disediakan oleh Pemerintah Kota Cirebon melalui DKUKMPP sebagai wadah untuk memasarkan produk UMKM di Kota Cirebon baik secara luring ataupun daring. Kemudian DKUKM dengan program Pusat Inkubasi dapat memberikan dampak positif bagi UMKM karena diberikan mentoring mengenai perencanaan bisnis, strategi akses pendanaan, strategi pemasaran produk atau layanan, dan lainnya. Dan untuk strategi promosi, DKUKMPP Kota Cirebon menyediakan fasilitas *podcast* yang dapat digunakan oleh para pelaku UMKM untuk mempromosikan produk atau layanannya.

2. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Cirebon

DPMPTSP Kota Cirebon bertugas dalam melaksanakan urusan pemerintahan dan tugas pembantuan di bidang penanaman modal dan pelayanan perizinan. Salah satu pelayanan perizinan yang banyak dilakukan oleh pelaku UMKM adalah pembuatan NIB dan Sertifikasi OSS. NIB adalah Identitas legal usaha yang wajib dimiliki oleh pelaku usaha UMKM. NIB terdiri dari 13 digit angka yang berisi pengaman dan tanda tangan elektronik. NIB dapat diperoleh secara gratis melalui pendaftaran di website OSS Republik Indonesia. Sertifikat standar OSS adalah izin yang mencatat pemenuhan standar kegiatan usaha. Sertifikat ini berlaku untuk kegiatan usaha dengan risiko menengah rendah atau tinggi. Pelayanan perijinan tersebut dapat dilakukan secara luring maupun daring dengan mengakses laman : <https://ptsp.cirebonkota.go.id/>. Kemudian untuk memudahkan masyarakat khususnya para investor mengetahui potensi bisnis di Kota

Cirebon, DPMPTSP memiliki layanan secara daring berupa Peta Potensi Usaha Digital yang dapat diakses pada laman berikut: <https://penanamanmodal.cirebonkota.go.id/app/front/>.

3. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Kota Cirebon

OJK Kota Cirebon menjelaskan bahwa terdapat beberapa program pelayanannya yang sudah berbasis digital, salah satunya program Laku Pandai. Laku Pandai disingkat dari Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif, yaitu Program Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk penyediaan layanan perbankan atau layanan keuangan lainnya melalui kerja sama dengan pihak lain (agen bank), dan didukung dengan penggunaan sarana teknologi informasi. Selain itu untuk mengedukasi pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan atau penggunaan dana, OJK memiliki program Gerakan Nasional Cerdas Keuangan (GENCARKAN). Gerakan Nasional Cerdas Keuangan (GENCARKAN) adalah program yang dicanangkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan di Indonesia. Program ini bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang cerdas keuangan sehingga dapat mengambil keputusan finansial yang tepat. Kemudian jika dilihat dari aspek perbankan, perkembangan *technopreneurship* sudah terjadi di masyarakat secara luas dengan maraknya agen perbankan dari setiap Bank, khususnya Bank BUMN. Layanan agen perbankan merupakan perpanjangan layanan Bank yang memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan tanpa harus pergi ke kantor Bank.

4. Perumda BPR Bank Cirebon

Perumda BPR Bank Cirebon saat ini memiliki program bagi UMKM di Kota Cirebon berupa penyaluran dana kredit. Dana kredit tersebut diberikan pada UMKM dengan berbagai sektor bisnis sesuai kebutuhannya. Dalam pemanfaatan teknologi layanan, Perumda BPR Bank Cirebon saat ini belum bisa memberikan layanan digital secara penuh karena adanya keterbatasan regulasi.

5. DKIS Kota Cirebon

Pengembangan *technopreneurship* tidak hanya dilakukan dengan penerapan teknologi pada proses produksi. Pengembangan *technopreneurship* juga dapat dilakukan melalui pembuatan event-event bagi UMKM, seperti Cirebon Festival yang pernah diadakan Pemerintah Kota Cirebon. Pada kegiatan tersebut pelaku UMKM bahkan diberikan akses peluang untuk dapat memasarkan produknya ke luar negeri atau ekspor. Kegiatan tersebut melibatkan salah satu organisasi pekerja migran di Kota Cirebon yang memfasilitasi pertemuan calon *buyer* atau pembeli dan penjual yang dilakukan secara *teleconference*. Selain itu, proses transaksi ekspor produk UMKM juga dapat dilakukan melalui media pesan daring, seperti Whatsapp. Potensi produk kuliner dan fashion menjadi salah satu produk yang diminati bagi para *buyer* di Cina. Kemudian Pemerintah Kota Cirebon juga sudah melakukan penerapan *Smart City* untuk mendukung digitalisasi bisnis yang pada akhirnya dapat mengarah ke *technopreneurship*. Dalam proses digitalisasi, Pemerintah Kota Cirebon melalui Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik juga memiliki Relawan TIK yang siap mendukung proses digitalisasi di Kota Cirebon.

6. Kelitbangan

Potensi kuliner di Kota Cirebon merupakan peluang yang dapat dijadikan sebagai produk ekspor yang berkualitas. Kota Cirebon dapat mengadaptasi berbagai kota besar di Indonesia yang sudah membuat produk khas lokalnya ke dalam bentuk kemasan yang mudah didapatkan serta dibawa kemanapun, bahkan menjadi produk oleh-oleh yang banyak dicari. Pengembangan dan inovasi teknologi pengemasan menjadi aspek yang perlu diperhatikan agar pelaku UMKM di Kota Cirebon dapat menjadi UMKM Go Digital dan UMKM Go Internasional.

7. Sekretariat Daerah Kota Cirebon

Pemerintah Kota Cirebon pernah bekerjasama dengan salah satu *startup* di bidang penjualan produk pertanian atau sayuran secara online melalui aplikasi dan website. Penjualan produk sayuran tersebut dikirimkan ke berbagai kota di Indonesia, sehingga mereka memiliki teknologi pada proses pengemasan produknya. Hal tersebut merupakan potensi bagi Kota Cirebon, dimana Kota Cirebon memiliki Pasar Induk Jagasatru dapat dikembangkan dengan adanya aplikasi atau website yang dapat memasarkannya secara luas. Lalu dalam proses pemasaran juga dapat dilakukan dengan bekerjasama kepada Pemerintah Daerah di wilayah Ciayumajakuning.

Pemerintah Kota Cirebon juga sudah menerapkan digitalisasi pada proses pelayanannya. Hal tersebut dapat dilihat dengan adanya Mall Pelayanan Digital yang bekerjasama dengan Pemerintah Provinsi Jawa Barat dapat memudahkan proses pelayanan bagi masyarakat. Mall Pelayanan Digital

tersebut dapat diakses melalui laman:

<https://mppdigital.jabarprov.go.id/mppdigital/360/kotacirebon/>.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Kondisi Eksisting Technopreneurship di Kota Cirebon

4.2.1.1. Karakteristik UMKM Kota Cirebon

UMKM di Kota Cirebon menunjukkan karakteristik demografis yang mencerminkan peran penting perempuan dalam aktivitas usaha kecil dan menengah. Dari 189 responden yang terlibat dalam survei, mayoritas adalah perempuan (83%), sedangkan laki-laki hanya sebesar 17%. Hal ini menunjukkan kontribusi signifikan perempuan dalam mendorong roda perekonomian lokal melalui UMKM. Sebagian besar pelaku UMKM berada dalam rentang usia produktif, yaitu 40-49 tahun (38%) dan 50-59 tahun (24%), dengan sebagian kecil berada dalam rentang usia lebih muda (20-29 tahun sebesar 14%). Demografi ini menunjukkan bahwa UMKM sebagian besar dikelola oleh individu yang telah memiliki pengalaman hidup dan cenderung stabil dalam mengelola usaha mereka.

Dilihat dari tingkat pendidikan, mayoritas responden berpendidikan SLTA (45%), diikuti oleh sarjana (18%), diploma (12%), SLTP (13%), dan SD (12%). Kondisi ini mencerminkan bahwa pendidikan formal yang tinggi bukan satu-satunya faktor dominan dalam menjalankan usaha, meskipun pendidikan yang lebih baik seringkali berkorelasi dengan kemampuan adaptasi teknologi dan pengelolaan usaha. Jenis industri yang ditekuni mayoritas responden adalah sektor penyediaan akomodasi dan makan minum (47%), diikuti oleh industri pengolahan (22%), kerajinan (8%), fashion (7%), serta sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan

(5%). Sebagian besar UMKM di Cirebon telah berdiri selama 5-10 tahun (38%), dengan mayoritas menggunakan modal usaha di bawah Rp50 juta (97%), yang bersumber dari dana pribadi (92%).

4.2.1.2. Tingkat Adopsi Teknologi oleh UMKM

Sebagian besar pelaku UMKM (61%) tidak memanfaatkan teknologi dalam proses produksi sejak awal pendirian usaha. Produksi masih dilakukan secara manual, yang disebabkan oleh keterbatasan akses terhadap peralatan teknologi dan modal yang diperlukan. Bagi UMKM yang memanfaatkan teknologi, alat-alat seperti blender, oven listrik, dan mesin spinner digunakan untuk meningkatkan efisiensi produksi. Namun, pemanfaatan teknologi informasi dalam sistem kerja bisnis lebih tinggi, dengan 74% responden melaporkan telah menggunakan platform digital seperti WhatsApp, Shopee, Tokopedia, dan Facebook untuk pemasaran. Ini menunjukkan bahwa teknologi komunikasi lebih mudah diakses dibandingkan teknologi produksi.

Sebagian besar pelaku UMKM tidak mengikuti workshop penerapan teknologi informasi (66%) atau melibatkan karyawannya dalam pelatihan terkait teknologi (93%). Hanya 2% yang memiliki tim khusus untuk desain produk, dan 15% yang rutin melakukan penelitian dan pengembangan produk berbasis teknologi. Keterbatasan ini mencerminkan minimnya pendampingan, pelatihan, dan insentif bagi UMKM untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam bisnis mereka.

4.2.1.3. Dukungan Pemerintah dan Stakeholder

Pemerintah Kota Cirebon telah melaksanakan berbagai program untuk mendorong technopreneurship, meskipun hasilnya masih terbatas. Beberapa inisiatif yang telah dilakukan antara lain program UMKM Go Digital, Mall UMKM, dan Pusat Inkubasi oleh DKUKMPP. Program UMKM Go Digital bertujuan untuk mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional UMKM melalui pelatihan seperti Perwira Haji Odi (Pelatihan Wirausaha Go Digital). Mall UMKM menyediakan platform daring dan luring untuk memasarkan produk UMKM, sementara Pusat Inkubasi menawarkan mentoring tentang strategi bisnis, akses pendanaan, dan pemasaran.

Selain itu, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) mempermudah perizinan usaha melalui platform online seperti OSS dan Peta Potensi Usaha Digital. Namun, tantangan regulasi membatasi layanan digital sepenuhnya, seperti yang dialami Perumda BPR Bank Cirebon. Di sisi lain, program OJK seperti Laku Pandai dan GENCARKAN berfokus pada inklusi keuangan dan literasi keuangan bagi UMKM. Dukungan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan dan mengakses layanan perbankan.

4.1.1.4. Analisis Perbandingan

Peneliti melakukan perbandingan analisis data kuantitatif dengan analisis data kualitatif sebagai berikut.

Tabel 4.2.

Perbandingan Analisis Kuantitatif dan Kualitatif

Aspek	Kuantitatif	Kualitatif	Pembahasan
Adopsi Teknologi Produksi	61% tidak memanfaatkan teknologi.	Banyak yang masih menggunakan metode manual karena keterbatasan modal dan akses.	Data kuantitatif menunjukkan rendahnya adopsi teknologi; data kualitatif menambahkan detail penyebab keterbatasan tersebut.
Pemanfaatan Teknologi Informasi	74% menggunakan teknologi komunikasi untuk pemasaran.	Sebagian besar memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp sejak 2014, tetapi beberapa terkendala kurangnya pengetahuan.	Adopsi teknologi komunikasi tinggi, meskipun ada kelompok yang belum memanfaatkannya.
Keikutsertaan Pelatihan	53% tidak pernah mengikuti pelatihan.	Pelatihan mencakup topik seperti digital marketing dan kewirausahaan, namun tidak merata di semua pelaku UMKM.	Perluasan cakupan pelatihan menjadi kebutuhan mendesak untuk memperbaiki tingkat keikutsertaan yang rendah.
Sumber Modal Usaha	92% menggunakan modal pribadi.	Sebagian kecil mendapatkan bantuan dari pemerintah atau distributor produk, tetapi akses ke pendanaan eksternal sangat terbatas.	UMKM membutuhkan akses pendanaan yang lebih mudah untuk mendukung pengembangan usaha mereka.
Keikutsertaan Komunitas	59% tidak tergabung dalam komunitas wirausaha.	Sebagian besar tidak bergabung karena kurangnya informasi atau waktu, meskipun ada yang aktif di	Data kualitatif memperjelas faktor yang memengaruhi rendahnya tingkat keikutsertaan.

Aspek	Kuantitatif	Kualitatif	Pembahasan
		HIPMI atau komunitas lokal.	
Keikutsertaan Kompetisi	92% tidak pernah mengikuti kompetisi wirausaha.	Hanya sedikit yang mengikuti kompetisi seperti yang diadakan Bank BJB, dengan alasan minimnya informasi atau kesempatan yang tersedia.	Kompetisi wirausaha perlu lebih dipromosikan untuk meningkatkan inovasi di kalangan UMKM.
Pendampingan Mentor	82% tidak mendapatkan pembinaan teknologi.	Hanya beberapa UMKM yang mendapat pembinaan dari DKUKMPP, Kominfo, atau lembaga lainnya.	Pendampingan mentor sangat minim, menunjukkan perlunya penguatan program mentoring berbasis teknologi.
Riset dan Pengembangan	85% tidak melakukan penelitian dan pengembangan rutin.	Responden yang melakukan riset berfokus pada inovasi pengemasan atau varian produk, sering secara mandiri tanpa pendampingan profesional.	Penelitian dan pengembangan yang terorganisir dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar domestik dan internasional.

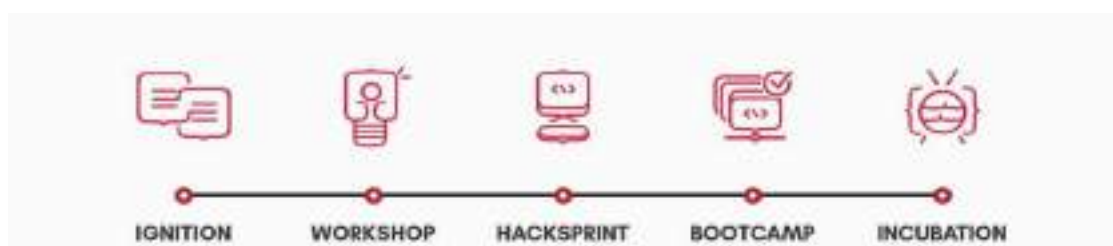
Sumber: Hasil Olah Data (2024)

a data kuantitatif memberikan gambaran jumlah pelaku UMKM yang belum mengadopsi teknologi, sedangkan data kualitatif menjelaskan penyebabnya. Implikasi dari kondisi ini adalah perlunya intervensi untuk meningkatkan aksesibilitas teknologi melalui subsidi atau hibah alat produksi, serta pelatihan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha. Lalu data kuantitatif menunjukkan tingkat adopsi yang cukup tinggi, namun data kualitatif menyoroti adanya kesenjangan pengetahuan digital. Ini menunjukkan perlunya pelatihan khusus untuk meningkatkan literasi digital bagi UMKM yang

belum memanfaatkan teknologi informasi secara maksimal. Data kuantitatif juga menunjukkan bahwa lebih dari separuh pelaku usaha belum mendapatkan kesempatan pelatihan. Data kualitatif menambahkan bahwa pelatihan yang ada cukup efektif, tetapi cakupannya perlu diperluas. Hal ini menunjukkan perlunya program pelatihan yang lebih inklusif dan merata. Kemudian data kuantitatif mengindikasikan bahwa ketergantungan pada modal pribadi sangat tinggi, sedangkan data kualitatif menjelaskan kendala yang dihadapi UMKM untuk mendapatkan dana eksternal. Implikasi ini menunjukkan perlunya penguatan program pendanaan mikro yang mudah diakses oleh UMKM. Secara kuantitatif mayoritas UMKM belum terhubung dengan komunitas. Data kualitatif memberikan wawasan tentang pentingnya promosi dan pembentukan komunitas yang lebih inklusif. Komunitas dapat menjadi platform untuk berbagi pengetahuan dan peluang bisnis. Lalu rendahnya partisipasi dalam kompetisi menunjukkan bahwa pelaku UMKM membutuhkan dorongan untuk lebih aktif dalam inovasi dan kolaborasi. Data kualitatif menunjukkan perlunya promosi yang lebih gencar tentang manfaat mengikuti kompetisi. Secara kuantitatif menunjukan bahwa program mentoring masih jarang dijalankan, sedangkan data kualitatif menunjukkan adanya potensi peningkatan jika pendampingan dilakukan lebih sering dan melibatkan lebih banyak pelaku usaha. Kemudian secara kuantitatif juga menunjukan bahwa minimnya aktivitas penelitian dan pengembangan produk pada UMKM secara rutin, sementara data kualitatif menunjukkan bahwa UMKM sering kali melakukan inovasi secara mandiri. Hal ini menunjukkan perlunya fasilitas riset yang terjangkau dan kolaborasi dengan institusi pendidikan.

4.2.1.5. Tahapan *Technopreneurship*

Technopreneur terdiri dari UMKM atau start-up digital yaitu wirausaha yang berbasis teknologi baik secara langsung (menghasilkan produk dalam bidang teknologi) ataupun UMKM atau start-up non digital (wirausaha yang berbasis teknologi secara tidak langsung, menggunakan teknologi yang sudah ada untuk meningkatkan efisiensi dan produktifitas usaha yang dijalankan). Perkembangan Technopreneur ini dilihat dari beberapa kriteria yang didasarkan pada tahapan pembentukan Technopreneur yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan informatika Republik Indonesia (Sekarang berubah menjadi Komdigi), yaitu tahapan kesiapterapan teknologi, dan tahapan pendanaan usaha. Tahapan menjadi Technopreneur Technopreneur menurut Kominfo berfokus pada beberapa sector yaitu agrikultur, Pendidikan, logistik, pariwisata, kesehatan dan energi.



Gambar 4.26. Tahapan yang dilalui Technopreneur

Sumber: aptika.kominfo.go.id (2016)

Penjelasan gambar diatas sebagai berikut:

1. Tahap *ignition* dimana *technopreneur* ini sedang melakukan penanaman pola pikir kewirausahaan. Wirausaha yang termasuk didalam tahap ignition ini ketika wirausaha mengikuti pelatihan dan pendampingan dalam menjalankan usaha, aktif dalam mengikuti program pengembangan motivasi dalam memulai usaha, mengikuti seminar atau talkshow yang menghadirkan pelaku ekosistem bisnis digital yang sudah berpengalaman

dan membagikan bagaimana cara membangun usaha, taktik mengatasi kendala dan merancang solusi permasalahan.

2. Tahap *Incubation*

Tahapan *incubation* yaitu ketika *technopreneur* ini melakukan pembinaan lanjutan sampai akhirnya siap jadi bagian dari ekosistem *technopreneur*.

Tahapan ini terdiri dari tahapan *workshop*, *hacksprint*, dan *bootcamp*.

Adapun penjelasannya sebagai berikut:

- A. Tahapan *workshop* yaitu pelaku usaha mendapatkan pembekalan dasar yang dibutuhkan untuk menjadi *technopreneur*.
 - B. Tahapan *hacksprint* yaitu pembentukan tim yang saling melengkapi keterampilan untuk pembuatan *prototype* produk.
 - C. Tahapan *Bootcamp* yaitu pada saat *Technopreneur* mengikuti pembinaan mendalam bersama mentor untuk menyiapkan peluncuran produk.
3. Tahap *Post incubation* dimana *technopreneur* telah dapat mengakses pendanaan, jaringan inovasi, pengembangan SDM.

Berdasarkan data kuantitatif dan data kualitatif peneliti melakukan pemetaan jawaban responden berdasarkan pertanyaan yang disajikan pada setiap tahapan *technopreneurship* dengan penjelasan sebagai berikut.

Tabel 4.3.

Tahapan *Technopreneurship*

NO	TAHAPAN	PERSENTASE
1	IGNITION	55.9%
2	INCUBATION	16.4%

NO	TAHAPAN	PERSENTASE
	A. Workshop	7.3%
	B. Hascksprint	3.1%
	C. Bootcamp	6.0%
3	POST INCUBATION	27.7%

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari ketiga tahapan *technopreneurship*, mayoritas responden atau pelaku UMKM berada pada tahapan *ignition* yaitu sebesar 55,9%. Hal tersebut dikarenakan fokus mereka masih pada pengenalan dan penanaman pola pikir kewirausahaan melalui pelatihan dasar dan komunitas wirausaha. Kemudian sebagian kecil pelaku usaha mulai bergerak ke tahap *incubation* pada tahapan *workshop*, tetapi tidak cukup signifikan untuk mengindikasikan bahwa tahap ini telah sepenuhnya dicapai oleh ekosistem *technopreneurship* di Kota Cirebon. Lalu tahap *hacksprint* hingga *post-incubation* belum tercapai karena ekosistem *technopreneurship* di Kota Cirebon masih belum memiliki fondasi yang kuat dalam riset, pengembangan produk, mentoring, dan pendanaan. Maka dapat disimpulkan bahwa kondisi *technopreneurship* di Kota Cirebon sebagian besar berada pada tahap *ignition*, dengan indikasi awal menuju tahap *workshop*. Untuk mencapai tahap lebih lanjut, seperti *hacksprint*, *bootcamp*, dan *post incubation*, diperlukan intervensi strategis.

4.2.2. Gambaran Ekosistem *Technopreneurship* di Kota Cirebon

Ekosistem *Technopreneur* terdiri dari berbagai elemen yang saling mendukung, seperti peneliti, pengembang, pemasar, pengelola keuangan, pusat

sains dan inkubasi, institusi akademik, akses internet, layanan teknologi, lokasi strategis, mentoring, venture capital, sektor bisnis, agensi pendanaan, layanan keuangan, kantor kekayaan intelektual, lisensi teknologi, dan legalitas. Berikut peran penting dari setiap elemen tersebut:

1. Peneliti

Berperan dalam menciptakan hasil penelitian yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, sehingga dapat dikomersialisasikan. Peneliti bekerja sama dengan inkubator bisnis untuk mendampingi hilirisasi produk hasil riset. Di Kota Cirebon terdapat elemen peneliti dari Tim Kelitbangan Kota Cirebon dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat pada Perguruan Tinggi yang berada di Kota Cirebon.

2. Pengembang

Bertanggung jawab mencari peluang pasar baru, menjaga hubungan dengan pelanggan dan investor, serta merancang strategi pengembangan bisnis untuk memperluas usaha *technopreneur*. Kondisi saat ini di Kota Cirebon belum ada lembaga atau perusahaan yang berperan sebagai pengembang pada *technopreneurship*.

3. Tenaga Pemasar dan Promosi

Mengoptimalkan pencarian digital melalui SEO, mengiklankan produk, dan menyusun strategi pemasaran serta promosi untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Kondisi saat ini di Kota Cirebon belum ada lembaga atau perusahaan yang berperan sebagai tenaga pemasaran dan promosi pada *technopreneurship*.

4. Pengelola Keuangan

Mengatur, merencanakan, dan mengawasi penggunaan keuangan agar keuntungan optimal dan pengeluaran terkendali, sekaligus menjaga stabilitas finansial perusahaan. Kondisi saat ini di Kota Cirebon belum ada lembaga atau perusahaan yang berperan sebagai pengelola keuangan pada *technopreneurship*.

5. Taman Sains dan Pusat Inkubasi

Berfungsi sebagai tempat mentoring, pemberi arahan, dan menyediakan fasilitas kerja bersama (co-working space) bagi Technopreneur. Kondisi saat ini di Kota Cirebon belum tersedia taman sains atau *technopark*, namun terdapat beberapa pusat inkubasi yang sudah tersedia, seperti DKUKMPP Kota Cirebon, Rumah BUMN Kota Cirebon, dan Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi di Kota Cirebon.

6. Institusi Akademik dan Pusat Penelitian

Memberikan kontribusi melalui penelitian akademik yang dilakukan oleh dosen, mahasiswa, dan peneliti untuk menciptakan ide atau inovasi baru. Kondisi saat ini di Kota Cirebon belum ada lembaga atau perusahaan yang berperan sebagai pengembang pada *technopreneurship*. Di Kota Cirebon saat ini sudah terdapat institusi akademik dan pusat penelitian baik dari Tim Kelitbangan Kota Cirebon, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat serta Pusat Studi pada Perguruan Tinggi yang berada di Kota Cirebon.

7. Dukungan Teknologi, Internet dan Komunikasi

Menyediakan infrastruktur komunikasi yang menjadi kebutuhan utama Technopreneur, karena usaha mereka berbasis teknologi dan sangat bergantung pada koneksi internet. Lalu menyediakan akses informasi cepat,

produktivitas tinggi, dukungan multimedia, dan pemeliharaan teknologi yang digunakan oleh Technopreneur. Kondisi saat ini di Kota Cirebon terdapat Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kota Cirebon P-SAT Net (Perumda Pembangunan), dan Penyedia Layanan Internet dari BUMN atau swasta yang dapat mendukung pengembangan *technopreneurship*.

8. Akses Lokasi Geografis

Lokasi strategis mempengaruhi efektivitas usaha dan pemasaran, selaras dengan konsep marketing mix (*product, price, place, promotion*). Kota Cirebon sebagai salah satu pusat perekonomian di kawasan Rebana Metropolitan memiliki akses lokasi yang strategis dengan berbagai fasilitas mendukung, seperti stasiun, pelabuhan, bandara, jalan tol, dan lainnya.

9. Dukungan Mentoring

Mentor membantu startup mengembangkan pola pikir yang kuat dan kemampuan memecahkan masalah, penting bagi pertumbuhan usaha. Saat ini di Kota Cirebon terdapat beberapa instansi yang memiliki program mentoring bagi UMKM, seperti DKUKMPP Kota Cirebon, Rumah BUMN Kota Cirebon, Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi di Kota Cirebon, BEKRAF Kota Cirebon, Bank Indonesia

10. Venture Capital dan Angel Investor

Memberikan pembiayaan untuk startup. Angel investor memiliki toleransi risiko lebih tinggi, bahkan jika terjadi kegagalan, mereka tidak menuntut pengembalian dana. Kondisi saat ini di Kota Cirebon belum ada lembaga

atau perusahaan yang berperan sebagai *venture capital* atau *angel investor* pada *technopreneurship*.

11. Agensi Pendanaan dan Layanan Keuangan

Agensi pendanaan dan layanan keuangan mendukung pendanaan strategis yang memungkinkan Technopreneur merealisasikan proyek dan tujuan bisnis mereka. Kemudian juga menyediakan sarana untuk mengelola laba, seperti tabungan, giro, atau deposito, agar pengelolaan keuangan perusahaan lebih terorganisir. Terdapat banyak lembaga perbankan di Kota Cirebon baik BUMN, BUMD, maupun perbankan swasta.

12. Kantor Kekayaan Intelektual (HAKI/HKI) dan Layanan Legalitas

Membantu melindungi ide dan inovasi Technopreneur dari plagiasi sebelum dikomersialkan dengan mendaftarkan paten atau hak kekayaan intelektual. Kondisi saat ini layanan kekayaan intelektual bisa diperoleh dari Kementerian Hukum dengan beberapa kantor cabang yang berada di Kota Cirebon, layanan HaKI dari LIP UGJ dan perguruan tinggi lainnya, serta Lembaga Hukum di Kota Cirebon.

13. Kantor Lisensi Teknologi dan Komersialisasi

Mendukung percepatan komersialisasi produk dan memberikan lisensi untuk penggunaan teknologi dalam rangkaian bisnis. Layanan kantor lisensi teknologi dan komersialisasi bisa didapatkan pada Kantor Cabang Sucofindo yang berada di Kota Cirebon.

4.2.3. Potensi Technopreneurship di Kota Cirebon

Mayoritas pelaku UMKM adalah perempuan (83%) dengan rentang usia produktif (40-59 tahun). Ini menunjukkan stabilitas manajemen usaha yang berpotensi besar jika didukung dengan teknologi dan pelatihan kewirausahaan berbasis digital. Dominasi sektor penyediaan akomodasi dan makan minum (47%) menunjukkan potensi besar untuk integrasi teknologi di sektor ini, terutama melalui platform e-commerce dan aplikasi layanan pelanggan. Kemudian tingkat pemanfaatan teknologi komunikasi oleh UMKM mencapai 74%, seperti media sosial dan platform e-commerce. Ini menjadi fondasi yang kuat untuk memajukan pemasaran berbasis digital.

Institusi Akademik dan Penelitian di Kota Cirebon berupa lembaga penelitian dan perguruan tinggi dapat mendukung inovasi melalui kolaborasi riset. Lalu kehadiran inkubator bisnis seperti DKUKMPP, Rumah BUMN, dan inkubator perguruan tinggi juga menyediakan dasar yang baik untuk pembinaan. Selain itu dukungan infrastruktur komunikasi yang tersedia dari DKIS Kota Cirebon, P-SAT Net, dan penyedia layanan internet swasta menjadi tulang punggung bagi bisnis berbasis digital. Akses layanan perlindungan HAKI melalui Kemenkumham dan perguruan tinggi setempat, yang penting untuk mendorong inovasi aman dari plagiasi.

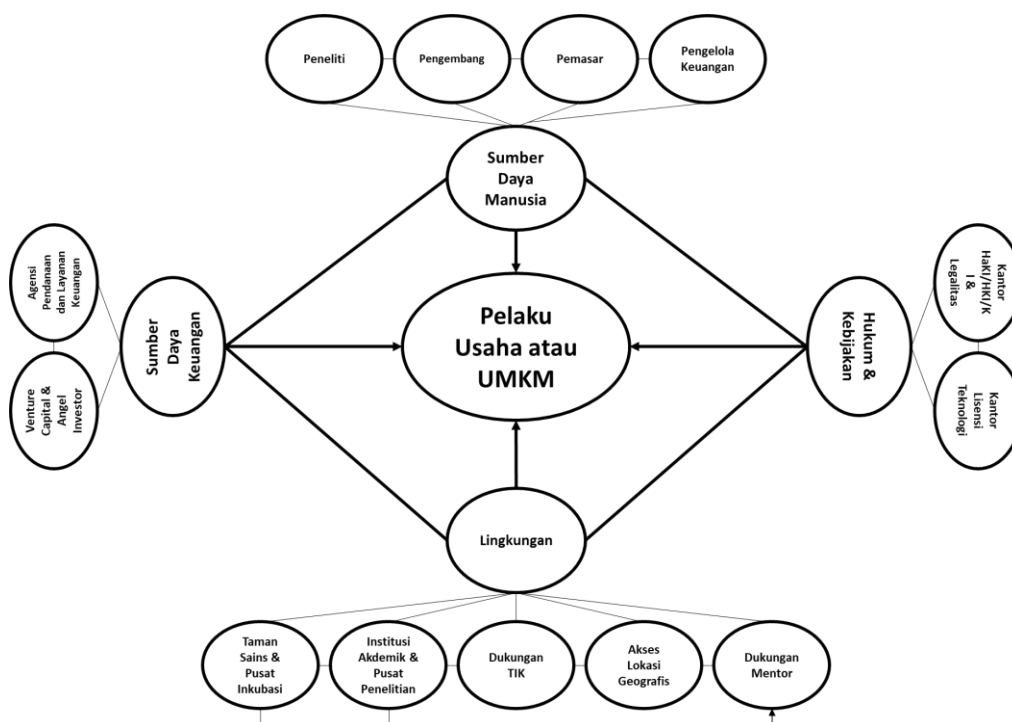
Potensi *technopreneurship* di Kota Cirebon juga dapat melahirkan beberapa peluang usaha baru, seperti Digital Marketing Agency, E-Commerce Platform Lokal, Smart Farming Solutions, EdTech (Educational Technology), Startup Logistik Berbasis Teknologi, Startup Booking Layanan Akomodasi dan Makan Minum, Custom Craft Marketplace, dan lainnya. Kemudian adanya pengembangan

technopreneurship juga dapat menghadirkan bidang atau posisi pekerjaan baru, seperti *Data Analyst*, *Product Designer*, *Technopreneur Consultant*, *IoT Specialist*, *UI/UX Design*, *Cybersecurity Expert*, *Sustainability Office*, *SEO Specialist*, *Content Creator*, dan lainnya.

Maka dari itu program pelatihan intensif seperti bootcamp, hacksprint, dan workshop perlu diperluas untuk menciptakan technopreneur yang siap bersaing. Potensi *technopreneurship* di Kota Cirebon sangat besar, didukung oleh lokasi strategis, keberagaman sektor usaha, dan adopsi teknologi komunikasi. Namun, penguatan dalam adopsi teknologi produksi, pelatihan, akses pendanaan, dan pembentukan komunitas diperlukan untuk memaksimalkan potensi ini. Dengan sinergi dari pemerintah, institusi pendidikan, dan sektor swasta, Kota Cirebon dapat menjadi pusat *technopreneurship* yang unggul di masa depan.

4.2.4. Model Pengembangan Technopreneurship di Kota Cirebon

Technopreneurship merupakan pendekatan inovatif yang mengintegrasikan teknologi dalam kewirausahaan untuk menciptakan solusi bisnis yang berkelanjutan dan berdaya saing. Di Kota Cirebon, *technopreneurship* memiliki potensi besar untuk berkembang, didukung oleh keberadaan UMKM yang aktif, sumber daya manusia yang dinamis, serta lokasi strategis di wilayah Rebana Metropolitan. Berdasarkan kondisi eksisting, ekosistem, dan potensi *technopreneurship* di Kota Cirebon maka Model Pengembangan *Technopreneurship* di Kota Cirebon sebagai berikut.



Gambar 4.27. Model Pengembangan Techopreneurship Kota Cirebon

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar diatas menunjukkan sinergitasi antar elemen ekosistem dalam proses pengembangan ekosistem di Kota Cirebon. Peneliti, yang didukung oleh institusi akademik, menyediakan dasar inovasi melalui ide-ide baru dan solusi teknologi. Mereka bekerja sama dengan inkubator untuk memastikan hasil penelitian mereka dapat dikomersialkan dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Institusi akademik juga mendidik tenaga kerja yang terampil dan mendukung transfer pengetahuan kepada technopreneur melalui pendidikan dan inisiatif penelitian. Inkubator bertindak sebagai jembatan antara peneliti dan wirausaha (UMKM) dengan menyediakan pendampingan, ruang kerja bersama, dan panduan strategis.

Mentor membantu startup menyempurnakan strategi bisnis, mengembangkan keterampilan kepemimpinan, dan menyelesaikan tantangan operasional. Mereka sering kali menghubungkan startup dengan investor dan

jaringan untuk mendukung pertumbuhan lebih lanjut. Lalu pengembang mengubah solusi teknologi menjadi aplikasi praktis yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, sedangkan pemasar membantu mempromosikan dan memosisikan solusi tersebut di pasar. Pelaku Usaha atau UMKM mengadopsi solusi ini, menyesuaikannya untuk menciptakan produk dan layanan yang inovatif. Kolaborasi antara pengembang, pemasar, dan wirausahawan memastikan bahwa produk yang dihasilkan kuat secara teknis, relevan di pasar, dan menarik bagi konsumen.

Venture capitalist (VC) dan angel investor menyediakan pendanaan penting bagi startup, terutama pada fase ekspansi. Agensi dan lembaga keuangan memastikan bisnis memiliki akses ke pinjaman terjangkau, hibah, dan alat manajemen keuangan. Sistem keuangan ini memungkinkan startup untuk berinvestasi dalam teknologi, memperluas operasi, dan menjangkau pasar yang lebih besar.

Pemerintah memainkan peran penting dengan menciptakan lingkungan yang kondusif melalui kebijakan yang mendukung, insentif pajak, dan regulasi yang disederhanakan. Pemerintah juga menyediakan infrastruktur digital, seperti internet berkecepatan tinggi, dan memastikan praktik adil melalui perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) dan sistem hukum. Kolaborasi dengan inkubator dan program mentoring sering kali berasal dari inisiatif yang dipimpin pemerintah. Kantor lisensi membantu mengomersialkan teknologi yang dikembangkan oleh peneliti dan pengembang, memastikan produk memenuhi standar hukum dan pasar. Keterhubungan ini memungkinkan wirausahawan untuk mengadopsi teknologi tanpa khawatir melanggar hak kekayaan intelektual, membuka jalan untuk masuk ke pasar global.

Penyedia teknologi (misalnya, layanan internet dan komunikasi) memungkinkan operasi yang efisien dan konektivitas digital. Mereka bekerja sama dengan wirausahawan dan inkubator untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam proses bisnis, meningkatkan produktivitas, dan keterlibatan pelanggan. Contohnya, platform e-commerce dan solusi IoT memfasilitasi akses pasar yang lebih baik dan manajemen rantai pasok.

Konsumen mendorong permintaan dan memberikan umpan balik yang membentuk pengembangan produk dan perbaikan layanan. Komunitas, termasuk jaringan wirausaha dan asosiasi bisnis, mendorong kolaborasi, berbagi pengetahuan, dan akses ke sumber daya. Hubungan timbal balik antara konsumen, komunitas, dan bisnis memastikan inovasi dan adaptasi yang berkelanjutan.

4.2.5. Strategi Pengembangan Technopreneurship di Kota Cirebon

Berdasarkan kondisi eksisting, ekosistem, potensi, dan model pengembangan technopreneurship di Kota Cirebon, strategi pengembangan technopreneurship di Kota Cirebon perlu mencakup aspek holistik yang melibatkan penguatan ekosistem, peningkatan kapasitas SDM, serta optimalisasi infrastruktur dan pendanaan. Berikut adalah strategi yang dapat diterapkan:

1. Penguatan Ekosistem Technopreneurship

Penguatan ekosistem technopreneurship di Kota Cirebon dilakukan dengan membangun konektivitas antara elemen-elemen pendukung, seperti peneliti, inkubator, institusi akademik, pemerintah, dan sektor swasta. Seperti yang terjadi di Malaysia, inisiatif pemerintah seperti Majlis Amanah Rakyat (MARA) berhasil meningkatkan technopreneurship melalui kolaborasi

antar elemen pendukung. Pusat inkubasi dan taman sains perlu dikembangkan sebagai tempat mentoring, kolaborasi, dan inovasi. Inkubator dapat mempercepat hilirisasi produk dari hasil penelitian dan menghubungkan pelaku usaha dengan venture capital untuk pendanaan (Suradi et al., 2017). Selain itu, langkah-langkah harus diambil untuk mengatasi hambatan yang memperlambat pertumbuhan technopreneurship, seperti kurangnya konektivitas antara pelaku usaha dan sumber daya teknologi. Dukungan teknologi seperti subsidi alat produksi modern dan perluasan infrastruktur internet juga menjadi prioritas untuk mempermudah adopsi teknologi oleh UMKM (Qasim & Mahmood, 2021).

2. Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Peningkatan kapasitas SDM merupakan langkah penting untuk memastikan technopreneur di Kota Cirebon mampu bersaing secara inovatif. Pentingnya pendidikan berbasis industri kreatif sebagai bagian dari upaya meningkatkan kompetensi technopreneur (Musa et al., 2017). Program pelatihan berbasis teknologi harus diperluas, mencakup keterampilan digital marketing, manajemen keuangan, dan pemanfaatan teknologi produksi. Pelatihan berbasis kurikulum non-tradisional yang fokus pada technopreneurship telah terbukti meningkatkan niat berwirausaha di kalangan mahasiswa (W. L. Koe et al., 2021). Pembentukan komunitas technopreneur, dapat menjadi wadah berbagi pengetahuan, pengalaman, dan jejaring bisnis (W.-L. Koe et al., 2020). Program mentoring berkelanjutan dengan melibatkan pelaku usaha sukses juga akan membantu technopreneur

mengatasi tantangan bisnis dan meningkatkan daya saing (Maziriri et al., 2024).

3. Optimalisasi Infrastruktur dan Lokasi Strategis

Kota Cirebon memiliki keunggulan geografis yang strategis di kawasan Rebana Metropolitan, sehingga dapat dimanfaatkan untuk pengembangan technopreneurship. Lokasi strategis dan dukungan logistik memainkan peran penting dalam mendukung ekosistem technopreneurship (Suradi et al., 2017). Digitalisasi layanan pemerintah juga perlu diperluas untuk mempermudah pengurusan perizinan dan memberikan informasi pasar melalui platform seperti OSS dan peta potensi usaha digital. Teknologi digital juga dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis berbasis teknologi.

4. Penguatan Pendanaan dan Insentif

Akses pendanaan yang mudah dan insentif bagi pelaku usaha menjadi kunci keberhasilan technopreneurship di Kota Cirebon. Pentingnya venture capital dalam membantu pelaku usaha mengakses modal. Selain itu, program pinjaman mikro dengan bunga rendah dapat membantu UMKM dalam pengembangan modal usaha (Belmonte & Lira, 2023). Insentif, seperti pengurangan pajak bagi startup teknologi dan hibah untuk penelitian, juga relevan. Pendanaan yang kuat akan mendukung pelaku usaha dalam memperluas operasional dan meningkatkan inovasi produk (Maziriri et al., 2024).

5. Penguatan Regulasi dan Legalitas

Perlindungan terhadap kekayaan intelektual (HAKI) menjadi salah satu pilar penting dalam ekosistem technopreneurship. Perlindungan kekayaan intelektual adalah elemen penting untuk mendukung inovasi di sektor technopreneurship (Qasim & Mahmood, 2021). Layanan HAKI harus dipermudah agar pelaku usaha dapat melindungi inovasi dan ide mereka dari plagiasi. Edukasi tentang pentingnya hak paten dan hak cipta perlu ditingkatkan (Maziriri et al., 2024). Selain itu, proses lisensi teknologi dan komersialisasi produk harus disederhanakan agar peluncuran produk ke pasar dapat dilakukan lebih cepat.

Dengan penerapan kelima strategi ini, Kota Cirebon diharapkan mampu membangun ekosistem technopreneurship yang kuat, inovatif, dan berdaya saing, menjadikannya sebagai pusat pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi di tingkat regional maupun nasional.

4.2.6. Rekomendasi Pengembangan Technopreneurship di Kota Cirebon

Berdasarkan kondisi eksisting, ekosistem, potensi, model pengembangan technopreneurship di Kota Cirebon, serta strategi pengembangan technopreneurship di Kota Cirebon, maka rekomendasi yang peneliti berikan sebagai berikut:

1. Penguatan Ekosistem Technopreneurship

Dalam aspek penguatan ekosistem *technopreneurship*, peneliti memberikan rekomendasi yang terdiri dari pengembangan inkubator dan pusat inovasi,

kolaborasi antar elemen ekosistem, dan peningkatan dukungan teknologi dengan penjelasan sebagai berikut.

A. Pengembangan Inkubator dan Pusat Inovasi

Pengembangan inkubator dan pusat inovasi dapat dilakukan dengan melakukan upaya sebagai berikut:

- 1) Mendirikan taman sains atau technopark sebagai pusat inovasi.
- 2) Memperluas cakupan program inkubator di DKUKMPP, Rumah BUMN, dan perguruan tinggi lokal.
- 3) Mengintegrasikan inkubator dengan *venture capital* untuk mempercepat pendanaan *startup*.

B. Kolaborasi Antar Elemen Ekosistem

Kolaborasi antar elemen ekosistem dapat dilakukan dengan melakukan upaya sebagai berikut:

- 1) Membentuk forum *technopreneurship* yang melibatkan akademisi, pelaku usaha, pemerintah, dan komunitas.
- 2) Menghubungkan UMKM dengan lembaga penelitian untuk hilirisasi produk.

C. Peningkatan Dukungan Teknologi

Peningkatan dukungan teknologi dapat dilakukan dengan melakukan upaya sebagai berikut:

- 1) Pemberian subsidi alat teknologi produksi seperti IoT dan peralatan manufaktur modern.
- 2) Memperluas akses internet berkecepatan tinggi melalui penyedia lokal dan nasional.

- 3) Mengintegrasikan platform digital seperti *marketplace* lokal untuk memasarkan produk.

2. Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Rekomendasi peningkatan kapasitas SDM terdiri dari program pelatihan berbasis teknologi dan mentoring berkelanjutan dengan penjelasan sebagai berikut.

A. Pelatihan berbasis Teknologi

Pelatihan berbasis teknologi dapat dilakukan dengan melakukan upaya sebagai berikut:

- 1) Mengadakan pelatihan rutin tentang digital marketing, manajemen keuangan, dan teknologi produksi.
- 2) Menjalankan program bootcamp, hacksprint, dan workshop di bawah pengawasan mentor berpengalaman.
- 3) Melibatkan institusi akademik dalam penyelenggaraan pelatihan berbasis kurikulum praktis.

B. Mentoring Berkelanjutan

Mentoring berkelanjutan dapat dilakukan dengan melakukan upaya sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan peran mentor lokal dan nasional dalam program pendampingan.
- 2) Menghubungkan UMKM dengan pelaku usaha sukses melalui program mentoring one-on-one.
- 3) Mendorong pembinaan berbasis teknologi untuk pengembangan produk dan bisnis.

3. Optimalisasi Infrastruktur dan Lokasi Strategis

Rekomendasi optimalisasi infrastruktur dan lokasi strategis terdiri dari pemanfaatan lokasi geografis dan digitalisasi layanan pemerintah dengan penjelasan sebagai berikut.

A. Pemanfaatan Lokasi Geografis

Pemanfaatan lokasi geografis dapat dilakukan dengan upaya berikut:

- 1) Mengembangkan akses transportasi yang sudah ada (jalan tol, pelabuhan, dan bandara) untuk mendukung rantai pasok UMKM.
- 2) Membuka peluang kerja sama dengan kawasan Rebana Metropolitan untuk memperluas pasar.

B. Digitalisasi Layanan Pemerintah

Digitalisasi layanan pemerintah dapat dilakukan dengan upaya berikut:

- 1) Peningkatan dan perluasan penggunaan platform digital pelayanan pemerintah, khususnya untuk perizinan usaha.
- 2) Meningkatkan dan mengembangkan fungsi penggunaan peta potensi usaha digital bagi pelaku usaha lokal agar dapat memudahkan pelaku usaha mendapatkan informasi mengenai peluang usaha.

4. Penguatan Pendanaan dan Insentif

Rekomendasi penguatan pendanaan dan insentif terdiri dari akses pembiayaan dan insentif bagi pelaku usaha dengan penjelasan sebagai berikut.

A. Akses Pembiayaan

Akses pembiayaan dapat dilakukan dengan upaya berikut.

- 1) Mendorong kehadiran venture capital dan angel investor lokal untuk mendanai startup technopreneur.
- 2) Mengembangkan program pinjaman mikro yang mudah diakses dengan bunga rendah.

B. Insentif bagi Pelaku Usaha

Insentif bagi pelaku usaha dapat dilakukan dengan upaya berikut.

- 1) Memberikan insentif pajak bagi startup berbasis teknologi.
- 2) Menyediakan hibah untuk penelitian dan pengembangan produk teknologi.

5. Penguatan Regulasi dan Legalitas

Rekomendasi penguatan regulasi dan legalitas terdiri dari perlindungan kekayaan intelektual dan kemudahan proses lisensi dan komersialisasi dengan penjelasan sebagai berikut.

A. Perlindungan Kekayaan Intelektual

Perlindungan kekayaan intelektual dapat dilakukan dengan upaya berikut:

- 1) Mempermudah akses layanan HAKI melalui lembaga seperti Kemenkumham dan perguruan tinggi lokal.
- 2) Mengedukasi pelaku usaha tentang pentingnya pendaftaran paten dan hak cipta.

B. Kemudahan Proses Lisensi dan Komersialisasi

Kemudahan proses lisensi dan komersialisasi dapat dilakukan dengan upaya berikut.

- 1) Menyederhanakan proses lisensi teknologi melalui kolaborasi dengan kantor cabang Sucofindo atau perusahaan lainnya.
- 2) Menghubungkan pelaku usaha dengan platform komersialisasi teknologi.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. **Kondisi Eksisting Technopreneurship**

Kota Cirebon telah menginisiasi berbagai program seperti UMKM Go Digital, Mall UMKM, dan inkubator bisnis melalui DKUKMPP. Namun, adopsi teknologi produksi masih rendah, dengan mayoritas UMKM menggunakan metode manual dan memanfaatkan teknologi informasi hanya untuk pemasaran.

2. **Gambaran Ekosistem Technopreneurship**

Ekosistem technopreneurship di Kota Cirebon terdiri dari elemen-elemen seperti peneliti, inkubator, institusi akademik, mentor, dan infrastruktur digital. Namun, masih terdapat kekurangan dalam peran pengembang, pemasar, dan pengelola keuangan untuk mendukung keberlanjutan usaha technopreneur.

3. **Potensi Technopreneurship**

Kota Cirebon memiliki potensi besar melalui dominasi sektor akomodasi, makanan, dan UMKM yang dikelola oleh pelaku usaha berpengalaman. Lokasi strategis dan infrastruktur yang tersedia mendukung pengembangan usaha, sementara peluang bisnis seperti platform e-commerce dan EdTech dapat dioptimalkan.

4. Model Pengembangan Technopreneurship

Model pengembangan menekankan pada sinergi antar elemen ekosistem, dengan peneliti menghasilkan inovasi, inkubator memfasilitasi hilirisasi, dan mentor memberikan bimbingan. Pengintegrasian teknologi dan akses pendanaan menjadi komponen utama dalam mendorong pertumbuhan usaha.

5. Strategi Pengembangan Technopreneurship

Strategi mencakup penguatan ekosistem melalui pengembangan inkubator dan kolaborasi antar elemen, peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan dan mentoring, optimalisasi infrastruktur digital, peningkatan akses pendanaan, serta regulasi yang mendukung perlindungan HAKI dan kemudahan lisensi.

6. Rekomendasi Pengembangan

Peneliti merekomendasikan pembentukan technopark, peningkatan program inkubator, pelatihan berbasis teknologi, insentif pajak bagi startup, dan perluasan akses ke venture capital. Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan institusi akademik diperlukan untuk memaksimalkan potensi technopreneurship.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut.

1. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melihat faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap pengembangan *technopreneurship*, agar penelitian

berikutnya memiliki hasil yang berinovatif dan dapat memperluas cakupan penelitian.

2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memilih objek dengan populasi dan sample yang lebih luas.
3. Pemerintah Kota Cirebon dan stakeholder terkait agar dapat mempertimbangkan atau bahkan menerapkan rekomendasi yang sudah peneliti usulkan.
4. Adanya perpanjangan waktu pengamatan dan memperbanyak objek penelitian, agar penelitian lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023, December 15). *Ini Pertumbuhan Jumlah Wirausaha di Indonesia sampai 2023*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/12/15/Ini-Pertumbuhan-Jumlah-Wirausaha-Di-Indonesia-Sampai-2023>.
- Ahmadi, H., & O'Cass, A. (2018). Transforming entrepreneurial posture into a superior first product market position via dynamic capabilities and TMT prior start-up experience. *Industrial Marketing Management*, 68. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.10.008>
- Al-edenat, M., & Al hawamdeh, N. (2021). Revisiting the entrepreneurial ventures through the adoption of business incubators by higher education institutions. *International Journal of Management Education*, 19(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100419>
- Astuti, R. P., Mahadianto, M. Y., Faulia, H., & Roâ€™atinah, R. (2022). PENERAPAN TEKNOLOGI PADA PRODUKSI ABON LELE KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUB) BINA BAHARI KOTA CIREBON. *Jurnal Berdaya Mandiri*, 4(1). <https://doi.org/10.31316/jbm.v4i1.1790>
- Barrett, G., Dooley, L., & Bogue, J. (2021). Open innovation within high-tech SMEs: A study of the entrepreneurial founder's influence on open innovation practices. *Technovation*, 103. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102232>
- Belmonte, Z. J. A., & Lira, P. E. V. R. (2023). Factors influencing engineering students for choosing techno-entrepreneurship as a career: An implication for better learning. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 12(1). <https://doi.org/10.11591/ijere.v12i1.22925>

- Bessagnet, A., Crespo, J., & Vicente, J. (2021). Unraveling the multi-scalar and evolutionary forces of entrepreneurial ecosystems: A historical event analysis applied to IoT Valley. *Technovation*, 108. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102329>
- Blazenko, G. W., Pavlov, A. D., & Eddy-Sumeke, F. (2012). New venture start-ups and technological innovation. *International Journal of Managerial Finance*, 8(1). <https://doi.org/10.1108/17439131211201013>
- Boeker, W., Howard, M. D., Basu, S., & Sahaym, A. (2021). Interpersonal relationships, digital technologies, and innovation in entrepreneurial ventures. *Journal of Business Research*, 125. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.003>
- Colombo, M. G., Delmastro, M., & Grilli, L. (2004). Entrepreneurs' human capital and the start-up size of new technology-based firms. *International Journal of Industrial Organization*, 22(8–9). <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2004.06.006>
- Cosenz, F., & Noto, G. (2018). Fostering entrepreneurial learning processes through Dynamic Start-up business model simulators. *International Journal of Management Education*, 16(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2018.08.003>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Sage Publication.
- Deligianni, I., Voudouris, I., Spanos, Y., & Lioukas, S. (2019). Non-linear effects of technological competence on product innovation in new technology-based firms: Resource orchestration and the role of the entrepreneur's political

- competence and prior start-up experience. *Technovation*, 88. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2019.05.002>
- Fachrurazi. (2019). Konsep Dasar Technopreneurship. In *Correspondencias & Análisis* (Issue 15018).
- Hernández-Chea, R., Mahdad, M., Minh, T. T., & Hjortsø, C. N. (2021). Moving beyond intermediation: How intermediary organizations shape collaboration dynamics in entrepreneurial ecosystems. *Technovation*, 108. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102332>
- Koe, W. L., Mahphoth, M. H., Alias, N. E., Krishnan, R., & Arham, A. F. (2021). Factors influencing intention towards technopreneurship among university students. *Journal of Educational and Social Research*, 11(1). <https://doi.org/10.36941/jesr-2021-0016>
- Koe, W.-L., Alias, N. E., Marmaya, N. H., Majid, I. A., Mohamad, M., & Mohamad, M. (2020). Likelihood in Choosing Technopreneurship as Career among Undergraduate Students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(5). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i5/7241>
- Maziriri, E. T., Dzingirai, M., Nyagadza, B., & Mabuyana, B. (2024). From perceived parental entrepreneurial passion to technopreneurship intention: The moderating role of perseverance and perceived parental entrepreneurial rewards. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 3(1). <https://doi.org/10.1016/j.stae.2023.100051>
- Musa, H., Azmi, F. R., Mohamad, N., Shahbodin, F., & Fam, S. (2017). Creative industry learning and development towards craft product: Critical success

factors of technopreneurship. *Proceedings of Mechanical Engineering Research Day*.

- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1). <https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- Okorie, N. N., Kwa, D. Y., Olusunle, S. O. O., Akinyanmi, A. O., & Momoh, I. M. (2014). Technopreneurship: an Urgent Need in the Material World for Sustainability in Nigeria. *European Scientific Journal, ESJ*, 10(30).
- Qasim, Y., & Mahmood, Z. (2021). Why Is Technopreneurship Developing Slowly in Pakistan? *Abasyn Journal of Social Sciences*, 14(2), 184–195.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suradi, S., M. Yasin, R., & Rasul, M. S. (2017). Increasing technopreneurs for a developing a nation: The majlis amanah rakyat (MARA) experience. *Journal of Technical Education and Training*, 9(1).
- Syaifulloh, M. (2021). Strategi Program Technopreneurship dan Marketing Public Relation terhadap Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 18(1). <https://doi.org/10.29313/performa.v18i1.7792>

LAMPIRAN

Tanggal Survei :

Jam Survei:

No. Kuesioner:

KUISIONER PENELITIAN

KAJIAN MODEL TECHNOPRENEURSHIP KOTA CIREBON

A. IDENTITAS

1. NAMA :

2. NO TELEPON :

3. USIA : ☐ 20-29 Tahun ☐ 30-39 Tahun ☐ 40-49 Tahun

☐ 50-59 Tahun ☐ ≥ 60 Tahun

4. JENIS KELAMIN : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan

5. PENDIDIKAN : ☐ SD ☐ SLTP ☐ SLTA

☐ Diploma ☐ Sarjana (S1) ☐ Magister/Doktoral (S2/S3)

6. INDUSTRI :

☐	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan
☐	Pertambangan dan Penggalian
☐	Industri Pengolahan
☐	Pengadaan Listrik dan Gas
☐	Pengadaan Air
☐	Konstruksi
☐	Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor
☐	Transportasi dan Pergudangan
☐	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum

☐	Informasi dan Komunikasi
☐	Jasa Keuangan
☐	Real Estat
☐	Jasa Perusahaan
☐	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial W
☐	Jasa Pendidikan
☐	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial
☐	Jasa Lainnya

7. NAMA USAHA :

8. JABATAN DI PERUSAHAAN :

9. PRODUK YANG DIJUAL :

10. TAHUN BERDIRI :

11. MODAL USAHA : ☐ ≤ 1 Milyar ☐ 1-5 Milyar ☐ 5-10 Milyar

12. SUMBER MODAL USAHA* :

☐	UANG PRIBADI
☐	ANGEL INVESTOR (KELUARGA / TEMAN TERDEKA)
☐	PEMODAL VENTURA
☐	CROWD FUNDING (PATUNGAN)
☐	BPR
☐	BUMD
☐	BUMN
☐	PEMERINTAH DAERAH
☐	IPO

13. OMSET TAHUNAN : ☐ ≤ 2 Milyar ☐ 2-15 Milyar ☐ 15-50 Milyar
14. NILAI ASET PERUSAHAAN :
15. JUMLAH PEGAWAI :
16. PERIZINAN YANG DIMILIKI* ☐ IUMK ☐ NIB ☐ SIUP ☐ NPWP
☐ BPOM ☐ PIRT ☐ Halal ☐ Hak Merek
17. ALAMAT :
.....
.....
18. KELURAHAN :
19. KECAMATAN :
.....

Keterangan:

* Boleh di isi lebih dari satu

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Baca dan pahami setiap pertanyaan yang ada.
2. Jawablah pertanyaan dengan benar dan jujur.
3. Untuk menjawab setiap pertanyaan berikanlah ceklis (✓) pada opsi yang telah tersedia.

Berilah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan dan perasaan bapak/ibu/sdra/sdri.
Pilihan jawaban yang tersedia adalah:

NO.	PERNYATAAN	YA 1	TIDAK 0
Tahap Ignition			
1.	Sejak memulai usaha saya memanfaatkan teknologi untuk mendukung proses produksi.		
Penjelasan:			
2.	Pemilik usaha saat ini menerapkan teknologi komunikasi dan informasi pada sistem kerja bisnis.		
Penjelasan: Jika tidak sejak awal menerapkan TIK, sejak tahun berapa mulai menerapkan TIK?			
3.	Pemilik usaha pernah mengikuti komunitas wirausaha.		
Penjelasan: Tahun berapa? Saat ini masih aktif?			
4.	Pemilik usaha pernah mengikuti kompetisi wirausaha.		
Penjelasan: Tahun berapa? Berapa kali? Kategori Juara? Tingkat Kejayaan?			
5.	Pemilik usaha pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan.		

NO.	PERNYATAAN	YA	TIDAK
		1	0
Penjelasan: Tahun berapa? Berapa kali? Lembaga/Instansi Penyelenggara Pelatihan?			
6.	Pemilik usaha membaca buku atau informasi tentang wirausaha.		
Penjelasan:			
7.	Pemilik usaha membaca informasi mengenai wirausaha melalui media sosial.		
Penjelasan: Jika tidak, mendapatkan informasi dari media apa?			
Tahap Incubation			
8.	Pemilik usaha pernah mengikuti workshop penerapan teknologi komunikasi dan informasi bisnis.		
Penjelasan: Tahun berapa? Berapa kali? Lembaga/Instansi Penyelenggara Pelatihan?			
9.	Pemilik usaha mengirimkan karyawan untuk mengikuti workshop penerapan teknologi komunikasi dan informasi bisnis		
Penjelasan: Tahun berapa? Berapa kali? Berapa Pegawai? Lembaga/Instansi Penyelenggara Pelatihan?			
10.	Pemiliki usaha memiliki tim khusus pembuatan desain produk atau layanan		

NO.	PERNYATAAN	YA	TIDAK
		1	0
Penjelasan: Jumlah tim berapa banyak?			
11.	Pemilik usaha melakukan kegiatan penelitian dan pengembangan produk atau layanan berbasis teknologi komunikasi dan informasi secara rutin dan terjadwal.		
Penjelasan: Instansi mana yang mendampingi dalam mengembangkan usaha? Berapa kali per tahun?			
12.	Pemilik usaha pernah mengikuti pembinaan penerapan teknologi komunikasi dan informasi pasar bisnis bersama mentor.		
Penjelasan: Tahun berapa? Berapa kali? Lembaga/Instansi Penyelenggara Pelatihan?			
13.	Pemilik usaha melakukan evaluasi penerimaan materi terkait penerapan teknologi komunikasi dan informasi.		
Penjelasan: Tahun berapa? Berapa kali?			
Tahap Post Incubation			
14.	Pendanaan Usaha menggunakan Dana Pribadi.		
Penjelasan: Berapa jumlah dana pribadi?			
15.	Pendanaan Usaha menggunakan Dana Eksternal.		
Penjelasan: Berapa jumlah dana eksternal?			

NO.	PERNYATAAN	YA	TIDAK
		1	0
16.	Pemilik Usaha berbagi informasi bisnis kepada rekan calon wirausaha.		
Penjelasan:			

Lampiran 2. Dokumentasi Kegiatan



















