

# Implentasi Teknologi Informasi Terhadap Kewirausahaan dan Kuliner di Mega Park Medan

<sup>1</sup>Dahrul Siregar, <sup>2</sup>Akman Daulay, <sup>3</sup>Bay Haqki

<sup>1</sup>Universitas Medan Area

<sup>2</sup>Universitas Al Azhar Medan

<sup>2</sup>Universitas Battuta

<sup>1</sup>[dahrul@staff.uma.ac.id](mailto:dahrul@staff.uma.ac.id), <sup>2</sup>[akman061966@email.com](mailto:akman061966@email.com), <sup>3</sup>[bayhaqki12@email.com](mailto:bayhaqki12@email.com)

## ABSTRAK

Pada era bisnis *online* yang terus berkembang, pengembangan model kewirausahaan berbasis teknologi, atau *technopreneurship*, telah menjadi sasaran dan pusat perhatian. perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengubah cara kita melakukan bisnis. Artikel ini akan membahas bagaimana *technopreneurship* menjadi kunci untuk memanfaatkan peluang-peluang baru di dunia digital. Dalam pembahasan ini, kami akan menjelaskan pentingnya *technopreneurship* dalam konteks bisnis *online*, meliputi peran inovasi teknologi, penggunaan *platform online*, *e-commerce*, dan aplikasi *mobile*. Penelitian ini menggunakan studi pustaka (*library research*) yaitu metode dengan pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Pengumpulan data tersebut menggunakan cara mencari sumber dan kemajuan serta pendapatan kuliner dan makanan yang ada di Megar Park Kepten Muslim Medan dan menkontruksi dari berbagai sumber pendapatan, harga makanan, minuman serta apa saja yang menjadi fasilitas di Mega Park tersebut.

**Kata Kunci:** Pengembangan, Kewirausahaan, Kuliner, Teknologi Informasi.

## PENDAHULUAN

Pengembangan model kewirausahaan berbasis teknologi, atau yang sering disebut *technopreneurship*, telah menjadi sangat relevan di era bisnis *online*. Era digital telah mengubah lanskap bisnis dengan cara yang signifikan, menciptakan peluang baru dan tantangan yang perlu dipecahkan oleh para pengusaha. Teknologi informasi dan internet telah memungkinkan pelaku usaha untuk menciptakan model bisnis yang lebih efisien, mencapai pasar global, dan berinovasi secara cepat. Pengembangan model *technopreneurship* mencakup aspek-aspek seperti *e-commerce*, layanan berbasis platform, aplikasi *mobile*, dan penggunaan teknologi data untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. Bisnis *online* juga menghadirkan peluang kolaborasi dan komunitas yang kuat, yang dapat digunakan oleh *technopreneur* untuk membangun jaringan, membagi pengetahuan, dan mendapatkan dukungan. Hal ini juga menekankan pentingnya pemahaman tentang perlindungan data dan keamanan online, serta regulasi yang berkaitan dengan bisnis digital. Penting untuk memahami bahwa *technopreneurship* tidak hanya tentang menciptakan produk atau layanan berbasis teknologi, tetapi juga tentang memahami pasar dan kebutuhan pelanggan yang berkembang pesat di dunia digital. Dengan berfokus pada inovasi, adaptasi, dan pemanfaatan teknologi, *technopreneurship* dapat mengambil peran kunci dalam memimpin bisnis *online* di era yang terus berubah ini. Kewirausahaan masih sangat menarik diangkat karena dapat memberikan kontribusi pada sektor ekonomi dan sosial.

Upaya pemerintah meningkatkan kualitas sumberdaya manusia baik lulusan sekolah menengah maupun pendidikan tinggi untuk menjadi seorang wirausaha terus ditingkatkan. Program yang telah dilaksanakan di lembaga UMKM antara lain tersedianya bantuan untuk pengembangan usaha baik itu mikro maupun makro. (Soputan, 2017) dan Program Mahasiswa Wirausaha di Perguruan Tinggi. Tujuannya untuk mendorong para siswa dan mahasiswa menjadi wirausaha muda setelah mereka lulus dari sekolah dan perguruan tinggi. Fenomena ini terjadi juga di Malaysia (Wei-Loon Koe, et al, 2012), (Gabriel Chu, 2017). Ratio wirausaha di Indonesia masih sangat sedikit (3,1%) dibandingkan dengan Malaysia (5%), Singapura (7%), China (10%), Jepang (11%), dan Amerika (12%). Tingkat pengangguran terbuka paling banyak adalah lulusan SMK (7,58%) dan Pendidikan Tinggi (5,92%). (BPS, 2018). Kondisi Kewirausahaan di Fakultas Ekonomi sejak Tahun 2011 sampai 2017 terdapat perkembangan meningkat jika dilihat dari usulan proposal untuk mendapatkan dana Program Mahasiswa Wirausaha (PMW). Tahun 2011 berjumlah 20 pengusul, yang didanai 10 proposal dengan total dana Rp 40.000.000. Tahun 2012, 25 pengusul, yang dibiayai 10 proposal dengan dana Rp 40.000.000. Tahun 2013 hanya 10 proposal yang diusulkan dan yang diterima 5 proposal dengan dana Rp 15.000.000. Tahun 2014 jumlah pengusul 25 dan yang didanai 20 proposal dengan dana Rp 80.000.000. Pada tahun 2015 animo pengusul makin meningkat yaitu 45 proposal yang masuk dan yang didanai 38 proposal dengan jumlah dana Rp 152.000.000. Tahun 2016 jumlah proposal yang diusulkan sebanyak 50 dan yang diterima 40 dengan jumlah dana sebesar 160.000.000.

Jumlah pengusul sebanyak 50 orang dan yang diterima 30 mahasiswa. Keberlanjutan usaha tidak terpantau oleh dosen pendamping atau pimpinan program studi karena mereka yang mendapatkan PMW sudah lulus dan sebagian lagi berhenti. Hal-hal yang menyebabkan sebagian mahasiswa berhenti, karena berkonsentrasi untuk penyelesaian studi. Mahasiswa yang mendapatkan pendanaan tersebut rata-rata berada pada semester 6 ke atas. Dana yang diberikan hanya sebagai tambahan modal kerja. Permasalahan yang tergambar sampai tahun 2018 adalah keberlangsungan usaha yang telah mendapatkan dana PMW tidak terpantau. Selain itu minat dari mahasiswa yang lain untuk mengajukan proposal PMW masih kurang, padahal peluangnya besar. Hal ini disebabkan karena masih banyak mahasiswa yang belum tertarik dan belum mampu menyusun proposal bisnis. Permasalahan tersebut dapat diatasi melalui Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK). Tujuan penyelenggaraan PPK adalah mewujudkan wirausaha mandiri dengan usaha berbasis IPTEKS.

Selain itu, pelaksanaan PPK untuk mengetahui metode dalam merintis usaha baru (Metode Start-up Business). Motivasi juga menjadi perhatian utama dalam proses pembekalan. Motivasi akan menumbuhkan rasa percaya diri bahwa dirinya mampu menciptakan usaha sendiri dan membuka lapangan kerja bagi orang lain. Permasalahan dapat dirinci sebagai berikut : (1) Para mahasiswa masih kurang berminat untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan, padahal banyak peluang yang ditawarkan baik internal di Universitas maupun di Kementerian Ristekdikti. Tantangan bagi Fakultas Ekonomi jika mahasiswa yang tertarik dalam berwirausaha relatif sedikit maka mahasiswa akan dianggap hanya mengetahui teori saja. Mahasiswa sudah banyak mendapatkan teori tentang bisnis tetapi tidak dipraktekkan. (2) Masalah yang lain mahasiswa yang sudah mengusulkan proposal ke tingkat Universitas masih ada yang tidak lolos karena rencana bisnisnya tidak tersusun dengan benar. (3) Jumlah mahasiswa yang didanai untuk kegiatan PMW yang tidak jalan usahanya relatif banyak. (4) Masih ada mahasiswa yang merasa malu jika dia harus berjualan. Tujuan kegiatan Program Pengembangan Kewirausahaan adalah untuk mewujudkan wirausaha mandiri dengan usaha berbasis IPTEKS.

## TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan memiliki beberapa pengertian menurut peneliti terdahulu. Kewirausahaan adalah suatu proses kreatif dan dinamis yang dapat menghasilkan nilai tambah pada segala sesuatu yang dihasilkan dengan kerja keras dan momen yang tepat dengan memperhitungkan uang

penunjang, risiko fisik, dan sosial, serta akan memperoleh keuntungan berupa kepuasan finansial dan pribadi serta kemandirian (Ambarita et al., 2018).

Pengertian lain kewirausahaan menurut Purwati et al. (2019) yaitu proses kreatifitas serta inovasi yang menghasilkan nilai tambah produk dan mendapatkan keuntungan serta memiliki resiko yang tinggi. Sedangkan definisi kewirausahaan menurut Maulana (2018) merupakan sifat kepribadian yang dapat diajarkan dan dipelajari. Seseorang yang berjiwa wirausaha memiliki potensi untuk menjadi seorang wirausaha, namun hal ini tidak menjamin mereka akan menjadi wirausaha. Lestari & Djamilah (2020) mengungkapkan wirausaha yaitu seseorang yang mengerahkan segala sumber daya serta upaya mengenali produk, menentukan cara produksi dan pengadaan produk baru, memasarkan serta mengatur permodalan demi menghasilkan sesuatu yang bernilai lebih tinggi. Supeni & Efendi (2018) berpendapat bahwa komunikasi serta penguasaan manajerial merupakan hal yang harus dimiliki seorang wirausahawan serta memiliki keahlian dalam diri seseorang yang dapat dikembangkan untuk mendapat kehidupan yang lebih layak (Fini et al., 2019).

Pembentukan wirausahawan merupakan alternatif pemecahan persoalan kemasyarakatan kreatif dan inovatif seperti kemiskinan, pengangguran kaum muda, dan ketidakadilan sosial. Wirausahawan mulai berkembang tidak hanya dengan imitasi, tetapi melalui tiga spektrum tahapan, yaitu penemuan, inovasi, dan imitasi (Marti'ah, 2017). Evalina & Lubis (2021) menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan dipengaruhi secara positif oleh beberapa elemen internal dan eksternal. Karakteristik individu antara lain dukungan suami/keluarga, pelatihan, semangat berwirausaha, dan keinginan untuk sukses. Pengaruh eksternal dipengaruhi oleh maraknya bisnis pendukung, dukungan komunitas, dan perluasan e-commerce.

### **Pengertian 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 (Sosrowinarsidiono, 2010). Sudarsih dalam Prosiding KNIT RAMP-IPB (2013:57) mengemukakan bahwa *Technopreneurship* adalah proses dan pembentukan usaha baru yang melibatkan teknologi sebagai basisnya dengan harapan bahwa penciptaan strategi dan inovasi yang tepat kelak bisa menempatkan teknologi sebagai salah satu faktor untuk pengembangan ekonomi nasional. Pendapat lainnya menyebutkan bahwa *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, 2014). Dari pandangan-pandangan diatas maka *technopreneurship* pada intinya akan menggabungkan antara teknologi dan kewirausahaan.

### **Bisnis Online**

Penggunaan jaringan internet untuk aktivitas bisnis saat ini sudah merupakan hal yang wajar. Aktivitas bisnis yang dimaksud biasa disebut dengan *e-commerce* atau perdagangan elektronik. Dalam Wikipedia disebutkan bahwa perdagangan elektronik adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi dan jaringan computer lainnya. Perdagangan elektronik dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis. Di Indonesia model *e-commerce* dapat berupa :

- a. Iklan baris : merupakan evolusi dari iklan baris yang dahulu ditemui di koran. Penjual tidak langsung menyelesaikan transaksi pada website yang bersangkutan namun harus berkomunikasi secara langsung untuk bertransaksi. Contoh: OLX, Berniaga, Kaskus, dll.
- b. Retail : jenis *e-commers* dimana semua proses transaksi dilakukan melalui sistem yang sudah diterapkan oleh situs retail yang bersangkutan. Contoh: Berrybenka, Zalora, Lazada.

*Marketplace* : penyedia jasa mall *online* Dari data yang diperoleh, menyatakan bahwa pengguna internet naik setelah pandemi. Melihat kondisi tersebut tentunya akses terhadap internet

menjadi sebuah peluang untuk mengembangkan usaha secara *online*, karena perilaku bisnis *online* menguntungkan bagi pelaku usaha karena dapat menghemat biaya produksi namun disisi lain memperkecil lapangan kerja.

### **Kewirausahaan Berbasis Teknologi**

*Technopreneur* adalah *entrepreneur* zaman baru (*new age*) yang berminat pada teknologi, kreatif, inovatif, dinamis, berani berbeda serta mengambil jalur yang belum dieksplorasi dan sangat bersemangat dengan pekerjaannya (Mintardjo, 2008:229-230). *Technopreneur* menggabungkan teknologi dan pasar, akhirnya bermuara pada bisnis. Mereka memulai bisnis berbasis inovasi teknologi, harus memiliki sejumlah pendukung diantaranya keinginan kuat untuk mengejar prestasi, kemampuan konseptual dan kekuatan memecahkan masalah tinggi, memiliki wawasan dan cara pikir yang luas, percaya diri tinggi, toleran, berani mengambil risiko, realistis, punya kemampuan interpersonal, dan mengendalikan emosi. Beragam cara dan model menumbuhkan unit-unit usaha baru yang kental dengan nuansa inovasi teknologi di antaranya model waralaba, model kemitraan, model pendampingan, program inkubator bisnis, serta pola pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi dan sekolah kejuruan yang dikembangkan oleh instansi pemerintah maupun non pemerintah. Program inkubator dinilai memiliki kelebihan tersendiri karena akan tumbuh unit-unit usaha baru yang lebih profesional dalam arti mampu memproduksi barang atau jasa yang lebih berdaya saing. Hal tersebut dimungkinkan karena dalam program inkubator para calon pengusaha dididik untuk menguasai semua aspek bisnis serta dibekali dengan sarana dan modal kerja. Program inkubator juga dinilai efektif dalam membina para *entrepreneur* muda di India. Dengan program inkubator, para pengusaha yang baru memulai usahanya mendapat dukungan seperti pemasaran, keahlian teknis, pembiayaan dan manajemen bisnis selama fase awal usaha mereka untuk meningkatkan kelangsungan usahanya (Santosh Kumar dan Vinay, 2011).

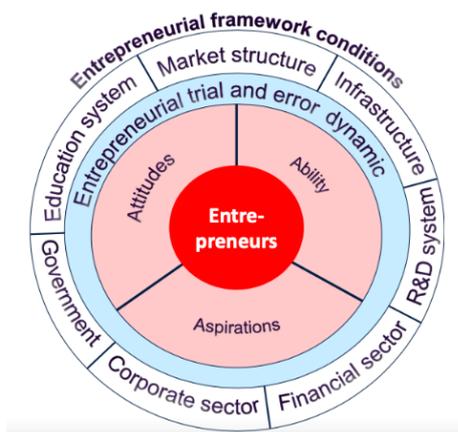
### **Keberhasilan *Technopreneurship***

Fenomena Era digital telah menghadirkan peluang dan tantangan baru bagi para pengusaha di seluruh dunia. Kemajuan teknologi, platform digital, dan perubahan preferensi pelanggan telah menciptakan lingkungan yang sangat kompetitif bagi para pengusaha. Sementara era digital menghadirkan peluang besar bagi wirausahawan, banyak yang masih berjuang untuk mencapai kesuksesan wirausaha (Kitsios & Kamariotou, 2021; Troise, Ben-Hafaïedh, et al., 2022). Salah satu faktor penting yang terbukti memengaruhi kesuksesan kewirausahaan di era digital adalah orientasi Kewirausahaan (EO) (Hervé et al., 2021; Xia et al., 2022; Xu Zhang et al., 2022). EO adalah orientasi strategis yang menggambarkan pola pikir dan perilaku wirausaha dalam menciptakan, membangun, dan menumbuhkan usaha baru (PURWANTO et al., 2021). Di era digital, EO menjadi semakin penting karena pengusaha perlu beradaptasi dengan teknologi yang berubah dengan cepat dan preferensi pelanggan. Munculnya teknologi baru seperti komputasi awan, kecerdasan buatan, dan *blockchain* telah menciptakan peluang bisnis baru yang mengharuskan wirausahawan menjadi inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko.

Platform digital seperti media sosial dan *e-commerce* juga telah memberi pengusaha jalan baru untuk menjangkau pelanggan dan pasar (Octavia et al., 2020; Sriayudha et al., 2020). Terlepas dari peluang yang dihadirkan oleh era digital, banyak pengusaha terus menghadapi tantangan dalam mencapai kesuksesan wirausaha. Studi terbaru menunjukkan bahwa pengusaha perlu memiliki tingkat EO yang tinggi untuk berhasil di era digital. Misalnya, sebuah studi oleh (Guo et al., 2020; Wang et al., 2020) menemukan bahwa proaktif, salah satu dimensi EO, secara positif memengaruhi keberhasilan kewirausahaan dalam konteks kewirausahaan digital. Demikian pula, sebuah studi oleh (Bouncken et al., 2016; Ebrahimi & Mirbargkar, 2017) menunjukkan bahwa inovasi dan pengambilan risiko, dua dimensi lain dari EO, secara positif memengaruhi kesuksesan kewirausahaan di era digital. Tingkat UMKM di Indonesia juga berhubungan positif dengan tingkat kewirausahaan. Universitas sebagai pendidikan tinggi tentunya dapat memiliki pengaruh positif terhadap kemajuan suatu negara. Shah & Soomro (2017) mengemukakan

pentingnya kewirausahaan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi membuat sebagian besar perguruan tinggi dan Universitas memberikan penawaran program kewirausahaan dengan tujuan memberikan pendidikan dan pembelajaran mengenai kewirausahaan.

Etzkowitz (2016) berpendapat bahwa universitas adalah pemimpin dalam inovasi, memiliki ikatan yang kuat dengan bisnis regional dan pemerintah, dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi regional dan nasional. Universitas sebagai education system merupakan bagian dari konfigurasi ekosistem wirausaha dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber : (Acs et al., 2019)

*Entrepreneurial attitudes* merupakan sikap kewirausahaan yang berkaitan dengan mengenali peluang, mengenal wirausahawan secara pribadi, menerima risiko yang terkait dengan permulaan usaha, dan memiliki keterampilan untuk meluncurkan usaha dengan sukses. Aspek ini dipengaruhi oleh *opportunity perceptions*, *startup skills*, *risk acceptance*, dan aspek lainnya. Salah satu bentuk upaya yang dilakukan pada PPK ini yaitu basic program *entrepreneur development* dengan cara memberikan *training*, *coaching*, dan mentoring mengenai *Design Thinking Stanford*.

## METODE PENELITIAN

Metode pada artikel ini menggunakan studi pustaka (*library research*) yaitu metode dengan pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Ada Empat tahap studi pustaka dalam penelitian yaitu menyiapkan perlengkapan alat yang diperlukan, menyiapkan bibliografi kerja, mengorganisasikan waktu dan membaca atau mencatat bahan penelitian (Menurut Zed, 2004). Pengumpulan data tersebut menggunakan cara mencari sumber dan menkontruksi dari berbagai sumber contohnya seperti buku, jurnal dan riset-riset yang sudah pernah dilakukan. Bahan pustaka yang didapat dari berbagai referensi tersebut dianalisis secara kritis dan harus mendalam agar dapat mendukung proposisi dan gagasannya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Mega Park Medan

Medan merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia dan kota terbesar di Pulau Sumatera. Lintas budaya dan keanekaragaman penduduknya membuat kota ini berkembang dengan pesat di segala lini. Tak hanya di bidang ekonomi dan sosial, Kota Medan sukses menjadi kota yang ramah bagi wisatawan dan juga hiburan. Terbukti dengan banyaknya tempat nongkrong dan ruang terbuka yang dikhususkan untuk masyarakat maupun wisatawan yang datang ke Kota Medan. Satu diantaranya Mega Park yang merupakan pusat kuliner dan jajanan dengan konsep food, entertainment, dan lifestyle.

"Mega Park ini adalah tempat wisata kuliner yang mengarah pada konsep *food, entertainment, dan lifestyle*. Selain itu, tempat nongkrong ini juga banyak diisi usaha mikro kecil menengah (UMKM)," ujar Marketing Mega Park, Muhammad Hafiz, di Mega Park, Kompleks Megacomm Center, Jalan Kapten Muslim, Medan.

Hafiz mengatakan Mega Park ini memiliki lebih kurang 90 *tenant* yang terdiri dari 75 *tenant food* dan selebihnya non *food* berupa *play ground, show car* dan motor, *fashion* dan produk-produk kecantikan. "Tersedia ratusan jenis makanan di Mega Park ini karena satu *outlet* juga menyediakan beragam makanan. Di sini ada, *Indonesia Food, Japanese Food, Chinese Food*, semua jenis makanan dan minuman ada, dan semuanya halal,". Sementara untuk hiburan Mega Park menyediakan stage 6 meter x 8 meter permanen yang dapat menampilkan hiburan *live music* setiap hari. "Untuk *spot photobooth*-nya kami siap empat spot photo booth untuk para pengunjung,". Mega Park ini buka setiap hari, mulai pukul 16.00 hingga 23.00 WIB. Tapi ada juga outlet dengan konsep buka 24 jam, yakni Warkop Iwan. "Fasilitas di Mega Park ini diantaranya *live music*, pengunjung bisa karaoke gratis, parkir gratis dan nobar (nonton bareng) tiap hari,". Lebih lanjut Hafiz menuturkan biasanya *live music* tersedia pada hari Senin hingga Kamis, sementara untuk hari Jumat hingga Minggu diisi dengan event reguler berupa lomba, kompetisi, dan modifikasi konten.

"Tempat ini mampu menampung pengunjung dalam sekali masuk itu lebih kurang lima ribu orang. Antusias pengunjung itu bermacam macam, banyak juga yang terhibur karena kita menampilkan bermacam-macam event, juga ada *live music* yang menjadi satu keunggulan bagi kita. Jadi bukan hanya dari makanan yang kita tampilkan, tapi juga dari entertainment," ucapnya. Dalam hal pemasaran, kata Hafiz, pihaknya gencar mempromosikan Mega Park melalui media sosial berupa *Instagram* dan *Facebook*. "Pemasaran terutama dari sosial media itu paling penting. Kita terus update, mulai dari makanan, *venue*, sampai *event* kegiatannya. Di Mega Park ini agak berbeda dari tempat lain, pengunjung itu 70 persennya adalah anak-anak muda," ujarnya. Ia menjelaskan Mega Park juga dapat dijadikan sebagai tempat perayaan ulang tahun maupun berbagai macam kegiatan-kegiatan yang positif. "Mau buat acara apa saja boleh, kita *welcome* asalkan memang acaranya dalam kegiatan positif," tambahnya. Hafiz berharap Mega Park ini menjadi salah satu tempat destinasi dengan keunggulan yang memberi warna dan ciri khas di Kota Medan. "Bagi teman-teman dari luar kota, belum datang ke Medan, kalau belum ke Mega Park, ayo datang ke Mega Park," ucapnya.

### **Dampak perubahan model kewirausahaan *technopreneurship* terhadap keberhasilan bisnis online**

Yuliana (2021), Adapun dampak positif yang kuat antara *technopreneurship* dan tumbuhnya wirausaha. Peningkatan Jumlah *technopreneur* akan meningkatkan pertumbuhan bisnis sebagai dampak langsung dari keahlian dan ketrampilan yang dimiliki oleh wirausaha. Inovasi yang diberikan akan meningkatkan kemajuan bisnis. Kemampuan untuk menghasilkan pertumbuhan bisnis dalam dunia ekonomi yang bergejolak memerlukan ketrampilan berinovasi. Berinovasi artinya memperkenalkan barang baru dan produk tertentu yang awalnya kurang dikenali oleh konsumen. Berinovasi juga memberikan suatu kualitas pelayanan yang baru, metode produksi yang baru, membuka suatu pasar baru, dan menangkap peluang sumber atau suplai material mentah maupun input lainnya *Technopreneurship* bermanfaat dalam pengembangan industri-industri besar dan canggih, selain itu juga dapat diarahkan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi lemah untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Dengan demikian *Technopreneurship* diharapkan dapat mendukung pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Technopreneurship* dapat memberikan manfaat atau dampak, baik secara ekonomi, sosial maupun lingkungan. Dampaknya secara ekonomi adalah :

1. Meningkatkan efisiensi dan produktivitas.
2. Meningkatkan pendapatan.
3. Menciptakan lapangan kerja baru.
4. Menggerakkan sektor-sektor ekonomi yang lain.

Adapun dampaknya dari segi sosial diantaranya adalah mampu membentuk budaya baru yang lebih produktif, dan berkontribusi dalam memberikan solusi pada penyelesaian masalah-masalah sosial. Manfaat dari segi lingkungan antara lain adalah :

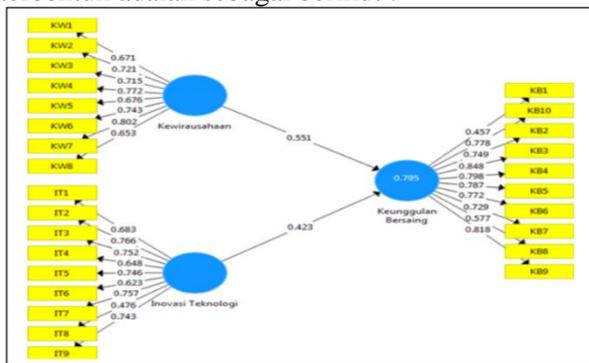
1. Memanfaatkan bahan baki dari sumber daya alam Indonesia secara lebih produktif.
2. Meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya terutama sumber daya energi.

### Inovasi Teknologi

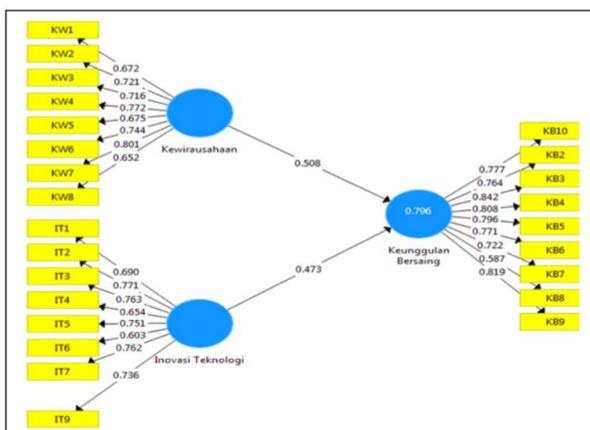
Anggiani (2018) menyatakan bahwa inovasi merupakan perkembangan ekonomi dari usaha manapun. Ketika teknologi mengalami perubahan, produk-produk lama mengalami penurunan penjualan dan industri- industri lama mengalami pengurangan. Inovasi terjadi bila ide dan kreativitas berhasil menjadi suatu yang bermanfaat baik berupa produk, jasa, atau sistem. Nasution & Kartajaya (2018) menyatakan bahwa inovasi merupakan kelanjutan dari penemuan (*invention*) dan kegiatan inovasi merupakan penciptaan nilai (*creation of value*) yang melibatkan peningkatan teknologi. Dalam penciptaan nilai tersebut, inovasi harus secara signifikan mampu memberikan nilai tambah kesejahteraan, yang direpresentasikan pada layak jual (diterima pasar) atau tidaknya produk/jasa inovatif tersebut. Suryana (2013) menyatakan bahwa inovasi merupakan kreasi yang lebih baik atau lebih efektif tentang produk, proses, pelayanan, teknologi, atau ide-ide yang telah tersedia untuk keperluan pasar, pemerintah, dan masyarakat. Sedangkan menurut Anggiani (2018) Inovasi teknologi merupakan inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan menyesuaikan terhadap adanya perubahan teknologi yang terjadi dalam lingkungan bisnis. Inovasi ini umumnya terjadi karena adanya penemuan ilmiah dan kemajuan teknologi yang semakin berkembang.

### Model Pengukuran (*Outer Model*)

Hasil uji validitas diskriminan dengan menggunakan *Smart PLS 3.0*. Diagram jalur yang terbentuk adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Nilai Loading Faktor Outer Model



Gambar 2. Nilai Loading Faktor Outer Model setelah Reestimasi

Berdasarkan hasil dari perhitungan ulang atau re-estimasi, dapat disimpulkan bahwa semua

instrument dari indikator mengenai variabel telah memenuhi syarat dan dinyatakan valid karena semua nilai korelasi memiliki nilai factor loading >0,50.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil serangkaian penelitian serta uji hipotesis yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai pengaruh kewirausahaan dan inovasi teknologi terhadap keunggulan bersaing UMKM makanan di Mega Park Kapten Muslim Medan, maka dapat disimpulkan bahwa pertama, variabel kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing Kuliner makanan, minuman di Mega Park Kapten Muslim Medan. Artinya, para pelaku usaha peka terhadap perubahan permintaan konsumen sehingga konsumen merasa terpenuhi kebutuhan dan keinginannya. Kedua, variabel inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing Kuliner makanan, minuman di Mega Park Kapten Muslim Medan. Artinya, dengan pemanfaatan media sosial untuk melakukan promosi penjualan membuat konsumen semakin mengenal produk dan tertarik pada produk tersebut.

### REFERENSI

- Anggini, A. D., & Malik, A. (2021). Pengaruh Motivasi dan Lokasi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner Bagasta Café di Kelurahan Sidorame Barat II, Kecamatan Medan Perjuangan. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(3), 1–18.
- Anggraeni, W. C., Ningtiyas, W. P., & Nurdiyah, N. (2021). Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 3(1), 47–65.
- Angraini, D., & Nasution, S. H. (2013). Peranan kredit usaha rakyat (KUR) bagi pengembangan UMKM di Kota Medan (studi kasus Bank BRI). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(3), 14879.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM digital di masa pandemi covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233–247.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13.
- Claudya, M., Suryani, W., & Parulian, T. (2020). Engaruh Sistem Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Inovasi Pada Ukm Kuliner Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 1(2).
- Dewi, R., & Herlina, T. (2021). Pengaruh Kreativitas Dan Kemampuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Ukm Kuliner Di Baturaja Timur Kabupaten Oku. *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 2(1), 75–93.
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Dikus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13.
- Harahap, B. (2019). Penerapan Algoritma K-Means Untuk Menentukan Bahan Bangunan Laris (Studi Kasus Pada UD. Toko Bangunan YD Indarung). *Ready Star*, 2(1), 394–403.
- Harahap, B. (2022). The Effect of Image Media on Learning Outcomes of Class V MIS Students in Siboruangin Village in Information Communication Technology (ICT) Subjects. *Jurnal Informatika*, 1(1), 12–19.
- Harahap, B., Al Qohirie, M. I., Masri, D., & Apriyandi, A. (2022). Sosialisasi Penggunaan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Era Digitalisasi Pada Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 35–42.
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hartato, F., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*,

- 3(4), 980–989.
- Hasibuan, E. H., Singarimbun, R. N., & Harahap, B. (2022). IMPLEMENTATION OF THE E-VOTING SYSTEM IN THE ELECTION OF THE OSIS SMA DHARMA PANCASILA VOCATIONAL SCHOOL BASED ON WEB-BASED METHODS RAPID APPLICATION DEVELOPMENT (RAD). *INFOKUM*, 10(02), 976–985.
- Iskandar, Y., & others. (2022). PENGARUH MODAL SOSIAL, KAPABILITAS FINANCIAL, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP DAYA SAING BISNIS BERKELANJUTAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KINERJA UMKM INDUSTRI KULINER DI KOTA SUKABUMI (Sebuah Proposal). *SENMABIS: Conference Series*.
- Joycelin, J., Alex, A., Liu, M. S., Marliana, S. E., Shelvi, S., & Lulita, N. B. (2022). Analisis Manajemen Risiko Pada Bidang Usaha Kuliner Seoul Cafe. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 228–244.
- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 111–118.
- Marti'ah, S. (2017). Kewirausahaan berbasis teknologi (technopreneurship) dalam perspektif ilmu pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic: Pendidikan Dan Informatika*, 3(2), 75–82.
- Nurdiyanto, H. (2018). A work-based learning model with technopreneurship. *Glob. J. Eng. Educ*, 20(1), 75–78.
- Putri, M. A. (2023). APLIKASI MOBILE WISATA KULINER CAFE KUY KOTA BANDAR LAMPUNG BERBASIS ANDROID. *Jurnal Teknologi Pintar*, 3(6).
- Ratnasari, K., & Levyda, L. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan: Studi Kasus Umkm Pendukung Wisata Kuliner Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 1–10.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146.
- Scarlat, C. (2014). Technopreneurship-An emerging concept. *FAIMA Business & Management Journal*, 2(3), 5.
- Sumarno, S., Gimin, G., Haryana, G., & Saryono, S. (2018). Desain pendidikan kewirausahaan mahasiswa berbasis technopreneurship. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 6(2), 171–186.
- Sundari, S., & Mawardi, A. A. K. (2020). Kepemimpinan Kewirausahaan Budaya Kewirausahaan Pengaruhnya Terhadap Nilai Pelanggan Serta Dampaknya Pada Keunggulan Kompetitif Wisata Kuliner. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2).
- Tambunan, T. (2012). UMKM Indonesia. *Buku Dosen-2014*.