

Strategi entrepreneur cerdas: Mengenali risiko dan bertahan di tengah disrupsi

Narulita Al Kholifina Istiyadah

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: 220503110083@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

Risiko, disrupsi,
entrepreneur, strategi,
inovasi

Keywords:

Risk, disruption,
entrepreneur, strategy,
innovation

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan akses informasi yang mudah telah mendorong pertumbuhan kewirausahaan, namun juga memunculkan tantangan baru berupa disrupsi pasar, perubahan perilaku konsumen, dan meningkatnya ketidakpastian bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh entrepreneur digital dalam mengelola risiko usaha di tengah disrupsi. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, didukung oleh data dari studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi seperti diversifikasi produk, digitalisasi layanan, dan pemanfaatan platform online menjadi langkah penting dalam menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Risiko yang umum dihadapi meliputi kehilangan pelanggan, usangnya teknologi, dan ketidaksesuaian preferensi konsumen. Manajemen risiko memainkan peran sentral dalam pengambilan keputusan strategis dan peningkatan ketahanan bisnis. Faktor keberhasilan utama yang ditemukan adalah kecepatan adaptasi, inovasi berkelanjutan, dan penggunaan data untuk mitigasi risiko. Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen risiko merupakan pilar penting bagi entrepreneur dalam menghadapi disrupsi digital serta memastikan kelangsungan dan pertumbuhan bisnis di masa depan.

ABSTRACT

The development of digital technology and easy access to information have encouraged entrepreneurial growth, but also created new challenges such as market disruption, changing consumer behavior, and business uncertainty. This study aims to analyze the strategies used by digital entrepreneurs to manage business risks amid disruption. Using a descriptive qualitative method and case study approach, data were collected through literature review. The findings show that strategies such as product diversification, service digitalization, and the use of online platforms are essential for adapting to market changes. Common risks include customer loss, obsolete technology, and shifting consumer preferences. Risk management plays a central role in strategic decision-making and business resilience. Key success factors identified are rapid adaptation, continuous innovation, and data-driven risk mitigation. The study concludes that risk management is a vital pillar for entrepreneurs in facing digital disruption and ensuring future business continuity and growth.

Pendahuluan

Perkembangan Perkembangan teknologi digital dan kemudahan akses terhadap informasi telah membawa dampak besar dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam dunia kewirausahaan (Rabbani & Najicha, 2023). Munculnya berbagai platform digital, media sosial, dan aplikasi berbasis teknologi telah menciptakan peluang baru bagi masyarakat untuk terjun ke dalam dunia bisnis secara lebih cepat dan efisien. Hal



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

ini mendorong pertumbuhan jumlah entrepreneur, khususnya generasi muda, yang memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk mengembangkan produk, menjangkau pasar yang lebih luas, dan menciptakan model bisnis yang lebih inovatif. Kesuksesan BTS Meal di Malang, misalnya, menunjukkan bahwa kekuatan media sosial berperan besar dalam membentuk perilaku konsumen dan meningkatkan daya tarik produk, bahkan melebihi faktor kolaborasi semata (Hasman & Putri, 2023)

Namun, pertumbuhan tersebut tidak terlepas dari berbagai tantangan yang muncul secara simultan. Di tengah kemudahan teknologi, para entrepreneur menghadapi perubahan perilaku konsumen yang dinamis, persaingan pasar yang semakin ketat, serta ketidakpastian ekonomi yang sulit diprediksi. Lingkungan bisnis yang volatile ini menuntut para pelaku usaha untuk memiliki kemampuan yang adaptif dalam menghadapi risiko. Ketidakmampuan dalam mengenali dan mengelola risiko secara tepat dapat menyebabkan kegagalan bisnis, terutama bagi usaha rintisan dan skala kecil yang memiliki daya tahan terbatas.

Dalam konteks tersebut, penerapan manajemen risiko menjadi semakin krusial. Manajemen risiko tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme protektif terhadap potensi kerugian, tetapi juga sebagai alat strategis untuk meningkatkan daya tahan (resilience) bisnis dalam menghadapi disrupsi. Dengan manajemen risiko yang efektif, entrepreneur dapat mengidentifikasi potensi ancaman lebih awal, menyusun strategi mitigasi yang tepat, serta merespons perubahan pasar dengan lebih cepat dan akurat (Baridah et al., 2025). Hal ini sangat relevan dalam era digital yang serba cepat, di mana kemampuan beradaptasi sering kali menjadi pembeda antara bisnis yang bertahan dan yang gagal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini akan menjawab beberapa pertanyaan penting: bagaimana perkembangan teknologi dan akses informasi mempengaruhi pertumbuhan kewirausahaan digital? Apa saja tantangan yang dihadapi oleh entrepreneur terkait perubahan perilaku konsumen, persaingan, dan ketidakpastian pasar? Dan mengapa manajemen risiko menjadi elemen strategis dalam proses adaptasi dan keberlangsungan bisnis? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, artikel ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh perkembangan teknologi terhadap kewirausahaan digital, (2) mengidentifikasi tantangan yang muncul akibat disrupsi pasar dan perilaku konsumen, serta (3) menjelaskan pentingnya manajemen risiko dalam membangun strategi adaptif dan ketahanan bisnis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus terhadap beberapa entrepreneur yang telah menghadapi dampak dari disrupsi teknologi. Data dikumpulkan melalui studi literatur yang berfokus pada teori kewirausahaan digital, strategi manajemen risiko, serta dinamika pasar di era transformasi digital. Analisis dilakukan secara deskriptif-analitis untuk mengeksplorasi praktik dan strategi yang telah diterapkan oleh para pelaku usaha dalam mengelola risiko dan mempertahankan eksistensinya di tengah ketidakpastian.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur dalam bidang manajemen risiko dan kewirausahaan, sekaligus menjadi rujukan praktis bagi para pelaku usaha yang tengah menghadapi tantangan disrupsi teknologi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber acuan

bagi lembaga atau instansi yang berkepentingan dalam menciptakan ekosistem bisnis yang resilien, adaptif, dan inovatif di era digital

Pembahasan

Dalam era disrupsi digital yang ditandai oleh perubahan cepat dalam teknologi dan perilaku pasar, sejumlah entrepreneur digital telah menunjukkan kemampuan luar biasa untuk bertahan dan bahkan berkembang (Santoso & Mujayana, 2021). Studi kasus terhadap beberapa pelaku usaha digital yang sukses, seperti platform e-commerce lokal atau startup berbasis aplikasi, menunjukkan bahwa keberhasilan mereka tidak semata-mata didorong oleh ide bisnis yang inovatif, tetapi juga oleh strategi manajemen risiko yang terintegrasi dalam setiap pengambilan keputusan strategis (RIZKI, n.d.). Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah diversifikasi produk dan layanan. Diversifikasi tidak hanya berfungsi sebagai upaya memperluas pangsa pasar, tetapi juga sebagai bentuk mitigasi risiko terhadap ketergantungan pada satu sumber pendapatan. Selain itu, digitalisasi layanan telah menjadi keharusan bagi entrepreneur masa kini (Dr. Muh Fahrurrozi, S.E., n.d.). Dengan menyediakan layanan yang serba digital seperti transaksi online, customer service berbasis chatbot, hingga penggunaan teknologi cloud mereka mampu meningkatkan efisiensi operasional dan fleksibilitas dalam merespon kebutuhan pasar.

Pemanfaatan platform online seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi berbasis AI juga memainkan peran penting dalam mempertahankan daya saing (Permadi, 2022). Platform-platform ini memungkinkan para pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas, membangun engagement yang lebih kuat, serta mengakses data pelanggan secara real-time yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan berbasis bukti (Kamil et al., 2022). Meskipun demikian, para entrepreneur digital tidak lepas dari tantangan dan risiko signifikan (Zulkifli et al., 2023). Beberapa risiko utama yang dihadapi antara lain adalah kehilangan pangsa pasar akibat munculnya kompetitor baru, teknologi yang cepat usang seiring dengan evolusi digital yang terus berlangsung, serta perubahan preferensi konsumen yang sulit diprediksi. Ketiga risiko ini dapat berdampak langsung pada keberlangsungan usaha jika tidak dikelola dengan baik. Dalam konteks tersebut, (Sya'Roni & Fikriah, 2024) menunjukkan bahwa kualitas produk, layanan, serta electronic word of mouth (eWOM) menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan konsumen, yang pada gilirannya mendorong niat beli ulang. Hal ini menegaskan bahwa menjaga kualitas dan interaksi positif di ranah digital merupakan strategi krusial bagi pelaku usaha untuk menghadapi dinamika pasar yang kompetitif

Dalam konteks ini, manajemen risiko memainkan peran sentral dalam proses pengambilan keputusan strategis (Alfiana et al., 2023). Identifikasi risiko sejak dini, analisis dampak, serta perencanaan skenario merupakan komponen krusial dalam sistem pengelolaan bisnis yang tangguh dan adaptif, terutama dalam era disrupsi digital yang penuh ketidakpastian. Dalam konteks ini, perusahaan atau pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya mengenali potensi ancaman yang mungkin timbul dari perubahan teknologi, perilaku konsumen, atau kondisi pasar, tetapi juga merumuskan langkah-langkah strategis untuk menghadapinya secara proaktif. Dalam praktiknya,

entrepreneur digital yang mampu melewati fase disrupsi dan bahkan tumbuh di tengah krisis biasanya memiliki pola pikir yang responsif dan berbasis data. Kecepatan mereka dalam membaca sinyal perubahan pasar menjadi faktor pembeda utama. Mereka tidak hanya cepat menyesuaikan strategi bisnisnya, tetapi juga terus berinovasi untuk menciptakan produk dan layanan yang tetap relevan dan bernilai bagi konsumen. Selain itu, penggunaan teknologi analitik untuk mengolah data secara real-time memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih akurat, cepat, dan berbasis risiko.

Seiring dengan meningkatnya persaingan di era digital, pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya mengandalkan inovasi produk, tetapi juga memanfaatkan teknologi cerdas dalam memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Penerapan sistem rekomendasi produk pada aplikasi marketplace dengan metode user-based collaborative filtering mampu meningkatkan pengalaman belanja konsumen, karena sistem ini menyesuaikan rekomendasi produk dengan karakteristik pembeli (Hariri & Rochim, 2022). Hal ini tidak hanya memperkuat kepuasan pelanggan, tetapi juga membuka peluang bagi pelaku usaha digital untuk mengoptimalkan strategi pemasaran yang lebih personal dan tepat sasaran. Dengan pendekatan seperti ini, para pelaku usaha digital tidak hanya mampu bertahan dalam situasi yang tidak menentu, tetapi juga berhasil menciptakan peluang baru.

Kesimpulan dan Saran

Manajemen Kewirausahaan digital telah mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan masifnya perkembangan teknologi informasi. Namun, pertumbuhan ini tidak lepas dari ancaman disrupsi yang ditandai dengan perubahan pasar yang cepat, preferensi konsumen yang dinamis, serta kemunculan teknologi baru yang menggantikan sistem lama. Dalam kondisi tersebut, keberhasilan seorang entrepreneur tidak semata ditentukan oleh inovasi atau kecepatan masuk pasar, tetapi juga oleh kemampuannya dalam mengelola risiko secara sistematis dan strategis.

Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen risiko berperan sentral dalam membentuk ketahanan bisnis (business resilience), terutama dalam menghadapi ketidakpastian yang menjadi ciri khas era disrupsi. Entrepreneur digital yang sukses bertahan cenderung memiliki karakteristik yang adaptif, berorientasi pada data, dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Strategi yang umum digunakan antara lain adalah diversifikasi produk untuk memperluas sumber pendapatan, digitalisasi layanan untuk meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar, serta pemanfaatan platform online guna memperkuat komunikasi dan distribusi. Strategi-strategi ini terbukti efektif dalam menghadapi risiko kehilangan pelanggan, usangnya teknologi, serta perubahan pola konsumsi masyarakat.

Lebih jauh, penelitian ini menegaskan bahwa penerapan manajemen risiko tidak boleh dianggap sebagai aktivitas tambahan atau sekunder dalam bisnis, melainkan harus terintegrasi dalam seluruh proses pengambilan keputusan. Entrepreneur perlu membangun sistem yang mampu mendeteksi risiko sejak dini, melakukan penilaian berbasis data, dan menyusun respons yang tepat dan terukur. Dengan pendekatan seperti ini, manajemen risiko bukan hanya menjadi alat untuk bertahan, tetapi juga

menjadi kekuatan kompetitif yang mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

Implikasi dari temuan ini bersifat luas, tidak hanya untuk praktisi usaha, tetapi juga bagi akademisi, pembuat kebijakan, dan institusi pendidikan. Semua pemangku kepentingan harus bersinergi dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang mendorong literasi risiko, fleksibilitas strategi, dan kemampuan inovatif sebagai pondasi utama dalam menghadapi tantangan disruptif di masa kini dan masa depan.

Saran

1. Para pelaku usaha, khususnya entrepreneur digital, perlu meningkatkan literasi dan pemahaman mendalam tentang manajemen risiko. Hal ini mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi potensi ancaman, menganalisis dampaknya, dan merancang strategi mitigasi yang sesuai dengan konteks usaha mereka. Selain itu, penguasaan keterampilan analisis data menjadi penting agar keputusan bisnis yang diambil bersifat evidence-based, bukan hanya berdasarkan intuisi. Pelatihan secara mandiri maupun kolaborasi dengan mentor atau komunitas bisnis dapat mempercepat penguatan kapasitas ini.
2. Perlu dirancang program pendampingan yang berkelanjutan dan kontekstual, terutama untuk UMKM yang paling rentan terhadap disrupsi. Bantuan bukan hanya dalam bentuk dana, tetapi juga edukasi mengenai transformasi digital dan manajemen risiko. Pemerintah dan lembaga terkait dapat membentuk ekosistem kewirausahaan yang adaptif melalui inkubator bisnis, workshop, dan digital coaching yang menyoroti aspek strategis usaha, bukan hanya teknis.
3. Disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan pendekatan kuantitatif atau mixed-method agar hasil studi lebih kuat secara generalisasi. Selain itu, studi komparatif antar sektor industri (misalnya antara sektor teknologi, pendidikan, dan retail) juga akan memperkaya pemahaman tentang bagaimana karakteristik risiko dan strategi adaptasi bervariasi dalam konteks yang berbeda. Penelitian lapangan secara langsung terhadap pelaku usaha juga sangat direkomendasikan untuk mendapatkan insight praktis yang lebih tajam.
4. Dunia pendidikan, khususnya perguruan tinggi, diharapkan berperan aktif dalam mencetak entrepreneur masa depan yang tidak hanya inovatif, tetapi juga sadar risiko. Kurikulum kewirausahaan perlu dilengkapi dengan materi tentang manajemen risiko, pemikiran strategis, dan simulasi pengambilan keputusan berbasis data. Kolaborasi antara kampus dan dunia usaha juga perlu ditingkatkan agar mahasiswa memiliki pengalaman nyata dalam menghadapi ketidakpastian bisnis.
5. Meskipun memiliki keterbatasan sumber daya, pelaku UMK tetap dapat menerapkan prinsip-prinsip manajemen risiko secara sederhana namun efektif. Mereka dapat memulai dengan mengenali risiko paling mendasar dalam kegiatan operasional harian, seperti keterlambatan pasokan, fluktuasi harga bahan baku, atau penurunan permintaan. Teknologi digital, seperti aplikasi keuangan sederhana dan platform penjualan online, dapat dimanfaatkan untuk

memperkuat daya saing sekaligus memperkecil potensi kerugian. Pendekatan bertahap dan konsisten akan berdampak besar bagi keberlanjutan usaha.

Dengan pendekatan yang komprehensif terhadap manajemen risiko, entrepreneur digital tidak hanya dapat bertahan di tengah disrupsi, tetapi juga mampu menjadi pemimpin pasar yang tangguh dan berdaya saing tinggi.

Daftar Pustaka

- Alfiana, Lubis, R. F., Suharyadi, M. R., Utami, E. Y., & Sipayung, B. (2023). Manajemen Risiko dalam Ketidakpastian Global: Strategi dan Praktik Terbaik. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 260–271. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.576>
- Baridah, L., Ritonga, N. P., & Aini, S. N. (2025). Peran Teknologi Dalam Manajemen Risiko Dan Inovasi Peran Teknologi dalam Manajemen Risiko. 07(02), 9293–9302.
- Dr. Muh Fahrurrozi, S.E., M. M. (n.d.). *Entrepreneurship dan Digitalisasi Bisnis Era 5.0*.
- Hariri, F. R., & Rochim, L. W. (2022). Sistem Rekomendasi Produk Aplikasi Marketplace Berdasarkan Karakteristik Pembeli Menggunakan Metode User Based Collaborative Filtering. *Teknika*, 11(3), 208–217. <http://repository.uin-malang.ac.id/12135/>
- Hasman, M., & Putri, K. A. S. (2023). Kesuksesan BTS Meal peran kolaborasi atau media sosial?: Studi pada Konsumen Mcdonald's di Malang. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 286–294. <http://repository.uin-malang.ac.id/19934/>
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517–526. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Permadi, R. N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Utama Pemasaran Produk UMKM. *Avant Garde*, 10(1), 15. <https://doi.org/10.36080/ag.v10i1.1695>
- Rabbani, D. A., & Najicha, F. U. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Kehidupan dan Interaksi Sosial Masyarakat Indonesia. *Researchgate.Net*, November, 0–13.
- RIZKI, U. E. (n.d.). *Penerapan E-Commerce dalam Penguatan Daya Saing Usaha Melalui Startup (Studi Kasus Perusahaan GPS Medan)*.
- Santoso, R., & Mujayana, M. (2021). Penerapan Manajemen Risiko UMKM Madu di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri di Tengah Pandemi COVID19. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(1), 74–85.
- Sya'Roni, Y., & Fikriah, N. L. (2024). The effect of product quality, service quality and eWOM on repurchase intention: Consumer satisfaction as a mediating variable: Study on consumers of Erigo Official Marketplace products in Malang. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*. <http://repository.uin-malang.ac.id/20584/>
- Zulkifli, Sugiarto, I., Napu, F., Rukmana, A. Y., & Hastuti, P. (2023). Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature). *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(02), 81–96. <https://doi.org/10.58812/sek.v1i02.87>