

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Globalisasi dan perkembangan teknologi telah banyak mengubah segala aspek kehidupan, termasuk pergeseran digital dimana kegiatan ekonomi dan sosial dengan bantuan teknologi telah berdampak pada seluruh perekonomian. Ketergantungan manusia dengan teknologi dapat dimanfaatkan menjadi peluang bisnis untuk dapat meningkatkan perekonomian. Peluang ini telah dimanfaatkan oleh sebagian orang untuk mendirikan *startup* atau perusahaan rintisan untuk dapat menyediakan platform digital berteknologi tinggi yang mampu mempermudah kehidupan manusia. McCauley dan Gruszka (2018: 22) mendefinisikan *startup* sebagai bisnis yang muda, kecil, pertumbuhan tinggi, dan bertujuan untuk menggunakan teknologi dalam mendapatkan cakupan pasar yang lebih luas. Dari laman Forbes yang ditulis oleh Dane Stagler (2019) menyebutkan bahwa ekonomi startup global sejak tahun 2017 telah menghasilkan lebih dari US\$2,8 triliun nilai ekonomi. Nilai tersebut telah naik sebanyak 20% apabila dibandingkan dengan periode dua tahun sebelumnya. Peningkatan semacam ini juga dipengaruhi oleh pertumbuhan pesat sejumlah *startup* yang telah mencapai nilai valuasi lebih dari US\$ 1 miliar, atau biasa disebut sebagai *unicorn* (Lee, 2013). Fenomena ini sangatlah langka dan sulit untuk ditangkap, oleh sebab itulah perusahaan-perusahaan tersebut dijuluki sebagai unicorn.

Pertumbuhan *startup* dan kemunculan *unicorn* dipengaruhi salah satunya oleh faktor kemudahan dalam memulai bisnis dan ekosistem bisnis yang ada di suatu negara. Data dari Laporan Ease of Doing Business (EODB) yang berelaborasi dengan Bank Dunia (2019a) menunjukkan bahwa pada tahun 2019, Australia berada pada peringkat ke-18 sedangkan Indonesia berada pada peringkat ke-73 dalam kemudahan untuk memulai bisnis baru di setiap negara. Peringkat yang lebih tinggi menunjukkan peraturan yang lebih baik dan sederhana untuk bisnis,

dan perlindungan hak properti yang lebih kuat. Nilai EODB didapat dari pengukuran proses untuk penggabungan bisnis, mendapatkan izin mendirikan bangunan, memperoleh koneksi listrik, mendapatkan properti, mendapatkan akses ke kredit, melindungi investor minoritas, membayar pajak, terlibat dalam perdagangan internasional, menegakkan kontrak dan menyelesaikan kepailitan. Dari pengukuran tersebut di atas, didapatkan nilai EODB Australia sebesar 80,13 sedangkan Indonesia sebesar 67,96. Nilai tersebut menjadikan Australia berada pada peringkat 20 teratas pada level “sangat mudah” untuk memulai bisnis. Australia sendiri juga merupakan anggota dari *high-income* OECD member yang dinilai memiliki ekonomi terbaik di dunia (World Bank, 2019).

Semakin mudah memulai bisnis di satu negara berarti semakin rendah hambatan untuk memulai. Biaya masuk yang lebih rendah mendorong kewirausahaan, meningkatkan produktivitas perusahaan, dan mengurangi korupsi. Awalan yang sederhana ini kemudian dapat menjadi peluang kerja yang lebih besar. Sebaliknya, peringkat 73 yang diduduki Indonesia seharusnya menyulitkan warga negaranya untuk memulai bisnis baru termasuk dalam membangun *startup*. Nilai kemudahan bisnis yang dimaksud dapat dijabarkan pada tabel berikut.

**Tabel 1: Perbandingan Peringkat Kemudahan Memulai Bisnis**

<b>EKONOMI</b>	<b>AUSTRALIA</b>	<b>INDONESIA</b>
<b>Peringkat EODB</b>	18	73
<b>Peraturan untuk Memulai Bisnis</b>	7	134
<b>Memperoleh Izin Konstruksi</b>	9	112
<b>Mendapatkan Listrik</b>	52	33
<b>Mendapatkan Properti</b>	50	100
<b>Mendapatkan Kredit</b>	8	44
<b>Perlindungan Investor Minoritas</b>	64	51
<b>Membayar Pajak</b>	26	112
<b>Perdagangan Lintas Batas</b>	103	116
<b>Menegakkan Kontrak</b>	5	146
<b>Menyelesaikan Kepailitan</b>	20	36

Sumber: World Bank (2019)

Dari tabel tersebut, nilai atau skor kemudahan berbisnis dalam hal berurusan dengan izin konstruksi di Indonesia adalah sebesar 66,57 menempatkan negara

tersebut pada peringkat 112 dari 190 ekonomi negara. Di Australia, nilainya mencapai 84,59 yang menuntun negara tersebut ke peringkat 9. Kemudahan dalam mendaftarkan properti di Indonesia nilainya sebesar 61,67 dimana nilai tersebut berada pada peringkat 100, sedang Australia berada pada peringkat ke-50 dengan skor 74,09. Mendapatkan kredit di Australia juga lebih mudah dibanding di Indonesia, dimana kemudahan mendapatkan kredit di Australia berada pada peringkat ke-8 dengan skor 90,00 sedangkan di Indonesia berada pada peringkat ke-44 dengan skor 70,00. Membayar pajak di Indonesia berada pada tingkat ke-112 sedangkan Australia berada pada tingkat ke-26. Peringkat Indonesia dengan skor 68,03 terlampau jauh dari Australia yang memiliki skor sebesar 85,64. Perdagangan lintas batas Indonesia berada pada peringkat ke-116 sedangkan Australia berada pada peringkat 103. Australia juga lebih unggul dalam bidang menegakkan kontrak dan menyelesaikan keadaan bangkrut dibanding dengan Indonesia (World Bank, 2019c).

Dari sembilan kategori atau indeks yang menjadi perhitungan dalam kemudahan untuk memulai bisnis dari suatu ekonomi negara, Indonesia hanya mengungguli dua kategori diantaranya, yaitu dalam hal perlindungan investor minoritas dan kemudahan dalam mendapatkan listrik. Skor perlindungan investor minoritas di Australia adalah sebesar 60,00 dan berada pada peringkat ke-64, sedangkan Indonesia berada pada peringkat ke-51 dengan skor 63,33. Kemudahan dalam mendapatkan listrik diungguli oleh Indonesia yang berada pada peringkat ke-33 dengan skor 86,38 sedangkan Australia menempati peringkat-52 dengan skor 82,31. Suatu negara dengan peringkat EODB tinggi memang tidak selalu mengungguli semua kategori di dalamnya. Dalam hal ini, Australia memiliki peringkat EODB yang lebih tinggi tetapi Indonesia mengungguli Australia dalam dua hal tersebut di atas (World Bank, 2019c).

Secara lebih lanjut, data Global Entrepreneurship Index (GEI) tahun 2018 yang di rilis oleh The Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI) menunjukkan bahwa Australia berada jauh di atas Indonesia dalam hal kesehatan ekosistem bisnis. Australia berada di peringkat 5 dengan skor 75,5 bahkan

menjadi peringkat pertama pada kawasan Asia Pasifik dan berhasil mengungguli Indonesia yang berada di peringkat 94 dengan skor 21. GEI ini sendiri dihasilkan dengan mengumpulkan data tentang sikap kewirausahaan, kemampuan dan aspirasi penduduk lokal, dan menimbang infrastruktur sosial dan ekonomi yang kemudian diolah melalui 14 pilar untuk mengukur kesehatan ekosistem bisnis (GEDI, 2019). Lantas pada tahun 2019, peringkat Australia turun satu tingkat menjadi ke-6 dengan skor 73,1 dan sebaliknya peringkat Indonesia mengalami peningkatan menjadi urutan ke-75 dengan skor 26 (GEDI, 2020).

Kendati demikian, hambatan-hambatan tersebut nyatanya tidak menyulitkan untuk dapat memulai bisnis maupun melahirkan *startup* di Indonesia. Meskipun pada tahun 2019 kedua negara tersebut sama-sama berada pada sepuluh besar negara dengan *startup* terbanyak, namun peringkat Indonesia lebih tinggi ketimbang di Australia, begitu juga dengan jumlah *unicorn*. University of Technology Sydney, Atlassian, Google, pemerintahan federal, dan MYOB bekerjasama dengan Data61 membuat perhitungan jumlah *startup* yang ada di Australia dan menemukan bahwa pada tahun 2017 terdapat 1.675 sedangkan pada tahun 2018 nilainya menurun menjadi 1.465. Sedangkan dilansir dalam situs registrasi *startup*, [startupranking.com](http://startupranking.com) (2019), jumlah *startup* yang ada di Indonesia pada tahun 2019 adalah 2.193 dan bahkan mampu menempati posisi kelima di dunia. Jumlah tersebut hanya tertinggal dari empat negara lain, Amerika Serikat, India, Inggris dan Kanada. Jumlah tersebut tercatat terus naik dari tahun ke tahun. Sebaliknya, pada tahun 2019 jumlah *startup* di Australia kembali menurun menjadi 1.402 menempati posisi kedelapan (Startup Ranking, 2019). Namun, apabila dibandingkan dengan jumlah penduduknya, jumlah *startup* di Australia lebih tinggi dibanding Indonesia.

Pada tahun yang sama, Indonesia tercatat dalam CBInsight (2019) telah berhasil melahirkan lima *startup* yang mendapat julukan *unicorn*. Lima perusahaan *unicorn* tersebut adalah Tokopedia, Traveloka, Bukalapak, OVO, dan Go-Jek yang bahkan telah mencapai level *decacorn* karena telah mencapai nilai valuasi sebesar US\$10 miliar. Go-Jek merupakan aplikasi *on-demand* yang telah

menyandang gelar *unicorn* sejak 4 Agustus 2016 dan gelar *decacorn* pada April 2019. *Decacorn* sendiri merupakan julukan bagi *startup* yang telah mencapai nilai valuasi lebih dari US\$10 miliar. Selanjutnya Tokopedia merupakan sebuah online *marketplace* yang telah mencapai valuasi sebesar US\$7 miliar sejak bulan Desember 2018, Traveloka merupakan sebuah aplikasi *travel technology* yang mencapai valuasi sebesar US\$2 miliar sejak Juli 2017, dan Bukalapak yang merupakan *e-commerce* yang berhasil mendapat gelar *unicorn* sejak November 2017. OVO merupakan sebuah platform *financial technology* yang baru saja menyandang *unicorn* pada 14 Maret 2019.

Di sisi lain, Australia memiliki tiga *unicorn* yaitu Canva, AirWallex, dan yang terakhir Judo Capital yang baru mencapai *unicorn* pada 29 Juli 2019. Jumlah perusahaan *unicorn* milik Australia lebih sedikit dibanding jumlah perusahaan *unicorn* Indonesia (World Bank, 2019c). Canva sendiri telah mencapai valuasi US\$1 miliar sejak Januari 2018 dan hingga akhir tahun 2019 telah mencapai angka US\$3,2 miliar yang merupakan suntikan dari Sequoia Capital China, Blackbird Ventures, dan Matrix Partners. Canva merupakan sebuah platform desain grafis sedangkan AirWallex merupakan *startup* berbasis finansial lintas batas negara. AirWallex berhasil mencapai valuasi pasar sebesar US\$1 miliar sejak bulan Maret 2019 dari DST Global, Sequoia Capital China, dan Tencent Holdings. Judo Capital sendiri merupakan sebuah platform buatan Bank Judo milik Australia yang berfokus untuk memberi pinjaman pada usaha kecil dan menengah. Hingga akhir tahun 2019, Judo Capital telah mencapai valuasi sebesar US\$1,04 dari Credit Suisse, OPTrust, dan Ironbridge Capital (World Bank, 2019c).

Kedua negara sejatinya telah menjalin kerjasama dalam mengembangkan *startup* sebagai tindak lanjut dari kesepakatan Menkominfo Indonesia dengan Perdana Menteri Australia pada tahun 2017. Kedua negara kembali melakukan pertemuan pada 1 Februari 2018 dalam Forum Digital Indonesia-Australia yang ditujukan untuk meningkatkan kerja sama dalam bidang digital. Kunjungan tersebut dilakukan oleh Menteri Pelayanan Masyarakat dan Menteri Pendukung Perdana

Menteri Australia beserta beberapa pelaku bisnis Australia ke Indonesia (Kominfo, 2018c). Disebutkan Indonesia memiliki keuntungan demografis yang mampu menunjang pertumbuhan sektor ekonomi digital di masa depan. Pada tahun 2030, diprediksikan jumlah penduduk berusia produktif lebih besar dibanding jumlah penduduk yang belum maupun yang sudah tidak produktif, yaitu mencapai 64% dari total jumlah penduduk yang diproyeksikan mencapai 297 juta jiwa (Kominfo, 2019b). Di sisi lain, pemerintah Australia justru melihat bahwa perubahan demografis dalam hal ini meningkatnya populasi yang sudah tidak produktif akan terus berdampak pada penurunan perekonomian negara. Fenomena ini berkaitan dengan penuaan populasi di Australia dimana populasi yang sudah tidak produktif jumlahnya mengungguli populasi yang belum produktif (ABS, 2018).

Beberapa indikator telah mengindikasikan bahwa kondisi yang ada di Australia seharusnya mampu mendukung lahirnya berbagai perusahaan rintisan dan mendorongnya menjadi perusahaan *unicorn*. Kondisi ekosistem bisnis dan skor kemudahan memulai bisnis Indonesia yang tidak lebih baik dari Australia, seharusnya menjadi hambatan bagi negara tersebut untuk unggul dalam bidang ini. Namun kemudian, hingga akhir tahun 2019 jumlah *startup* dan *unicorn* di Indonesia lebih tinggi dibanding Australia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Mengapa *startup* dan *unicorn* di Indonesia jumlahnya lebih banyak dibandingkan dengan Australia meskipun kondisi dan ekosistem bisnis Australia jauh lebih mendukung bagi lahir dan berkembangnya perusahaan-perusahaan tersebut?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini secara umum dimaksudkan untuk menganalisis alasan mengapa jumlah *startup* dan *unicorn* Indonesia lebih banyak dibandingkan Australia dengan melihat kondisi dari kedua negara tersebut.

#### 1.4 Tinjauan Pustaka

Jean Paul Simon (2016) dalam Laporan JRC Technical menyebutkan bahwa perusahaan *unicorn* dapat dibedakan menjadi dua berdasarkan model pertumbuhan yang diterapkan, yaitu model pertumbuhan organik dan anorganik. Perusahaan yang menerapkan model organik mengupayakan pertumbuhan dengan cara meningkatkan *output* dan penjualan. Pada model ini, terdapat dua pendekatan utama yang digunakan oleh perusahaan, pertama perusahaan memilih untuk memasuki pasar global sejak awal dan yang kedua beberapa perusahaan memilih untuk tumbuh secara organik di pasar dalam negeri sebelum berkembang secara global. Selanjutnya, perusahaan yang menerapkan model anorganik tumbuh melalui akuisisi bisnis baru melalui merger, akuisisi, dan pengambilalihan. Beberapa perusahaan juga menerapkan kedua model tersebut baik dalam satu waktu maupun tidak. Namun setelah menerapkan model anorganik, perusahaan telah kehilangan statusnya sebagai *unicorn*.

Temuan kedua oleh Simon (2016) adalah hampir semua perusahaan *startup* bergantung pada modal ventura untuk pendanaan awal, perkembangan, dan pengeluaran mereka. Strategi perusahaan yang diadopsi oleh perusahaan menentukan sejauh mana perusahaan tersebut membutuhkan suntikan modal ventura. Biasanya, para pendiri perusahaan rintisan yang kemudian mencapai level *unicorn* adalah pengusaha yang telah menciptakan perusahaan-perusahaan lain sebelumnya dan memiliki latar belakang akademis yang kuat. Temuan yang terakhir memperlihatkan bahwa perusahaan *unicorn* diharapkan berteknologi tinggi dan berinvestasi besar dalam R&D. Sejalan dengan Simon, Acs et. al. (2017) melihat fenomena kebangkitan *unicorn* yang secara spasial tidak merata. Sebagian besar dari perusahaan *unicorn* ini didasarkan pada model bisnis platform. Platform ini memungkinkan perusahaan baru untuk mencapai skala besar dan penilaian dalam waktu yang sangat singkat.

Belka (2019) melihat bahwa negara dengan jumlah *unicorn* terbanyak dapat dikatakan memiliki ekosistem bisnis yang sehat. Terdapat dua faktor yang

mempengaruhi pertumbuhan dari *startup*, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mencakup pendiri dan tim, analisis produk dan pasar yang tepat, model bisnis, rencana finansial, dan implementasi atau eksekusi. Sedang dalam faktor eksternal pertumbuhannya dipengaruhi oleh waktu, ekosistem *startup*, lingkungan hukum, ekspansi internasional, lanskap kompetisi, dan kepentingan investor. Secara lebih lanjut, kemunculan *startup* juga berkaitan dengan adanya peluang dari globalisasi dan ekspansi pasar yang cepat menciptakan lingkungan makro yang baru dan memberikan peluang bisnis yang belum pernah terjadi sebelumnya. Peluang ini diimbangi dengan risiko yang muncul di dalamnya. Meskipun dianggap sebagai peluang yang sangat berharga, perusahaan *startup* biasanya menanggung berbagai risiko seperti salah satunya kurangnya informasi finansial yang kemudian dapat mempengaruhi jalur pembiayaan *startup* di masa depan dan pada akhirnya berpengaruh terhadap kesuksesan *startup* itu sendiri (Belka, 2019).

Membahas mengenai hal yang sama, Geibel dan Manickam (2016) mengemukakan dua puluh lima faktor kesuksesan kritis yang dibagi dalam tiga kategori yang berpengaruh terhadap keberhasilan *startup*. Faktor kesuksesan kritis ini didefinisikan sebagai karakteristik, kondisi atau variabel yang ketika dipertahankan dan dikelola secara terus menerus dan dengan benar, dapat memiliki dampak signifikan pada keberhasilan perusahaan yang bersaing dalam industri tertentu. Tiga kategori yang dimaksud adalah internal, eksternal, dan dukungan dari inkubator atau akselerator. Kategori internal berisi tim atau karyawan, budaya kerja, co-founder, struktur organisasi, strategi keluar, strategi pemasaran, jaringan pelanggan, produk, *ability to scale*, lapangan perusahaan, menyeimbangkan pekerjaan dan kehidupan keluarga. Lantas kategori eksternal meliputi kebijakan pemerintah, stabilitas politik, lokasi, akses ke bakat, akses pasar baru, akses ke pasar yang ada, pesaing, dan pengalaman sebelumnya. Sedangkan dalam kategori dukungan dari inkubator atau akselerator meliputi *mentorship*, memperluas koneksi, pendanaan keuangan, dukungan (pajak, hukum, bisnis, dan lain-lain), infrastruktur, dan *workshop*. Geibel dan Manickam



melakukan perbandingan ekosistem bisnis di Amerika Serikat dan Jerman. Ditemukan bahwa apabila diurutkan, skor keseluruhan untuk persepsi pentingnya setiap kategori, pebisnis di kedua negara menempatkan kategori internal berada pada posisi pertama, kategori inkubator pada posisi kedua, dan kategori eksternal berada pada posisi terakhir (Geibel dan Manickam, 2016:67).

Guelich & Bosma (2019) memberikan gambaran mengenai kewirausahaan kaum muda dengan rentang usia 18-34 tahun dan ekosistem bisnis di sembilan negara kawasan Asia Pasifik, yaitu Australia, Filipina, India, Indonesia, Malaysia, Korea, Tiongkok, Thailand, dan Vietnam. Temuannya adalah pengusaha muda secara signifikan lebih cenderung untuk mengembangkan usaha atau bisnis, menciptakan pekerjaan dan fokus pada inovasi, ekspor dan menggunakan media sosial, dibandingkan dengan pengusaha yang lebih tua. Penulis tersebut menemukan bahwa aktifitas bisnis *startup* oleh pengusaha muda di Indonesia lebih tinggi dibanding Australia, dan bahkan menjadi yang tertinggi dibanding delapan negara lainnya. Prosentase aktifitas bisnis yang dilakukan oleh kelompok dengan rentang usia 18-34 tahun di Indonesia mencapai 18,9%, sedangkan Australia 13,5%. Angka yang lebih rendah terlihat pada prosentase aktivitas bisnis yang dilakukan oleh kelompok dengan rentang usia 34-64 tahun yaitu 16,6% di Indonesia dan 12,5% di Australia. Padahal, apabila dilihat dalam jumlah populasi muda berusia 15-24 tahun, pada tahun 2017 jumlah populasi muda Indonesia sebesar 44,8 juta dimana jumlah tersebut masih berada jauh di bawah Tiongkok 165,8 juta dan India 246,9 juta jiwa.

Melalui berbagai penelitian terdahulu, penulis melihat bahwa dalam penelitian ini, hal yang membedakan adalah adanya faktor lain yang mempengaruhi lahirnya *startup* selain kemudahan untuk memulai bisnis dan ekosistem bisnis dari suatu negara. Faktor lain seperti karakter demografis yang juga berkaitan dengan prospeknya di masa depan, dan fenomena penuaan populasi masih belum disebutkan menjadi hal yang berdampak pada lahir dan pertumbuhan dari *startup*. Selain itu, penulis sebelumnya juga belum memberikan penekanan mengenai

pentingnya pembangunan infrastruktur teknologi sebagai pendukung peningkatan ekosistem di suatu negara.

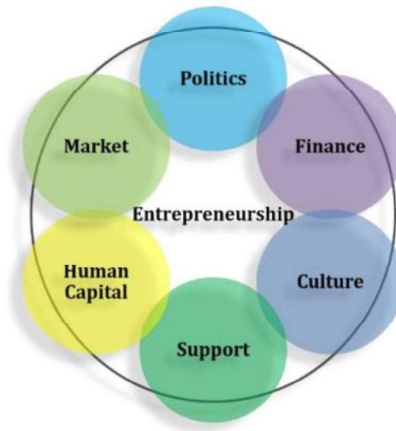
## **1.5 Kerangka Pemikiran**

### **1.5.1 Ekosistem Bisnis**

Moore (1993) menggunakan analogi dari ekosistem lingkungan untuk mempelajari organisasi yang saling berhubungan, memahami dinamika yang terjadi dalam suatu bisnis, dan mencari penjelasan dari berbagai fenomena yang terjadi (Moore, 1993). Ekosistem bisnis berperan penting untuk mengembangkan lingkungan *startup*. Oleh sebab itulah, krusial bagi *startup* untuk memahami ekosistem bisnis. Interaksi dalam suatu ekosistem dapat mendorong aktor-aktor di dalamnya untuk menciptakan nilai melalui penggunaan teknologi canggih dan *innovative thinking* untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Lee & Lee, 2009; Lee et.al., 2017). Selain itu, setiap ekosistem itu unik karena sifatnya yang multidimensional. Oleh karenanya, ekosistem di setiap wilayah mungkin berbeda dan tidak dapat ditiru (Isenberg, 2011a).

Apabila dipahami, Moore (1993: 83) dan Iansiti & Levien (2004:46) sama-sama menyajikan pemahaman bahwa ekosistem bisnis ini dapat menjadi dasar baik kooperasi maupun kompetisi dari pelaku-pelaku usaha dalam satu ekosistem maupun pada ekosistem lainnya. Diperlukan kemampuan untuk dapat menyediakan tempat bagi perusahaan lain dengan cara merubah sikap dari proteksionis menjadi kooperatif. Selanjutnya kerja secara kooperatif dan kompetitif untuk dapat menghasilkan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan menghasilkan inovasi untuk diterapkan di masa depan. Secara lebih lanjut, Isenberg (2011a) menggambarkan ekosistem ini dalam gambar berikut.

Gambar 1: Model Ekosistem Bisnis Isenberg



Sumber: Isenberg (2011a)

Isenberg mengelompokkan ekosistem bisnis dalam enam domain: kebijakan, keuangan, budaya, dukungan, sumber daya manusia, dan pasar. Dalam domain kebijakan berisi sub-domain kepemimpinan dan pemerintah, domain budaya berisi sub-domain cerita sukses dan norma sosial, domain dukungan berisi sub-domain dukungan pemerintah, institusi non-pemerintah dan infrastruktur (logistik, transportasi, energi, dan lain sebagainya). Selanjutnya dalam domain sumber daya manusia berisi sub-domain tenaga kerja dan institusi pendidikan, dan dalam domain pasar berisi sub-domain jaringan dan *early customer*.

Berbagai penelitian telah menyoroti pada dampak positif dari bisnis dan kebijakan mengenai bisnis pada pertumbuhan ekonomi negara (Mason & Harrison, 2006:59; Mason & Brown, 2014:9; Fuerlinger et. al., 2015). Oleh sebab itu, dalam sebuah ekosistem bisnis pemerintah memainkan peran penting dalam mempromosikan perkembangannya. *Startup* diciptakan dari kombinasi ide yang inovatif dan kreatif yang disokong dengan modal, teknologi dan komunitas yang mendukung, dimana pemerintah perlu untuk memahami kombinasi tersebut untuk dapat menciptakan kerangka kerja yang dapat mendukung. Mazzucato (2011) menjelaskan mengenai peran penting negara dalam ekosistem inovatif dengan menunjukkan bahwa sebagian besar *startup* pada tahap awal diuntungkan dengan mendapatkan pembiayaan tahap awal dan teknologi yang disponsori negara. Pembiayaan

tersebut kemudian menjadi penyokong pembaharuan produk dan layanan pada *startup*. Melalui investasi dalam penelitian dan pengembangan teknologi baru, negara memiliki peluang untuk secara aktif membentuk pasar yang lebih berpotensi di masa depan.

Ekosistem bisnis juga memiliki karakter sebagai ‘kaya akan informasi’ (Mason & Brown, 2014:10). Dalam lingkungan seperti itu, individu dapat mengakses informasi dan pengetahuan bisnis dan teknologi, juga dapat mengetahui celah bisnis untuk dapat memenuhinya. Napier dan Hansen (2011) melihat bahwa dalam proses berbagi informasi tersebut, terdapat individu yang menjadi aktor sentral di dalamnya. Individu tersebut dikarakteristikan sebagai pebisnis yang memiliki pengalaman, keterampilan, dan koneksi yang baik dengan orang-orang dan sumber daya untuk mendukung *startup*. Dalam proses berbagi informasi ini memerlukan aspek budaya ‘memberi sebelum mendapatkan’ yang tertanam dalam komunitas *startup*. Di dalamnya, mereka dapat berbagi pengetahuan, keahlian, maupun pengalaman, baik kesuksesan maupun kegagalan. Oleh sebab itu, diperlukan budidaya ekosistem bisnis yang dapat mendukung lahirnya lebih banyak *startup* pertumbuhan tinggi.

### **1.5.2 Pengaruh Demografi terhadap Perkembangan Startup**

Bönte et. al (2007) melalui tulisannya yang berjudul “Demography and Innovative Entrepreneurship” menganalisis mengenai hubungan antara struktur usia di suatu negara dengan jumlah *startup* yang ada. Penulis tersebut mengatakan bahwa perubahan demografis akan menjadi salah satu tantangan utama bagi kebijakan ekonomi, terutama bagi negara-negara maju. Dalam hal ini, keputusan individu untuk memulai bisnis ditentukan oleh usianya dan, oleh karena itu, perubahan dalam distribusi usia suatu wilayah memengaruhi jumlah *startup* yang diharapkan akan tumbuh di wilayah yang dimaksud. Secara lebih lanjut, distribusi usia kerja mempengaruhi para pemula di industri berbasis teknologi tinggi sedangkan perusahaan di industri lain tidak terpengaruhi secara signifikan. Peningkatan fraksi individu dalam kisaran usia 20-30 terbukti memiliki efek positif pada

jumlah startup teknologi tinggi pada suatu wilayah atau negara (Bönte et.al., 2007).

Beberapa penulis lain juga membenarkan adanya hubungan antara sumber daya manusia dengan perkembangan bisnis. Parker (2004) dan Lasch et. al. (2007) melihat sumber daya manusia atau SDM menjadi salah satu prediktor pertumbuhan kinerja usaha baru. Hubungan baik antara usia produktif pelaku usaha dengan kesuksesan perusahaan, dimana usia berkaitan dengan tingkat kualifikasi diri yang merupakan faktor penentuan kesuksesan perusahaan baru terutama di bidang industri. Dalam konteks startup, kualifikasi diri terutama pada pendirinya sangat mempengaruhi kesuksesan dari startup itu sendiri.

Lévesque dan Minniti (2006: 186) memperkenalkan model teoretis yang berfokus pada modal manusia, penghindaran risiko dan diskon waktu, dan menemukan bahwa kecenderungan untuk menjadi wirausaha berkurang seiring bertambahnya usia. Disebutkan bahwa keenganan risiko akan menurun dengan usia sedangkan diskon waktu meningkat. Diskon waktu ini berkaitan dengan kegiatan yang membutuhkan komitmen waktu sebelum menghasilkan pendapatan. Selain itu, kecenderungan berbisnis yang dikaitkan dengan usia juga berkaitan dengan penurunan kesehatan dan kemampuan teknologi (Singh & DeNoble 2003). Dapat dipahami bahwa faktor-faktor yang mendukung dan menghambat kewirausahaan cenderung berubah selama siklus hidup manusia dan oleh karena itu kecenderungan untuk menjadi wirausaha dapat ditentukan oleh usia individu. Oleh sebab itulah, perubahan demografis dapat memengaruhi tingkat kegiatan bisnis di suatu wilayah, yang pada akhirnya juga dapat berdampak pada inovasi dan pertumbuhan ekonomi.

Fenomena perubahan demografis ini juga dijelaskan oleh Bönte et.al. (2007:3) yang menemukan bahwa awal dari perubahan demografis yang utama adalah fenomena penuaan populasi yang terus berlanjut, terutama di negara-negara maju. Penuaan populasi tersebut terjadi sebagai hasil dari tingkat kelahiran yang rendah dan tingkat harapan hidup yang meningkat. Fenomena ini dapat berdampak pada

menurunnya minat pada inovasi dan pertumbuhan ekonomi. Modal manusia menentukan produktivitas dan kesesuaiannya terhadap pekerjaan tertentu dan akan terus berubah seiring pertambahan usia sepanjang siklus hidupnya. Individu di usia yang muda sedang berada di puncak kekuatan fisik dan lebih energik. Selain itu, di masa kehidupan muda, kemampuan untuk menyimpan dan memproses informasi, menyelesaikan masalah, menangani kompleksitas, dan menyesuaikan diri dengan situasi baru juga lebih tinggi. Di sisi lain, telah ditemukan bahwa kreativitas, kemampuan individu untuk memproses pengetahuan segar, alasan secara logis, dan menjadi kreatif berkurang seiring bertambahnya usia dan dari pengalaman masa lalu.

Penelitian oleh Bönnte et. al. (2007) selanjutnya membuktikan bahwa salah satu sumber wirausahawan adalah individu-individu muda yang baru saja menyelesaikan pendidikan mereka dan ingin sekali menguji pengetahuan mereka di dunia nyata. Mereka lebih energik dan mungkin cukup mampu dalam mengatasi beban kerja yang berat karena kondisi fisik mereka yang baik dan belum terkendala oleh tuntutan keluarga. Dalam hal ini, kurangnya pengalaman wirausahawan muda dapat menjadi sesuatu yang menguntungkan dan juga merugikan. Kerugiannya, kurangnya pengalaman dapat berakibat pada kurangnya pengetahuan tentang pasar dan berakibat pada kerugian. Kemudian keuntungannya, wirausahawan muda yang kurang berpengalaman justru lebih terbuka untuk ide-ide baru dan mampu memanfaatkan peluang secara kreatif. Oleh sebab itulah, individu yang lebih muda lebih cenderung untuk memulai bisnis yang berisiko tinggi seperti *startup* dibanding individu di kelompok karir yang lebih tua.

### **1.5.3 Peran Pemerintah dalam Pengembangan Infrastruktur Teknologi**

Peran pemerintah dapat dilihat dari usahanya untuk menyediakan infrastruktur pendukung pertumbuhan *startup*, salah satunya melalui penyediaan dan pengembangan infrastruktur teknologi. Beberapa penulis melihat bahwa ketersediaan infrastruktur vital hubungannya pada pengembangan sektor bisnis

(Goss, 1994; Menon & Fink 2018; Vineles, 2018; Guelich & Bosma, 2019). Pengeluaran negara untuk pengembangan ekonomi ditemukan efektif dalam menghasilkan pertumbuhan pada *startup*, salah satunya melalui pengeluaran untuk pengembangan infrastruktur teknologi. Melalui pembangunan infrastruktur, warga negara akan mendapatkan akses ke sumber informasi baru, seperti berita frekuensi tinggi dan harga pasar, yang secara material dapat memengaruhi pendapatan dan kesejahteraan negara.

Teknologi mengubah cara hidup dan memperluas kemampuan manusia, baik secara individu maupun sebagai masyarakat. Pembangunan infrastruktur semacam ini juga akan membantu pengusaha mendapatkan akses ke pasar baru serta membangun bisnis baru. Lee (et. al. 2009) melihat bahwa pada abad ke-21 ini, hirarki negara-negara umumnya diukur oleh kapasitas masing-masing negara untuk berinovasi dan untuk beradaptasi dan menyerap teknologi yang muncul. Tingkat keberhasilan adaptasi tersebut akan menjadi indikator kunci dari prospek pertumbuhan ekonomi, dan bobot negara tersebut dalam sistem ekonomi global dan pengaruh geopolitik.

Shim dan Shin (2016) melalui tulisannya yang berfokus pada Tiongkok, menemukan bahwa industri manufaktur telah didorong oleh munculnya *neo-techno nationalism*. Teknologi diupayakan untuk mendukung kepentingan ekonomi dan keamanan nasional dengan memanfaatkan peluang yang disajikan oleh globalisasi untuk keuntungan nasional. Teknologi ini mencakup berbagai hal seperti teknologi internet, komunikasi, kecerdasan buatan, *Internet of Things* (IoT) dan lain sebagainya. Strategi inovasi Tiongkok yang kuat dan peningkatan kapabilitas teknologinya lah yang kemudian sejalan dengan keberlanjutan dari strategi *neo-techno nationalism*. *Neo-techno nationalism* ini merupakan gabungan dari pemikiran *techno-nationalism* dan *techno-globalism*. Penggabungan yang dimaksud menyangkut strategi pemerintah untuk meningkatkan kapabilitas teknologi negara untuk kepentingan ekonomi dan keamanan nasional sesuai dengan pemikiran *techno-nationalism*, dan di sisi lain mencakup pemikiran

*techno-globalist* dimana hambatan dan batasan global untuk transfer dan difusi teknologi dan inovasi harus dikurangi

Kapabilitas teknologi semacam itu dapat ditingkatkan melalui infrastruktur teknologi. Tasse (1990: 348) menyebutkan bahwa pemerintah di negara-negara memainkan peran yang penting dalam menyediakan infrastruktur teknologi untuk mendukung ekonomi yang kompetitif. Pertumbuhan industri kreatif dari berbagai negara sebagian besar sebagai hasil dari peran yang efektif bagi pemerintah dalam menyediakan ekonomi domestik dengan basis teknologi yang memadai serta pemanfaatan yang luas dan cepat dari basis ini. Dalam ekonomi global yang sangat kompetitif, *market share* ditentukan oleh enam variabel penting: produktivitas, kualitas, harga, fleksibilitas, waktu, dan pemasaran. Teknologi merupakan pendorong utama dari empat variabel yang pertama dan semakin signifikan terhadap variabel pengaturan waktu dan pemasaran. Oleh sebab itulah, infrastruktur teknologi kemudian dapat mempengaruhi kegiatan kewirausahaan dan kemudian juga berpengaruh terhadap perkembangan pasar (Tasse, 1990: 365).

## 1.6 Hipotesis

Dengan memahami latar belakang masalah dan kerangka pemikiran di atas, maka diajukan hipotesis bahwa meskipun kemudahan memulai bisnis dan ekosistem bisnis Indonesia peringkatnya berada jauh di bawah Australia, namun faktor-faktor lain memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan *startup* dan *unicorn*. Karakter demografis penduduk Indonesia dan prospeknya di masa depan telah berpengaruh terhadap pertumbuhan *startup* dan *unicorn* di negara tersebut. Indonesia memiliki potensi pasar pengguna layanan *startup* yang lebih besar dibanding Australia. Di sisi lain, fenomena penuaan populasi yang terjadi di Australia lah yang kemudian membuat negara ini sedikit tertinggal dengan Indonesia dalam hal jumlah *startup* dan *unicorn*. Selain itu, peran pemerintah dalam pengembangan infrastruktur teknologi juga berpengaruh terhadap pertumbuhan dalam sektor ini.



## 1.7 Metodologi Penelitian

### 1.7.1 Operasionalisasi Konsep

#### 1.7.1.1 *Startup*

*Startup* merupakan perusahaan yang umumnya berada pada tahap awal pengembangannya. Perusahaan ini biasanya dimulai oleh satu hingga tiga orang pendiri yang berfokus pada memanfaatkan permintaan pasar yang dirasakan dengan mengembangkan produk, layanan, atau platform yang layak. Selama tahap awal peluncuran, startup biasanya didanai sendiri oleh anggota tim pendiri, meskipun 66% dari startup mendapatkan pendanaan melalui investor atau mengambil pinjaman untuk membantu mendanai usaha mereka. Definisi lain menyebutkan bahwa *startup* adalah perusahaan yang bekerja untuk memecahkan masalah dimana solusinya tidak jelas dan kesuksesannya tidak dapat dijamin (Startup, 2019). Penulis menggunakan definisi dari McCauley dan Gruszka (2018) sebagai acuan, dimana startup adalah bisnis muda, kecil, dan berteknologi tinggi yang berperan sebagai pemecah masalah yang belum ada sebelumnya. Dalam hal ini, untuk mencapai skala dan tingkat pertumbuhan tinggi, *startup* membutuhkan penggunaan teknologi. Penggunaan teknologi ini dapat berupa teknologi canggih maupun hanya menggabungkan penggunaan inovatif teknologi digital untuk membuka potensi pertumbuhan skala besar. Perusahaan *startup* harus terus mencari solusi untuk masalah yang besar dan global untuk dapat mencakup pasar yang lebih luas (McCauley dan Gruszka, 2018: 22).

#### 1.7.1.2 *Unicorn*

Istilah *unicorn* ini awalnya dicetuskan oleh Aileen Lee (2013) melalui tulisannya yang berjudul “Welcome to the Unicorn Club: Learning from Billion-Dollar Startups”. Lee menggunakan istilah *unicorn* awalnya bermaksud untuk menyebut perusahaan baru yang sangat langka dan ajaib seperti menemukan *unicorn*. Sejak saat itu, perusahaan yang telah bernilai lebih dari US\$1 milyar akan masuk dalam jajaran “Unicorn Club”. Dalam hal ini, penulis menggunakan definisi yang dicetuskan oleh Lee sebagai acuan, dimana *unicorn* merupakan *startup* yang telah

mencapai nilai valuasi sebesar US\$1 miliar. Lee (2013) menyebutkan bahwa perusahaan-perusahaan *unicorn* biasanya merupakan perusahaan baru yang beroperasi secara global atau multinasional dengan menawarkan layanan inovatif kepada pelanggan yang permintaannya belum terpenuhi oleh pemain pasar yang telah ada. Dengan kata lain, perusahaan *unicorn* yang berorientasi pada konsumen lebih berlimpah dan menciptakan nilai lebih. Salah satu komponen paling penting dalam pengembangan *startup* kelas dunia adalah kemampuan untuk menghasilkan perusahaan berdampak tinggi. Namun, sebuah perusahaan yang telah menyandang status sebagai *unicorn* dapat kehilangan status tersebut karena tiga hal: IPO (*Initial Public Offering*), diakuisisi oleh perusahaan lain, maupun nilai valuasinya jatuh (Lee, 2013).

### 1.7.1.3 Ekosistem Bisnis

Ekosistem bisnis telah banyak didefinisikan oleh berbagai penulis. Istilah ini awalnya dikenalkan oleh Moore di akhir tahun 1990-an namun pembahasannya baru populer mulai tahun 2010 (Isenberg, 2011a:2). Beberapa definisi yang telah ada umumnya berkaitan dengan analogi ekosistem dari ilmu biologi yang berarti sebuah sistem kompleks terjadinya interaksi antar organisme atau aktor dalam sebuah lingkungan yang spesifik (Moore, 1993; Peltoniemi, 2005; Isenberg, 2011a). Aktor-aktor ini kemudian dijabarkan oleh Peltoniemi & Vuori (2005), dapat berupa perusahaan kecil maupun besar, universitas, pusat-pusat penelitian, organisasi sektor publik, dan aktor-aktor lain yang mempengaruhi ekosistem. Secara spesifik, Baron & Freiling (2019: 59) menjelaskan ekosistem startup mengacu pada pendekatan holistik dari lingkungan yang dibatasi secara geografis dimana di dalam lingkungan ini ada aktor dan sumber daya yang saling tergantung dan mempengaruhi yang memunculkan aktivitas bisnis pertumbuhan tinggi. Lantas Stam (2015: 1763) mendefinisikan ekosistem startup sebagai seperangkat aktor dan faktor yang saling tergantung yang dikoordinasikan sedemikian rupa sehingga aktor dan faktor tersebut memungkinkan munculnya kewirausahaan yang produktif. Penulis memahami bahwa ekosistem bisnis ini berkaitan dengan

aktivitas bisnis dan/atau relasi aktor-aktor terkait dalam suatu wilayah geografis yang mempengaruhi perkembangan bisnis dalam wilayah tersebut.

#### **1.7.1.4 Infrastruktur Teknologi**

Laudon & Laudon (2019) mendefinisikan infrastruktur teknologi sebagai sumber daya teknologi bersama yang menyediakan platform untuk aplikasi sistem informasi spesifik perusahaan. Infrastruktur teknologi ini mencakup investasi dalam perangkat keras, perangkat lunak, dan layanan seperti konsultasi, pendidikan, dan pelatihan yang diberikan ke seluruh perusahaan atau unit-unit bisnis lainnya untuk meningkatkan kapabilitas teknologi. Pengembangan infrastruktur teknologi dapat memberikan ide-ide baru dalam mengembangkan produk baru, memudahkan dalam promosi, dan meningkatkan penjualan. Hal-hal seperti itu akan bermanfaat untuk mengurangi biaya komunikasi dan transfer informasi yang nantinya dapat memberikan efek yang signifikan dalam ekonomi domestik, menyelesaikan masalah informasi, memperkuat hubungan antar sektor, melibatkan sektor informal dan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas (Salam et. al., 2018). Oleh sebab itu upaya pengembangan infrastruktur teknologi dilakukan salah satunya untuk mendukung kepentingan ekonomi dan keamanan nasional dengan memanfaatkan peluang yang disajikan oleh globalisasi untuk keuntungan nasional.

#### **1.7.1.5 Demografi**

Demografi didefinisikan oleh Hauser dan Duncan (1959:2) sebagai sebuah studi mengenai ukuran, distribusi wilayah, dan komposisi populasi, perubahan di dalamnya, dan komponen-komponen dari perubahan tersebut, yang dapat diidentifikasi sebagai kelahiran, kematian, pergerakan wilayah atau migrasi, dan mobilitas sosial atau perubahan status. Secara lebih lanjut, definisi tersebut telah mencakup dua tipe demografi yaitu demografi formal dan studi tentang populasi. Demografi formal ini berkaitan dengan angka kelahiran, angka kematian, struktur usia, dan distribusi spasial dari populasi manusia, sedangkan studi populasi berkaitan dengan komposisi populasi yang kemudian dapat berpengaruh terhadap

disiplin ilmu lain, seperti ekonomi, sosiologi, antropologi, maupun biologi. Dengan begitu, demografi memberikan landasan empiris dimana disiplin ilmu lainnya dibangun. Oleh sebab itu penulis memahami bahwa demografi dapat berkaitan dengan perubahan komposisi populasi yang berkaitan dengan kelahiran, kematian, pergerakan wilayah atau migrasi, dan mobilitas sosial atau perubahan status yang dapat berpengaruh terhadap disiplin ilmu lain.

### **1.7.2 Tipe Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian serta kerangka pemikiran yang diajukan, penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian eksplanatif komparatif. Penelitian eksplanatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menerangkan, menguji hipotesis dari variabel-variabel penelitian dan memerlukan perencanaan yang matang. Dalam praktiknya, penelitian eksplanatif cenderung menekankan pada hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen dalam suatu penelitian untuk mencari penjelasan sebab-akibat dari fenomena tertentu (Silalahi, 2006: 28).

### **1.7.3 Ruang Lingkup dan Jangkauan Penelitian**

Penelitian ini dibatasi pada literatur yang membahas tentang faktor-faktor yang berkaitan dengan fenomena munculnya berbagai *startup* dan *unicorn* di Indonesia dan Australia dan melihat bagaimana faktor-faktor tersebut berpengaruh. Peneliti memfokuskan penelitian ini pada kedua negara tersebut sejak istilah “*unicorn*” muncul dalam bisnis internasional yaitu pada tahun 2013 dan dinamika yang terjadi hingga akhir tahun 2019 dengan mempertimbangkan ketersediaan data perbandingan terbaru.

### **1.7.4 Teknik Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode positivis mengingat metode tersebut bertujuan untuk menguji hipotesis maupun teori berdasarkan data-data empiris yang ada. Penelitian ini menggunakan teknik

pengumpulan data studi kepustakaan melalui studi literatur (Silalahi, 2006: 266). Dalam menyusun hasil penelitian ini, penulis mengumpulkan data-data yang relevan melalui buku, jurnal ilmiah, dokumen resmi, artikel, pernyataan resmi, serta referensi lainnya.

#### **1.7.5 Teknik Analisis Data**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan sistem analisis kualitatif untuk membuktikan hipotesis penulis dan menganalisis data kualitatif berupa informasi baik kumpulan data maupun angka. Data-data tersebut dikolerasikan satu sama lain sehingga mampu membentuk penjelasan yang runtut untuk menunjukkan sebuah kejelasan setelah melalui proses seleksi, reduksi, penyajian, interpretasi, hingga berlanjut seterusnya (Silalahi, 2006: 311).

#### **1.7.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian berjudul “Analisis Pertumbuhan *Startup* dan *Unicorn*: Perbandingan antara Indonesia dan Australia” dibagi kedalam lima bab. Bab pertama menerangkan mengapa penelitian ini menarik dan penting untuk dilakukan berdasarkan pemaparan latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka teori, hipotesis, dan metodologi penelitian. Bab kedua menjelaskan mengenai perbandingan ekosistem bisnis di Indonesia dan Australia dan deskripsi singkat mengenai *unicorn* yang ada pada masing-masing negara. Bab ketiga berisi analisis faktor demografi Indonesia dan Australia dan dampaknya terhadap *startup* dan *unicorn*. Bab keempat berisi analisis peran pemerintah kedua negara dalam pengembangan infrastruktur internet dan signifikansinya terhadap *startup* dan *unicorn*. Kemudian bab kelima merupakan kesimpulan penelitian dengan menjelaskan temuan penting penelitian yang kemudian dapat dikembangkan pada penelitian-penelitian selanjutnya.