

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemudahan untuk berbelanja dengan memanfaatkan *online shop* maupun *E-Commerce* pada era Revolusi Industri keempat telah menjadi peluang untuk dunia bisnis, yakni dengan menciptakan dan mengembangkan perusahaan *startup* digital. Blank dan Dorf (2012) mendefinisikan *startup* sebagai suatu organisasi sementara yang dimulai untuk menemukan bisnis model dalam situasi yang tidak pasti. *Startup Genome* (2020) dalam *The Global Startup Ecosystem Report* tahun 2020, menyebutkan bahwa *startup*, hingga tahun 2020, telah berkontribusi sebanyak US\$3 triliun nilai ekonomi, dan termasuk mengalami kenaikan dari tahun 2017, sebesar US\$2,8 triliun nilai ekonomi. Oleh karena kenaikan tersebut, *startup* menjadi potensi negara menciptakan standar hidup dan pendapatan yang lebih baik sehingga meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Perintisan perusahaan-perusahaan *startup digital* lantas menjadi basis ekonomi baru bagi banyak negara, tidak terkecuali negara maju (Setiyawan dan Pangestu, 2019). Pertumbuhan *startup* digital yang menjadi basis ekonomi baru bagi banyak negara, terutama Indonesia, telah terjadi pada tahun 2010, yang ditandai dengan kehadiran perusahaan *startup digital*, yang berfokus pada bidang teknologi, transformasi, *financial-tech*, maupun pariwisata di Indonesia dan *emerging* untuk menjadi *unicorn* dimulai pada tahun 2015. Pertumbuhan tren *startup* di Indonesia ini dapat dikatakan telah disebabkan oleh ekonomi *digital* yang memengaruhi bisnis dari Multinational Enterprises (MNEs) menjadi *startups*, sehingga peningkatan konsumen *E-Commerce* mendorong bentuk bisnis baru yang mendisrupsi pasar (Aprilianti dan Dina, 2021).

Elias, Wyne dan Lenoble (2021) menyebutkan bahwa Singapura mengalami pertumbuhan *startup* yang signifikan dari tahun 2004 hingga 2015, dan setiap perusahaan *startup* teknologi telah menciptakan 0.9 lapangan pekerjaan setiap tahun hingga mencapai lebih dari 18000 lapangan pekerjaan pada tahun 2019. Bahkan, dalam lima tahun terakhir, sejak tahun 2015, telah terdapat lebih dari 100 perusahaan *startup fintech*, yang jumlahnya terus bertambah hingga mencapai 1000 lebih pada tahun 2020 (Wyman, 2020). Selain peningkatan lapangan

pekerjaan dan jumlah perusahaan *startup*, Singapura juga telah mencetak prestasi dengan sepuluh *unicorn* dalam satu dekade terakhir, salah satunya perusahaan *ride-hailing* Grab dengan *post-money valuation* terbesar di ASEAN, sebesar \$14 miliar, yang juga mendorong Singapura untuk meraih peringkat 14 dalam ekosistem *startup* global pada 2019 (Elias, Wyne dan Lenoble, 2021). Selain Grab, pertumbuhan tren *startup* di Singapura juga disusul oleh *unicorn* lain yaitu Trax, Garena, PropertyGuru, dan TauRux (Tracxn, 2021). Pertumbuhan tren *startup* Singapura yang terlihat signifikan sejak lima tahun terakhir juga merupakan campuran dari kebijakan nasional pemerintah Singapura, yang ditargetkan untuk mendukung perusahaan *startup*, termasuk dana, akselerator, inkubator, mendorong *startup* untuk menjadi *unicorn*, memberikan wawasan untuk membangun ekosistem *startup* yang lebih baik lagi, hingga dukungan dari Multinational Company (MNC) atau perusahaan global yang telah memperkuat posisi negara ekosistem *startup* yang lebih dinamis secara internasional (Elias, Wyne dan Lenoble, 2021).

Salah satu hal yang menunjukkan pertumbuhan tren *startup* di Indonesia, Mikti dan Teknopreneur (2018) menyebutkan bahwa terhitung sejak tahun 2018, telah terdapat 992 perusahaan *startup* di Indonesia, dengan jumlah terbanyak yakni 552 *startup* yang berbasis di Jabodetabek. Dari jumlah 992 perusahaan *startup* di Indonesia tersebut, meskipun kebanyakan dari *startup* gagal membangun usaha pada awalnya, tren yang meningkat setiap tahun terjadi pada tahun 2007-2012 sebanyak 172 *startup* (17.34%) dan jumlah tertinggi terjadi pada rentang tahun 2013-2018 yakni 604 *startup* (60.89%) berdiri (Mikti dan Teknopreneur, 2018). Pertumbuhan tren ini juga dapat dilihat dari meningkatnya performa usaha, serapan tenaga kerja, hingga persepsi terhadap ekosistem *startup* nasional di Indonesia. Pada aspek performa usaha, di tahun 2017 *startup* di seluruh Indonesia telah meraih laba sebesar 73.42% dengan rugi yang mencapai 26.58%, telah menyerap tenaga kerja sebanyak 55903 karyawan, dan persepsi terhadap ekosistem *startup* nasional dengan kategori ‘sudah baik’ mencapai 72.81% dan ‘belum baik’ sebesar 28.21% (Mikti dan Teknopreneur, 2018).

Tidak cukup dengan aspek-aspek yang telah disebutkan oleh Bekraf, pertumbuhan tren *startup* di Indonesia yang telah mengalami peningkatan sejak lima tahun terakhir juga dapat dilihat dari capaian *startup* Indonesia, yang mendapatkan gelar *unicorn*, yakni Gojek pada tahun 2016,

Traveloka, Tokopedia dan Bukalapak telah meraih *unicorn* bersamaan pada 2017, hingga perusahaan *startup fin-tech* OVO juga meraih *unicorn* pada tahun 2019 (Abdillah, 2019). Bahkan Ditjen Aptika (2019) menyebutkan bahwa Gojek, perusahaan *startup* telah meraih *decacorn* pada tanggal 5 April 2019 dengan valuasi \$10 miliar. Pertumbuhan tren *startup* tersebut kemudian menjadi potensi Indonesia untuk meningkatkan ekosistem *startup* yang lebih baik lagi. Hal tersebut dikarenakan Indonesia telah menjadi salah satu negara dengan salah satu nilai ekonomi *digital* terbesar, yang mencapai \$8 miliar pada tahun 2015, \$40 miliar yang dibarengi dengan capaian penetrasi internet sebanyak 65% pada tahun 2019, peningkatan jumlah *startup* sebanyak 2.193 (Rizkinaswara, 2020).

Dalam pertumbuhan tren *startup* Singapura dan Indonesia, terdapat perbedaan yang signifikan. Perbedaan pertumbuhan *startup* dari masing-masing negara pun menunjukkan adanya kontradiksi dengan *Global Entrepreneurship Index* (GEI), terutama sejak beberapa tahun terakhir. Peringkat dan skor kedua negara dalam indikator ini diperoleh dari proses penilaian yang mengukur kualitas dan dinamika ekosistem kewirausahaan di tingkat nasional dan regional (Acs, Szerb et.al, 2019). Proses penilaian tersebut dibagi menjadi tiga, yaitu; (1) *Entrepreneurial Attitude Pillars* yang terdiri dari pilar *opportunity perception*, keahlian startup, penerimaan risiko, ‘networking’, dukungan dari sisi budaya; (2) *Entrepreneurial Abilities Pillars* yang terdiri dari *opportunity startup*, kemampuan menyerap teknologi, *human capital*, dan kompetisi; maupun (3) *Entrepreneurial Aspirations Pillars* yang mencakup pilar inovasi produk, proses inovasi, ‘high growth’, internasionalisasi dan modal finansial untuk menghadapi risiko. Berikut adalah perbandingan Singapura dan Indonesia dalam GEI dari tahun 2015-2019.

Tabel 1. Perbandingan Peringkat Global Entrepreneurship Index Singapura dan Indonesia tahun 2015-2019

Tahun	GEI Rank	
	Singapura	Indonesia
2015	10	120
2016	11	103
2017	24	90

2018	27	94
2019	27	75

Sumber: GEDI (The Global Entrepreneurship and Development Institute)

Dari tabel perbandingan peringkat Singapura dan Indonesia dalam GEI secara keseluruhan dari tahun 2015-2019, Indonesia memiliki perbedaan yang jauh dengan Singapura. Sejak tahun 2015 hingga 2019, Singapura selalu menempati kursi 30 besar dalam GEI bersama dengan negara-negara maju lain. Pada tahun 2015, Singapura menempati posisi ke-sepuluh dengan nilai GEI 69.1, sedangkan, Indonesia berada di posisi ke-120 dengan nilai 21.0 (Acs, Szerb et.al, 2015). Dalam hal ini, peringkat Singapura setiap tahun mengalami penurunan dari peringkat 11 pada tahun 2016, dan menurun pada peringkat 20-an dengan nilai yang cukup stabil dibawah 60. Sedangkan, peringkat Indonesia sejak tahun 2016 mengalami kenaikan yakni peringkat 103 dengan nilai 22.8, meningkat lagi setiap tahun dengan nilai yang cukup fluktuatif. Oleh sebab itu, dalam melihat pertumbuhan tren *startup* dan peringkat GEI setiap tahun, terdapat kontradiksi antara keduanya, yang menunjukkan bahwa Singapura lebih baik dibandingkan Indonesia.

Tidak hanya Singapura dan Indonesia, kontradiksi tersebut dapat dilihat dari pertumbuhan tren *startup* di negara lain, seperti Korea Selatan dan Jepang. Acs, Szerb et.al (2019) dalam daftar peringkat GEI tahun 2019, Korea Selatan disebutkan menempati peringkat 21 dengan nilai 58.1, dan Jepang yang berada pada posisi ke-26 dengan nilai 53.3. Pada tahun sebelumnya, Korea Selatan dan Jepang juga menempati posisi 30 besar dalam GEI. Akan tetapi, peringkat dalam GEI yang telah disebutkan, justru menunjukkan kontradiksi dengan tren bisnis *startup* di kedua negara ini. Data dari Statista (2021) menyebutkan bahwa terdapat 11 perusahaan *startup* di Korea Selatan berdasarkan valuasi, dengan valuasi tertinggi sebanyak \$7.4 miliar oleh perusahaan *startup* Toss dari bidang *FinTech*. Pertumbuhan tren *startup* di Jepang pun juga dapat dilihat dari setidaknya enam perusahaan *startup* yang meraih gelar *unicorn* pada tahun 2021, dengan valuasi tertinggi sebanyak \$2 miliar oleh perusahaan Preferred Network yang berfokus pada *Artificial Intelligence* (CB Insights, 2021). Maka dari itu, penting untuk mengetahui kondisi pertumbuhan *startup* di suatu negara untuk dibandingkan dengan negara lain, melalui indikator dan faktor lain.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan kecenderungan yang disampaikan dalam latar belakang masalah, penulis mengajukan mengapa bisnis *startup* di Indonesia lebih maju dibandingkan Singapura, meskipun *Global Entrepreneurship Index* menunjukkan bahwa Singapura berada di peringkat lebih jauh di atas Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk menganalisis alasan mengapa bisnis *startup* Indonesia lebih unggul dari Singapura, meskipun Singapura menempati peringkat lebih tinggi dari Indonesia dalam *Global Entrepreneurship Index*. Fokus dalam riset ini mempertimbangkan beberapa faktor, yaitu pasar bisnis *startup*, Sumber Daya Manusia (SDM) dan pendanaan yang mendukung pertumbuhan ekosistem bisnis *startup* di kedua negara, hingga pemerintah yang mendukung bisnis *startup* melalui kebijakan, regulasi bisnis dan pengembangan infrastruktur teknologi.

1.4 Kerangka Pemikiran

Signifikansi mengenai perbandingan pertumbuhan *startup* di Singapura dan Indonesia setidaknya dapat dilihat dari tiga kerangka teori. Kerangka pertama, yakni menjelaskan tentang bagaimana pasar memengaruhi *high-tech business* atau bisnis teknologi tinggi. Kerangka kedua, menjelaskan mengenai bagaimana sumber daya atau infrastruktur dapat memengaruhi bisnis teknologi tinggi. Selanjutnya, kerangka ketiga menjelaskan bagaimana pemerintahan yang mendukung perkembangan bisnis teknologi tinggi.

1.4.1 Pengaruh Pasar terhadap Bisnis Teknologi Tinggi

Sejak memasuki era ekonomi *digital*, pasar menjadi semakin luas seiring dengan perkembangan teknologi dan perdagangan lintas batas. Oleh sebab itu, pasar dikatakan dapat memengaruhi perkembangan bisnis teknologi tinggi atau bisnis *startup* di suatu negara. Salah satu hal yang memengaruhi bisnis teknologi tinggi adalah orientasi pasar suatu perusahaan. Kanovska dan Tomaskova (2014) menyatakan bahwa orientasi pasar adalah pendekatan berbasis konsep pemasaran yang dapat diinformasikan selama proses pengambilan keputusan perusahaan dan dipengaruhi oleh faktor lingkungan eksternal dan internal. Faktor lingkungan eksternal yang dapat memengaruhi perusahaan teknologi tinggi, yakni politik, perkembangan

teknologi, dan pasar dalam ekonomi *digital*. Sedangkan, faktor lingkungan internal yang dapat memengaruhi orientasi pasar perusahaan teknologi tinggi, dibagi menjadi dua area, diantaranya adalah, hambatan dalam area pertama yaitu *top management*, seperti keahlian, pengetahuan, pengalaman dan kepribadian, maupun area kedua yaitu seluruh karyawan, sehingga kedua area tersebut berkaitan.

Zemlickiene (2011) menganalisis bagaimana pasar dapat memengaruhi perkembangan produk atau jasa yang mendorong perusahaan teknologi tinggi untuk menemukan peluang, inovasi dan strategi baru. Dalam tulisannya tersebut, ia menyebutkan bahwa pasar dapat berpengaruh terhadap proses perkembangan perusahaan teknologi tinggi karena terdapat proses inovatif dengan nilai produk yang dapat mendorong permintaan di pasar. Hingga dari proses inovasi tersebut, perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan teknologi tinggi lain di tren global saat ini. Oleh karena pengaruh dari pasar yang semakin meluas, selain pasar nasional, melainkan pasar global, perusahaan teknologi tinggi pun ditandai dengan kemampuan untuk berubah dengan cepat.

Pengaruh pasar terhadap bisnis teknologi tinggi juga dapat dilihat dari bagaimana dinamika yang terjadi dalam ekosistem bisnisnya. Tentang ekosistem bisnis itu sendiri, Rothschild (1990, dalam Peltoniemi dan Vuori, 2008) menggambarkan dengan ekosistem yang hidup, yang mana didalamnya terdapat fenomena ekonomi kapitalis, seperti kompetisi, spesialisasi, kerjasama, eksploitasi, pembelajaran, pertumbuhan dan fenomena lain dalam kehidupan bisnis. Fenomena-fenomena yang menciptakan dinamika dalam ekosistem bisnis lantas menunjukkan bahwa pasar memengaruhi perusahaan dan industri teknologi tinggi untuk berevolusi secara spontan. Hal tersebut kemudian menghadirkan ekosistem bisnis *digital* yang dibentuk ketika terdapat adopsi teknologi berbasis internet untuk bisnis (Nachira, 2002, dalam Peltoniemi dan Vuori, 2008). Maka dari itu, pengaruh pasar dan dinamika dalam ekosistem bisnis dapat mendorong perusahaan bisnis teknologi tinggi untuk berevolusi dan berkembang dalam pertumbuhannya.

1.4.2 Pengaruh Sumber Daya terhadap Bisnis Teknologi Tinggi

Ketersediaan infrastruktur dan Sumber Daya Manusia (SDM), diketahui memiliki kaitan yang erat dengan dunia bisnis atau *entrepreneurship*, secara spesifik pada konteks ini adalah bisnis

teknologi tinggi. Dua hal tersebut, SDM dan infrastruktur seperti teknologi dan *venture capital* (pembiayaan modal usaha), merupakan hal utama yang memengaruhi perkembangan bisnis teknologi tinggi. Jolly (2005) telah menganalisis tentang bagaimana manajemen dan kebijakan SDM berpengaruh terhadap bisnis teknologi. Penulis tersebut menjelaskan bahwa “*human capital*” menjadi salah satu hal terpenting dalam memengaruhi perkembangan perusahaan-perusahaan bisnis teknologi tinggi, karena mayoritas SDM yang dibutuhkan dan terpilih adalah SDM dengan skill yang tinggi dan berpendidikan tinggi dengan pengetahuan yang luas, terutama pada bidangnya.

Dalam hal ini Jolly (2005), menjelaskan interaksi antara SDM dan perusahaan teknologi tinggi, yang dianalisis sebagai proses dua arah. Pertama, terdapat pengaruh dari SDM itu sendiri terhadap perusahaan teknologi tinggi. Pengaruh pada konteks ini dijelaskan dengan pandangan bagaimana SDM dapat berkontribusi secara langsung pada pengembangan keunggulan kompetitif dalam bisnis ini. Karakteristik yang dimiliki oleh SDM ini cenderung langka, atau bahkan kekurangan jumlah di pasar tenaga kerja. Hal tersebut didukung dengan urgensi SDM sebagai modal dan kebutuhan bisnis teknologi tinggi yang menjadi tren global saat ini, seiring dengan era disruptif yang mendorong banyak inovasi baru (Kominfo, 2018). Kemudian, yang kedua, adalah tindakan kompetitif perusahaan teknologi tinggi terhadap SDM untuk mengakses dan menarik para SDM yang berkualitas, mempertahankan modal manusia mereka yang berbakat, hingga mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki setiap SDM.

Penulis lain juga menganalisis bahwa SDM memiliki hubungan keterkaitan dengan perkembangan bisnis teknologi. Bendickson et.al (2017), menyebutkan bahwa mekanisme pertumbuhan utama pada perusahaan, baik pada *startup high-tech* maupun *ventures capital firm* baru, adalah modal manusia yang berada dalam individu pekerja di perusahaan, serta hubungan bersama yang mereka bentuk. Sebagai mekanisme pertumbuhan perusahaan yang terpenting, SDM juga menentukan kualitas barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan teknologi tinggi. Pada tulisannya, Benedickson et.al (2017) menganalisis salah satu hal yang menunjukkan pengaruh SDM di perusahaan teknologi, yaitu *High Performance Work Systems* (HPWS) yang menjadi bagian dari praktik manajemen SDM. Sistem HPWS dalam manajemen SDM tersebut meliputi *staffing*, *self-management teams*, pembuatan keputusan yang

terdesentralisasi, penugasan kerja yang fleksibel, komunikasi dan kompensasi. Tidak hanya sistem HPWS, terdapat program SDM lain yang berpengaruh terhadap pertumbuhan bisnis teknologi tinggi, yaitu KSAs yang meliputi *Knowledge*, *Skills* dan *Abilities*, ketiga nilai tersebut harus dimiliki kandidat SDM yang akan dipilih oleh perusahaan. *Self-management teams* yang terdapat dalam sistem HPWS juga berpengaruh karena seringkali jika pemilik perusahaan *startup* yang mengizinkan karyawan untuk bekerja secara mandiri, akan mengarah pada hasil positif, seperti motivasi untuk memberikan inovasi baru (Pink, 2011, dalam Benedickson et.al, 2017).

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, bahwa SDM, teknologi dan *venture capital* menjadi tiga hal terpenting. Para *entrepreneur* yang merintis perusahaan teknologi tinggi harus mendapatkan pembiayaan modal usaha melalui perusahaan modal ventura yang resmi. Chang (2004) menganalisis bahwa meskipun perusahaan *startup* yang membutuhkan modal usaha besar dapat memperoleh legitimasi dengan menyesuaikan secara pasif dengan tuntutan dan harapan struktur sosial, perusahaan juga dapat menjalankan bisnis dengan bertindak secara strategis. Oleh sebab itu, satu hal penting yang harus diperhatikan perusahaan *startup* dalam mengembangkan prospek bisnis, untuk memperoleh legitimasi dan menyesuaikan struktur sosial di era saat ini, adalah mendapatkan endorse dari ‘respectable’ perusahaan *venture capital*.

Untuk mengetahui lebih lanjut tentang hal ini, Penulis *venture capital* lain, Zider (1998) menjelaskan bagaimana perusahaan-perusahaan pemberi modal usaha bekerja. Dalam hal ini, ia menjabarkan bahwa industri *venture capital* memiliki empat pihak utama. Pihak utama pertama adalah pelaku bisnis atau *entrepreneurs* yang membutuhkan pembiayaan usaha. Pihak kedua adalah para investor, yang membiayai perusahaan modal ventura dengan *high returns* sebagai imbalan. Pihak ketiga, adalah banker investasi yang membutuhkan perusahaan untuk dijual. Kemudian, pihak yang terakhir, yaitu *venture capitalists* atau pemodal ventura yang menghasilkan uang untuk diri mereka sendiri dengan membentuk pasar untuk ketiga pihak lain. Melalui keempat pihak utama tersebut, perputaran investasi akan terus berjalan, dengan perusahaan modal ventura yang membayar perusahaan *startup* untuk mendukung performa *startup* hingga meraih legitimasi dan kepercayaan di pasar. Setelah SDM dan pembiayaan

modal yang berpengaruh terhadap perkembangan bisnis teknologi tinggi, inkubator, akselerator, dan kebutuhan-kebutuhan teknologi informasi seperti pengumpulan dan penyimpanan data, jaringan internet, server, peringkat jaringan khusus, dan lain-lain merupakan kebutuhan teknologi dan informasi.

1.4.3 Dukungan Pemerintah terhadap Perkembangan Bisnis Teknologi Tinggi

Pertumbuhan bisnis teknologi tinggi di suatu negara tentu juga dipengaruhi oleh faktor dukungan pemerintah. Guelich dan Bosma (2019) dalam tulisannya yang berfokus pada Young Entrepreneurship di Asia dan Pasifik meyakini bahwa jika pemerintah menempatkan blok bangunan sosial untuk para pemuda kewirausahaan melalui kebijakan-kebijakan pemerintah, terdapat kemungkinan akan bertambahnya wirausahawan muda yang memulai hingga mengembangkan bisnis mereka. Peranan pemerintah dengan menyediakan infrastruktur melalui *government grants* (pembiayaan dari pemerintah), inkubator, maupun fasilitas teknologi, membentuk kebijakan dan regulasi bisnis yang mendukung perusahaan-perusahaan *startup* teknologi tinggi. Oleh sebab itu, dukungan pemerintah tidak hanya berpengaruh pada pertumbuhan bisnis teknologi tinggi seperti tren bisnis *startup*, namun juga mendorong perkembangan teknologi di negara tersebut.

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin cepat terutama setelah memasuki era Revolusi Industri keempat, membuat jumlah pengguna internet di setiap negara meningkat, perdagangan dan perekonomian yang tidak mengenal lintas batas, hingga media dan informasi yang tidak terbatas. Maka, pemerintah juga menyesuaikan dengan keadaan ini melalui perancangan kebijakan dan penyediaan infrastruktur teknologi. Oleh karena kewajiban pemerintah untuk melindungi seluruh warganya di masa ini, pemerintah membentuk regulasi hukum dengan fungsi perlindungan, seperti mengawasi dan mengatur transaksi *E-Commerce* (Lukito, 2017). Dengan begitu, pelaku bisnis *startup* memahami bahwa pemerintah yang ini melindungi bisnis teknologi tinggi, menyediakan peraturan hukum dan regulasi tentang perizinan membangun bisnis.

Dukungan pemerintah terhadap bisnis teknologi tinggi juga dapat dipelajari dari bagaimana Inggris dan Tiongkok mengembangkan kebijakan *Internet of Things* atau IoT, melalui tulisan Tanzcer et.al (2019) mengenai Inggris dan tulisan Kshetri (2016) mengenai Tiongkok. Tanzcer

et.al (2019) menjelaskan bahwa sejak *cyber security* atau keamanan internet menjadi fokus utama pemangku kebijakan, korporasi dan lingkungan masyarakat sipil, pemerintah mengadopsi dan menyebarkan kebijakan *Internet of Things* (IoT). Kebijakan IoT ini merupakan salah satu bentuk peran pemerintah dalam mendukung pertumbuhan bisnis teknologi tinggi. Lantas, ekosistem dari kebijakan IoT yang muncul ini memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik tersebut diantaranya adalah proliferasi sensor yang terlihat dan tersembunyi, yang mengirimkan data. Karakteristik kedua, IoT digunakan sebagai sistem yang menafsirkan dan memanfaatkan informasi agregat. Bahkan, IoT juga berfungsi sebagai aktuator yang dapat mengambil tindakan tanpa campur tangan manusia secara langsung. Karakteristik yang menunjukkan kelebihan lain adalah, IoT sebagai produk pintar mampu berkomunikasi, memperoleh pengenalan unik seperti alamat protokol internet atau yang biasa disebut dengan IP, dapat dikendalikan dari jarak pendek maupun jauh, sehingga IoT yang dapat berfungsi sebagai titik akses fisik ke layanan jaringan ini membantu perkembangan bisnis teknologi tinggi (Tanzcer et.al 2019).

Kebijakan IoT yang digunakan di berbagai negara bahkan menjadi *Global Policy Frontier* (DeNardis dan Raymond, 2017), telah dikembangkan sejak lama oleh Tiongkok, sebagai kebijakan teknologi yang terintegrasi di berbagai bidang, mulai dari industri tradisional, industri manufaktur hingga teknologi tinggi sekali pun. Kshetri (2016) mengatakan bahwa meski Tiongkok menjadi pasar terbesar untuk beberapa domain IoT, ia juga menyebutkan dua hal yang menunjukkan bahwa pemerintah Tiongkok mendukung bisnis teknologi tinggi melalui integritas IoT. Pertama, di era ini, Tiongkok telah mampu menunjukkan tren peningkatan dalam aktivitas yang bersifat inovatif, terkait IoT, dibandingkan dengan teknologi generasi sebelumnya. Hal tersebut dibuktikan dengan Tiongkok yang meraih peringkat satu pada daftar perusahaan di seluruh dunia dengan paten IoT terbanyak selama tahun 2004-2013, menurut *United Kingdom Intellectual Property Office* (Kshetri, 2016). Kemudian, yang kedua, hasil dukungan pemerintah dalam hal ini dibuktikan dengan banyak perusahaan Tiongkok yang telah menciptakan beberapa produk dan layanan inovatif mengenai IoT, contohnya produk ponsel pintar Xiaomi dengan berbagai fitur, dan Baidu sumpit pintar yang mampu mendeteksi kontaminasi pada makanan. Maka dari itu, pertumbuhan bisnis teknologi dan kemajuan pasar dengan inovasi-inovasi yang terus bertambah di era disruptif ini, dipengaruhi oleh bagaimana

pemerintah di suatu negara mendukung bisnis dengan menyediakan infrastruktur teknologi, merancang kebijakan hingga melindungi seluruh pihak di dalam ekosistem bisnis.

1.5 Argumentasi

Setelah memahami latar belakang dan kerangka pemikiran yang telah dijabarkan di atas, maka penulis mengajukan argumentasi bahwa meskipun dalam *Global Entrepreneurship Index* sejak lima tahun akhir menunjukkan bahwa bisnis *startup* di Singapura berada di peringkat lebih jauh di atas Indonesia, signifikansi mengenai pertumbuhan *startup* di masing-masing negara telah ditunjukkan dengan pengaruh dari faktor selain data dalam indikator *startup*. Faktor-faktor yang memengaruhi signifikansi pertumbuhan *startup* adalah pengaruh pasar yang semakin meluas dan berkembang terhadap bisnis teknologi tinggi. Hal ini dapat dilihat dari orientasi pasar dan pengguna internet di Indonesia lebih besar jika dibandingkan dengan Singapura. Kemudian, faktor lain yang berpengaruh pada signifikansi ini juga Sumber Daya Manusia (SDM) dan pembiayaan *Venture Capital*. Dukungan dari pemerintah yang dalam menyediakan dan mengembangkan infrastruktur teknologi, pendanaan, melaksanakan kebijakan, hingga memberikan perlindungan hukum untuk pihak-pihak di ekosistem bisnis juga berpengaruh terhadap bisnis *startup*.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Secara spesifik penelitian ini dibatasi pada pembahasan mengenai pertumbuhan bisnis *startup* di Singapura dan Indonesia maupun bagaimana faktor-faktor yang ada memengaruhi fenomena kemunculan perusahaan *startup unicorn* di dua negara, melalui studi komparasi. Penelitian ini berfokus pada dinamika bisnis *startup* di Singapura dan Indonesia termasuk fenomena munculnya beberapa perusahaan *startup unicorn* di kedua negara dengan rentang waktu dari tahun 2015 hingga 2019.

1.7 Tipe Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian dan argumentasi yang telah disampaikan, dapat diketahui bahwa tipe penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode eksplanatif komparatif untuk menerangkan analisis, metode, teknik, hubungan sebab-akibat dan signifikansi terkait fenomena pertumbuhan pertumbuhan bisnis *startup* dan *unicorn* di Singapura dan Indonesia.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui teknik studi kepustakaan melalui studi studi literatur. Dengan demikian, peneliti mengumpulkan data-data melalui buku, jurnal ilmiah, dokumen dan pernyataan resmi, data indikator resmi, serta refelensi lain yang relevan dengan penelitian ini.

1.9 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dalam lima bab:

Bab I: Pendahuluan

Bab II: Menjelaskan tentang perbandingan pertumbuhan pasar bisnis *startup* di Singapura dan Indonesia, termasuk deskripsi masing-masing *unicorn* dalam fenomena kemunculan *startup unicorn* di kedua negara.

Bab III: Menjelaskan terkait faktor pengaruh sumber daya terhadap pertumbuhan bisnis *startup* di Singapura dan Indonesia, dan signifikansi dampak faktor tersebut terhadap fenomena kemunculan *unicorn* di masing-masing negara.

Bab IV: Menjelaskan peran pemerintah di Singapura dan Indonesia dalam mendukung pertumbuhan bisnis *startup* melalui kebijakan, regulasi dan pengembangan infrastruktur teknologi.

Bab V: Kesimpulan