



Spirit Inovasi dan Makna Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital (Studi Naratif pada Pengalaman Pelaku Bisnis *Startup*)

Hamsina^{1*}, Romansyah Sahabuddin², Muhammad Rakib³, Ichwan Musa⁴

¹⁻⁴Universitas Negeri Makassar, Indonesia

*Penulis Korespondensi: hamsinasina819@gmail.com

Abstract. *This study aims to understand how the spirit of innovation and the meaning of entrepreneurship are constructed through the lived experiences of startup business actors in the digital economy era. Using a qualitative narrative inquiry approach within the social constructivist paradigm, this research explores how startup entrepreneurs interpret innovation, resilience in the face of failure, and social responsibility as integral parts of their entrepreneurial identity. Data were collected through in-depth interviews, non-participant observation, and document analysis of startups in the technology, education, and creative economy sectors in Indonesia. Narrative thematic analysis reveals that innovation is understood not merely as a business strategy but also as a form of self-expression and the construction of entrepreneurial identity. Failure is perceived as a reflective learning process that shapes resilience and generates new meaning in the entrepreneurial journey. Moreover, entrepreneurship is interpreted as a meaningful journey that integrates economic goals with social and moral values. The digital ecosystem functions as a social space where entrepreneurial values are negotiated, shared, and reinforced through interaction and collaboration. These findings affirm that entrepreneurship in the digital era is a social process involving creativity, ethical reflection, and sustainable innovation. Theoretically, this study contributes to expanding the understanding of entrepreneurship as a social practice, while practically emphasizing the importance of reflective learning and value awareness in building a sustainable and meaningful startup ecosystem for society.*

Keywords: *Digital Economy; Entrepreneurship; Innovation; Narrative Inquiry; Startup*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana semangat inovasi dan makna kewirausahaan dikonstruksi melalui pengalaman hidup para pelaku bisnis *startup* di era ekonomi digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif naratif (*narrative inquiry*) dalam paradigma konstruktivisme sosial, penelitian ini berupaya menggali cara pelaku *startup* menafsirkan inovasi, ketahanan menghadapi kegagalan, dan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari identitas kewirausahaan mereka. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi nonpartisipatif, dan analisis dokumentasi terhadap *startup* di sektor teknologi, pendidikan, dan ekonomi kreatif di Indonesia. Hasil analisis tematik naratif menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya dipahami sebagai strategi bisnis, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri dan konstruksi identitas kewirausahaan. Kegagalan dipandang sebagai proses pembelajaran reflektif yang membentuk ketahanan dan makna baru dalam perjalanan wirausaha. Selain itu, kewirausahaan dimaknai sebagai perjalanan bermakna (*meaningful journey*) yang memadukan tujuan ekonomi dengan nilai sosial dan moral. Ekosistem digital berperan sebagai ruang sosial tempat nilai-nilai kewirausahaan dinegosiasikan, dibagikan, dan diperkuat melalui interaksi dan kolaborasi. Temuan ini menegaskan bahwa kewirausahaan di era digital merupakan proses sosial yang melibatkan kreativitas, refleksi etis, dan inovasi berkelanjutan. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas pemahaman tentang kewirausahaan sebagai praktik sosial, sementara secara praktis menekankan pentingnya pembelajaran reflektif dan kesadaran nilai dalam membangun ekosistem *startup* yang berkelanjutan dan bermakna bagi masyarakat.

Kata Kunci: Ekonomi Digital; Inovasi; Kewirausahaan; Naratif; *Startup*.

1. LATAR BELAKANG

Dalam dekade terakhir, dunia bisnis global telah mengalami transformasi fundamental akibat perkembangan teknologi digital yang begitu cepat. Ekonomi digital bukan lagi sekadar sektor pendukung, melainkan telah menjadi arus utama perekonomian modern yang mengubah cara individu berkreasi, bertransaksi, dan berkompetisi. Perkembangan teknologi seperti *artificial intelligence*, *big data analytics*, *e-commerce*, dan *platform-based business models* telah membuka peluang baru bagi munculnya berbagai bentuk kewirausahaan digital,

terutama dalam ekosistem *startup*. Fenomena ini memperlihatkan bahwa kewirausahaan di era digital tidak hanya berorientasi pada penciptaan nilai ekonomi, tetapi juga melibatkan aspek sosial, inovatif, dan identitas diri para pelaku bisnisnya.

Dalam konteks ekonomi digital, kewirausahaan mengalami redefinisi makna. Jika pada era industri tradisional kewirausahaan dipahami sebagai aktivitas ekonomi untuk mengejar keuntungan dan efisiensi produksi (Schumpeter, 1934), maka pada era digital, kewirausahaan berkembang menjadi ruang kreatif dan sosial yang menekankan inovasi, kolaborasi, dan keberlanjutan. Konsep “inovasi” dalam konteks ini tidak hanya merujuk pada penciptaan produk baru, tetapi juga pada pembentukan nilai baru melalui pemanfaatan teknologi, pengalaman pengguna, serta cara berpikir disruptif. Drucker (1985) menekankan bahwa inovasi adalah jantung dari kewirausahaan modern ia bukan hasil kebetulan, tetapi buah dari imajinasi, pengetahuan, dan keberanian mengambil risiko.

Lebih jauh, studi kontemporer menunjukkan bahwa *entrepreneurial spirit* pada era digital berakar pada makna dan nilai personal yang dimiliki oleh pelaku bisnis. Menurut Gartner (1988), kewirausahaan harus dipahami sebagai fenomena sosial sebuah proses di mana individu membangun makna, identitas, dan visi melalui tindakan inovatif. Dalam konteks *startup*, semangat inovasi sering kali berkelindan dengan idealisme, seperti keinginan untuk menciptakan solusi bagi permasalahan sosial, memperluas akses teknologi, atau menciptakan perubahan sosial yang positif. Dengan demikian, kewirausahaan digital tidak hanya menjadi aktivitas ekonomi, melainkan juga manifestasi nilai, kreativitas, dan aspirasi pribadi.

Fenomena ini sangat relevan di Indonesia, yang kini menjadi salah satu ekosistem *startup* paling dinamis di Asia Tenggara. Data *Startup Ranking* (2024) mencatat bahwa Indonesia menempati peringkat kelima dunia dengan lebih dari 2.500 *startup* aktif, terutama di bidang teknologi finansial (*fintech*), *edutech*, dan *e-commerce*. Di balik pertumbuhan tersebut, terdapat semangat kolektif untuk menciptakan inovasi yang berakar pada konteks sosial lokal dan kebutuhan masyarakat digital. Namun, berbagai studi menunjukkan bahwa tantangan kewirausahaan digital tidak hanya bersifat teknis atau finansial, tetapi juga berkaitan dengan aspek kultural dan psikologis bagaimana pelaku bisnis memaknai risiko, kegagalan, kerja tim, dan pencarian makna dalam proses inovasi (Neck & Greene, 2011; Rae, 2004).

Dari perspektif sosial-konstruktivis, makna kewirausahaan dan inovasi tidak bersifat universal, tetapi dibentuk melalui interaksi sosial, narasi personal, dan pengalaman hidup (Berger & Luckmann, 1966; Burr, 2015). Setiap wirausahawan membangun makna atas perjalanannya sendiri bagaimana mereka menafsirkan inovasi, risiko, dan kesuksesan. Dengan demikian, pendekatan naratif menjadi penting untuk memahami dimensi subjektif

kewirausahaan, karena ia memungkinkan peneliti menyingkap cerita di balik tindakan, bukan sekadar hasil dari strategi bisnis. Sebagaimana dijelaskan oleh Rae (2004), kewirausahaan adalah praktik reflektif di mana pelaku bisnis terus-menerus menegosiasikan identitasnya di tengah dinamika pasar dan teknologi.

Pendekatan ini juga menjawab perubahan paradigma dari “apa yang dilakukan wirausahawan” ke “bagaimana mereka memberi makna terhadap apa yang mereka lakukan”. Dalam ekosistem *startup*, misalnya, keberanian bereksperimen, budaya *trial and error*, serta orientasi pada pembelajaran kolaboratif mencerminkan bahwa inovasi bukan sekadar hasil ide brilian, tetapi proses sosial yang lahir dari kegagalan, interaksi, dan pembelajaran berulang (Neck et al., 2014). Dengan demikian, penelitian tentang spirit inovasi dan makna kewirausahaan perlu dilihat dari kacamata interpretatif, agar dapat memahami dimensi emosional, simbolik, dan eksistensial yang sering terabaikan dalam kajian manajerial konvensional.

Di era ekonomi digital yang serba cepat dan kompetitif, memahami bagaimana pelaku *startup* memaknai inovasi dan kewirausahaan menjadi semakin penting. Bukan hanya untuk melihat bagaimana mereka menciptakan produk baru, tetapi juga bagaimana mereka membangun identitas, nilai, dan motivasi yang menopang keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menggali secara mendalam bagaimana makna kewirausahaan dan semangat inovasi dikonstruksi melalui pengalaman naratif pelaku bisnis *startup*, serta bagaimana proses tersebut mencerminkan transformasi nilai-nilai kewirausahaan di era digital.

2. METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain naratif (*narrative inquiry*). Desain ini dipilih karena penelitian berfokus untuk memahami makna dan pengalaman hidup pelaku bisnis *startup* dalam menafsirkan semangat inovasi dan nilai-nilai kewirausahaan di era ekonomi digital. Pendekatan naratif memungkinkan peneliti menggali kisah pribadi, pengalaman emosional, serta proses pembelajaran yang dialami individu selama membangun dan mengembangkan bisnisnya.

Paradigma penelitian yang digunakan adalah konstruktivisme sosial, yang berpandangan bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif dan tunggal, melainkan dibangun melalui interaksi, pengalaman, dan refleksi personal individu terhadap lingkungannya (Berger & Luckmann, 1966; Burr, 2015). Oleh karena itu, penelitian ini tidak berupaya mengukur atau

menguji hubungan antarvariabel, tetapi lebih menekankan pada pemahaman makna subjektif dan reflektif yang dikonstruksi oleh pelaku *startup* melalui pengalaman hidup mereka dalam menjalankan usaha berbasis inovasi.

Lokasi dan Informan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di beberapa perusahaan rintisan (*startup*) di Indonesia yang bergerak pada sektor teknologi, edukasi, dan ekonomi kreatif. Lokasi tersebut dipilih karena sektor-sektor tersebut merupakan pusat pertumbuhan inovasi dan digitalisasi bisnis di Indonesia.

Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling, yakni dengan memilih subjek penelitian secara sengaja berdasarkan relevansi dan kedalaman informasi yang dimiliki. Adapun kriteria informan meliputi: (1) merupakan pendiri, co-founder, atau manajer inti *startup* yang telah beroperasi aktif minimal dua tahun; (2) terlibat langsung dalam pengambilan keputusan strategis dan proses inovasi produk; serta (3) bersedia untuk berpartisipasi dalam wawancara mendalam secara sukarela. Jumlah informan yang diwawancarai sebanyak enam hingga delapan orang, dan proses pengumpulan data dihentikan ketika telah mencapai saturasi data, yaitu kondisi ketika tidak ada lagi informasi baru yang muncul dari wawancara berikutnya.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi nonpartisipatif, dan dokumentasi.

Pertama, wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur menggunakan panduan pertanyaan terbuka untuk memberikan ruang bagi informan dalam menceritakan pengalaman pribadi, nilai, serta pandangan mereka tentang inovasi dan kewirausahaan. Wawancara dilakukan secara tatap muka maupun daring, masing-masing berdurasi sekitar 60–90 menit, dan direkam dengan persetujuan informan.

Kedua, observasi nonpartisipatif dilakukan dengan cara mengamati aktivitas harian dan budaya kerja di lingkungan *startup*. Observasi ini bertujuan untuk memahami bagaimana semangat inovasi, kolaborasi, dan dinamika kewirausahaan diterapkan dalam praktik nyata di lapangan.

Ketiga, studi dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data wawancara dan observasi, dengan menelaah profil perusahaan, publikasi media, serta konten digital seperti website dan media sosial *startup* yang memuat narasi tentang visi, nilai, serta semangat inovasi organisasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan tematik naratif (*thematic narrative analysis*) mengacu pada Braun dan Clarke (2006) serta Riessman (2008). Analisis ini bertujuan untuk menemukan tema-tema makna yang muncul dari kisah dan pengalaman informan.

Langkah pertama adalah melakukan transkripsi dan pembacaan berulang terhadap hasil wawancara dan catatan observasi untuk memperoleh pemahaman menyeluruh terhadap konteks narasi. Langkah berikutnya adalah pemberian kode tematik (*coding*) pada pernyataan informan yang menggambarkan nilai inovasi, makna kewirausahaan, motivasi, serta proses pembelajaran dari kegagalan. Kode-kode tersebut kemudian dikelompokkan menjadi tema-tema utama, seperti “inovasi sebagai identitas diri,” “makna kegagalan sebagai pembelajaran,” dan “kewirausahaan sebagai perjalanan makna.”

Tahap terakhir adalah interpretasi naratif, di mana hasil temuan dibandingkan dan dianalisis menggunakan teori kewirausahaan modern (Schumpeter, 1934; Rae, 2004) serta teori konstruksi sosial (Berger & Luckmann, 1966) untuk memberikan pemahaman yang mendalam dan kontekstual tentang proses pembentukan makna kewirausahaan di era ekonomi digital.

Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, *member checking*, serta refleksi peneliti (*reflexivity*) sebagaimana disarankan oleh Lincoln dan Guba (1985). Triangulasi dilakukan dengan cara membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi agar diperoleh data yang konsisten dan valid.

Proses *member checking* dilakukan dengan mengonfirmasi hasil interpretasi peneliti kepada informan guna memastikan kesesuaian antara makna yang ditangkap peneliti dengan pengalaman sebenarnya dari partisipan. Selain itu, penelitian ini juga menerapkan *thick description*, yakni memberikan deskripsi mendalam tentang konteks sosial, pengalaman, dan kondisi budaya tempat penelitian dilakukan agar pembaca dapat memahami situasi secara komprehensif.

3. HASIL PENELITIAN

Inovasi sebagai Identitas Diri dan Nilai Eksistensial

Temuan pertama menunjukkan bahwa bagi pelaku *startup*, inovasi tidak hanya dipahami sebagai strategi bisnis, tetapi juga sebagai identitas diri dan ekspresi makna hidup. Para informan menggambarkan inovasi sebagai “roh” yang menjiwai keberadaan perusahaan mereka. Salah satu pendiri *startup* teknologi menyatakan bahwa inovasi adalah “cara untuk tetap relevan sekaligus berkontribusi pada perubahan sosial.”

Hasil wawancara menunjukkan bahwa semangat inovasi lahir dari kombinasi antara dorongan idealisme pribadi dan kebutuhan adaptasi terhadap pasar digital yang dinamis. Inovasi dipandang bukan sekadar menciptakan produk baru, tetapi membangun cara berpikir dan budaya organisasi yang terbuka terhadap pembelajaran. Observasi lapangan juga memperlihatkan bahwa sebagian besar *startup* menginternalisasi nilai inovasi melalui rutinitas kolaboratif, seperti sesi *brainstorming* mingguan, *hackathon* internal, dan budaya “belajar dari kegagalan”.

Dari temuan ini, inovasi diposisikan sebagai nilai eksistensial yang membentuk identitas kewirausahaan. Pelaku *startup* merasa bahwa keberanian untuk mencoba hal baru merupakan bentuk aktualisasi diri yang memberi makna terhadap perjalanan profesional dan personal mereka.

Kegagalan sebagai Proses Pembelajaran dan Transformasi Makna

Temuan kedua menunjukkan bahwa kegagalan tidak dianggap sebagai akhir dari usaha, melainkan bagian penting dari proses pembelajaran dan transformasi makna kewirausahaan. Hampir seluruh informan pernah mengalami kegagalan mulai dari kehilangan modal, kesalahan strategi pemasaran, hingga konflik internal tim. Namun, narasi yang muncul menunjukkan bahwa kegagalan menjadi titik balik untuk membentuk resiliensi, refleksi, dan inovasi baru.

Beberapa informan bahkan menyebut kegagalan sebagai “mentor yang paling jujur.” Mereka menilai bahwa pengalaman gagal memaksa mereka untuk meninjau ulang motivasi, strategi, dan nilai-nilai bisnis yang mereka jalankan. Dalam konteks sosial, proses ini memperlihatkan bagaimana makna kewirausahaan dikonstruksi melalui refleksi terhadap pengalaman negatif.

Hasil observasi mendukung hal ini *startup* yang pernah gagal cenderung memiliki struktur organisasi yang lebih adaptif dan partisipatif, dengan budaya terbuka terhadap masukan. Dengan demikian, kegagalan menjadi arena konstruksi sosial untuk membangun ketahanan dan inovasi berkelanjutan, bukan sekadar konsekuensi ekonomi semata.

Kewirausahaan sebagai Perjalanan Makna dan Kontribusi Sosial

Temuan ketiga memperlihatkan bahwa bagi pelaku *startup*, kewirausahaan bukan sekadar aktivitas ekonomi, tetapi perjalanan makna (*meaningful journey*) yang menggabungkan tujuan pribadi, sosial, dan spiritual. Narasi informan menunjukkan bahwa motivasi utama mereka tidak semata-mata mengejar keuntungan, melainkan keinginan untuk menciptakan dampak positif bagi masyarakat.

Beberapa pendiri *startup* pendidikan menekankan bahwa keberhasilan bisnis mereka diukur dari nilai sosial yang dihasilkan, seperti peningkatan akses pendidikan, pemberdayaan tenaga kerja muda, atau kontribusi terhadap transformasi digital di daerah terpencil. Pandangan ini menunjukkan adanya orientasi nilai ganda (*dual value orientation*) antara nilai ekonomi (profit) dan nilai sosial (*purpose*).

Konteks ini memperlihatkan bahwa kewirausahaan di era digital telah bergeser dari logika kapitalistik semata menuju pendekatan berbasis makna dan nilai keberlanjutan. Proses refleksi dan interaksi sosial antaranggota tim *startup* menjadi sarana penting untuk meneguhkan identitas kolektif dan tujuan bersama. Dalam hal ini, kewirausahaan dipahami sebagai praktik sosial yang memadukan inovasi, nilai moral, dan tanggung jawab sosial.

Ekosistem Digital sebagai Ruang Konstruksi Sosial Inovasi

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ekosistem digital berperan sebagai ruang sosial tempat nilai-nilai kewirausahaan dikonstruksi dan disebarluaskan. Media sosial, komunitas *startup*, dan platform inkubasi menjadi medium interaksi yang memperkuat identitas inovatif pelaku bisnis.

Para informan mengaku bahwa keterlibatan dalam komunitas digital dan *networking* lintas industri berperan besar dalam pembentukan pola pikir kewirausahaan mereka. Pertukaran pengalaman dan kolaborasi lintas bidang membuka ruang bagi pembelajaran sosial (*social learning*) yang memperkaya makna kewirausahaan. Dengan demikian, ekosistem digital bukan hanya menyediakan sumber daya ekonomi, tetapi juga membentuk kesadaran kolektif tentang inovasi dan nilai-nilai kolaboratif dalam ekonomi modern.

PEMBAHASAN

Inovasi sebagai Identitas dan Proses Konstruksi Diri

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi bukan sekadar strategi bisnis, melainkan juga identitas diri dan makna eksistensial bagi pelaku *startup*. Temuan ini memperkuat pandangan Schumpeter (1934) yang menekankan bahwa wirausahawan adalah agen perubahan yang mendorong “*destructive creation*,” yaitu pembaruan berkelanjutan yang memunculkan dinamika ekonomi baru. Namun, penelitian ini mengungkap bahwa inovasi tidak hanya bersifat

ekonomi, tetapi juga simbolik dan sosial di mana inovasi menjadi bentuk ekspresi diri dan refleksi nilai pribadi.

Dari perspektif teori konstruksi sosial Berger & Luckmann (1966), makna inovasi terbentuk melalui proses eksternalisasi nilai-nilai pribadi yang kemudian dilembagakan dalam budaya organisasi *startup*, lalu diinternalisasi kembali oleh para anggotanya. Inovasi menjadi “bahasa sosial” yang digunakan untuk membangun legitimasi, rasa kebersamaan, dan identitas kolektif. Hal ini sejalan dengan Neck & Greene (2011) yang menyatakan bahwa semangat kewirausahaan lahir dari interaksi sosial dan pembelajaran praktis (*practice-based learning*) dalam komunitas bisnis.

Kegagalan sebagai Proses Reflektif dan Pembentukan Resiliensi

Kegagalan yang dialami pelaku *startup* dalam penelitian ini tidak dipandang sebagai akhir, tetapi sebagai proses reflektif yang membentuk makna kewirausahaan. Temuan ini sejalan dengan Rae (2004) yang menjelaskan bahwa kewirausahaan merupakan proses pembelajaran naratif, di mana pengalaman baik keberhasilan maupun kegagalan menjadi sumber utama pembentukan identitas wirausahawan.

Dalam kerangka konstruktivisme sosial, pengalaman gagal dipahami sebagai bagian dari proses internalisasi nilai-nilai ketahanan (*resilience*) dan tanggung jawab pribadi. Melalui refleksi dan dialog sosial, pelaku *startup* mengembangkan cara berpikir baru yang lebih adaptif dan realistis. Fenomena ini juga mencerminkan prinsip *double-loop learning* yang dikemukakan oleh Argyris & Schön (1996), di mana individu tidak hanya memperbaiki tindakan yang salah, tetapi juga meninjau kembali pola pikir dan nilai dasar yang mendasarinya.

Dengan demikian, kegagalan berfungsi sebagai ruang sosial untuk konstruksi makna baru, di mana wirausahawan belajar menyeimbangkan antara idealisme dan realitas bisnis. Temuan ini memperkuat gagasan Gartner (1988) bahwa kewirausahaan bukan tentang “siapa” pelakunya, tetapi “bagaimana” seseorang mengonseptualisasikan pengalaman menjadi makna yang mendorong tindakan inovatif.

Kewirausahaan sebagai Praktik Sosial Bernilai Ganda

Narasi para pelaku *startup* menunjukkan bahwa kewirausahaan di era digital dimaknai sebagai perjalanan makna (*meaningful journey*) yang menggabungkan dimensi ekonomi dan sosial. Hasil ini mendukung konsep *shared value* dari Porter & Kramer (2011), yang menyatakan bahwa bisnis modern harus mampu menciptakan nilai ekonomi sekaligus nilai sosial bagi masyarakat.

Makna kewirausahaan yang muncul dari penelitian ini bersifat reflektif dan kolektif. Wirausahawan tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga berupaya memberi kontribusi terhadap perubahan sosial dan pemberdayaan komunitas. Dalam konteks teori konstruksi sosial, makna ini terbentuk melalui proses dialogis antara aktor, nilai organisasi, dan ekspektasi sosial yang lebih luas. Temuan ini selaras dengan Drucker (1985) yang menegaskan bahwa inovasi dan kewirausahaan adalah “disiplin sosial” yang melibatkan tanggung jawab moral terhadap masyarakat.

Lebih jauh lagi, kewirausahaan yang berbasis makna ini menunjukkan pergeseran paradigma dari *profit-oriented capitalism* menuju *purpose-driven entrepreneurship*. Para pelaku *startup* menciptakan legitimasi sosial bukan hanya melalui kinerja ekonomi, tetapi melalui konsistensi etika dan dampak sosial yang dihasilkan.

Ekosistem Digital sebagai Ruang Sosial Pembentukan Makna

Ekosistem digital terbukti memainkan peran penting sebagai arena sosial tempat nilai-nilai inovasi dan kewirausahaan dikonstruksi, dibagikan, dan direproduksi. Melalui interaksi dalam komunitas daring, pelaku *startup* saling belajar, berbagi ide, dan membentuk identitas kolektif sebagai “agen perubahan digital.”

Temuan ini sejalan dengan pandangan Burr (2015) tentang konstruksi sosial yang menekankan pentingnya konteks sosial dan komunikasi dalam membentuk realitas. Ekosistem digital bertindak sebagai *social scaffolding* yang mempercepat proses pembelajaran kewirausahaan melalui jejaring sosial, kolaborasi lintas sektor, dan berbagi narasi keberhasilan maupun kegagalan.

Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya mengubah model bisnis, tetapi juga mengubah cara individu memaknai kewirausahaan itu sendiri dari sekadar aktivitas ekonomi menjadi praktik sosial yang penuh nilai dan refleksi moral.

Integrasi Teoretis: Dari Narasi Pribadi ke Realitas Sosial

Secara konseptual, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa kewirausahaan merupakan praktik sosial yang dikonstruksi melalui narasi dan interaksi. Temuan empiris menunjukkan bahwa nilai-nilai seperti inovasi, kegagalan, dan tanggung jawab sosial bukanlah entitas statis, tetapi produk dari dialog sosial yang berlangsung secara dinamis di antara pelaku *startup*.

Pendekatan naratif yang digunakan dalam penelitian ini memungkinkan munculnya pemahaman baru bahwa wirausahawan bukan hanya “aktor ekonomi”, tetapi juga pencipta makna (*meaning maker*) yang terus membangun identitas dan visi hidupnya melalui proses

sosial. Hal ini mendukung argumentasi Riessman (2008) bahwa narasi bukan hanya cara bercerita, tetapi juga cara membentuk realitas.

Dengan demikian, semangat inovasi dan kewirausahaan di era digital dapat dipahami sebagai proses sosial berkelanjutan yang menghubungkan nilai pribadi, interaksi kolektif, dan perubahan struktural dalam ekosistem bisnis modern. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan teori kewirausahaan berbasis makna (*meaning-based entrepreneurship*) yang menekankan keseimbangan antara kreativitas, refleksi moral, dan keberlanjutan sosial.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menegaskan bahwa kewirausahaan di era ekonomi digital tidak hanya dipahami sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai proses sosial yang sarat makna, nilai, dan refleksi personal. Melalui pendekatan naratif kualitatif, ditemukan bahwa pengalaman pelaku *startup* membentuk makna kewirausahaan yang berakar pada semangat inovasi, ketahanan menghadapi kegagalan, dan tanggung jawab sosial.

Pertama, inovasi tidak sekadar dilihat sebagai strategi kompetitif, melainkan sebagai identitas diri dan ekspresi nilai eksistensial. Pelaku *startup* memaknai inovasi sebagai cara untuk berkontribusi terhadap perubahan sosial sekaligus mengaktualisasikan diri dalam dunia bisnis yang dinamis. Kedua, kegagalan dipahami sebagai proses pembelajaran reflektif yang membentuk resiliensi dan kedewasaan kewirausahaan. Proses ini menjadi ruang untuk menafsirkan ulang nilai-nilai pribadi serta memperkuat orientasi moral dalam pengambilan keputusan bisnis.

Ketiga, kewirausahaan dimaknai sebagai perjalanan bermakna (*meaningful journey*) yang menggabungkan orientasi ekonomi dan sosial. Bagi para pelaku *startup*, keberhasilan tidak diukur semata dari keuntungan finansial, tetapi dari sejauh mana bisnis mereka memberi dampak positif bagi masyarakat. Terakhir, ekosistem digital berperan sebagai ruang sosial yang memfasilitasi konstruksi makna tersebut, di mana interaksi, kolaborasi, dan pembelajaran bersama menjadi fondasi utama lahirnya nilai inovatif dan semangat kewirausahaan kolaboratif.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat pandangan kewirausahaan sebagai praktik sosial (*social practice*) yang dikonstruksi melalui narasi, interaksi, dan refleksi. Temuan ini mengintegrasikan teori kewirausahaan klasik Schumpete (1934) dengan pendekatan konstruktivisme sosial Berger & Luckmann (1966), menunjukkan bahwa makna inovasi dan

kewirausahaan tidak bersifat objektif, melainkan dibangun dan dihidupi melalui pengalaman personal dan budaya organisasi.

Secara praktis, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya pembelajaran reflektif dan etika sosial dalam pengembangan kewirausahaan modern. Pembinaan *startup* sebaiknya tidak hanya berfokus pada aspek teknis dan finansial, tetapi juga pada pembentukan nilai, kesadaran sosial, dan kemampuan adaptif. Dengan demikian, semangat inovasi yang berlandaskan nilai kemanusiaan dapat menjadi kekuatan utama dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan dan bermakna bagi masyarakat luas.

DAFTAR REFERENSI

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Burr, V. (2015). *Social constructionism* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315715421>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage handbook of qualitative research* (5th ed.). Sage Publications.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Gartner, W. B. (1988). “Who is an entrepreneur?” is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11–32. <https://doi.org/10.1177/104225878801200401>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55–70. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x>
- Neck, H. M., Brush, C. G., & Greene, P. G. (2015). Practice-based entrepreneurship education using actionable theory. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 61–89. <https://doi.org/10.1177/2515127417737286>
- Neck, H. M., Greene, P. G., & Brush, C. G. (2014). *Teaching entrepreneurship: A practice-based approach*. Edward Elgar Publishing.
- Rae, D. (2004). Entrepreneurial learning: A narrative-based conceptual model. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(3), 323–335. <https://doi.org/10.1108/14626000410550142>

- Ratten, V. (2020). Coronavirus (Covid-19) and entrepreneurship: Cultural, lifestyle and societal changes. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(4), 747–761. <https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2020-0186>
- Riessman, C. K. (2008). *Narrative methods for the human sciences*. Sage Publications.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Stake, R. E. (2010). *Qualitative research: Studying how things work*. Guilford Press.
- Startup Ranking. (2024). *Top startup ecosystems in the world: Global startup ranking 2024*.