



# **TECHNOPRENEURSHIP : MENYONGSONG BISNIS DI ERA 4.0**

**Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.**

**I Nyoman Tri Sutaguna, S.ST.Par ., M.Par**

**Harmono, S.E., M.M**

**Arnes Yuli Vandika**

**Aria Mulyapradana, S.Psi., MA**

Sanksi Pelanggaran Pasal 72  
Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002  
Tentang Hak Cipta

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana paling lama 7 (tahun) dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud pada Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

# **TECHNOPRENEURSHIP : MENYONGSONG BISNIS DI ERA 4.0**

Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

I Nyoman Tri Sutaguna, S.ST.Par ., M.Par

Harmono, S.E., M.M

Arnes Yuli Vandika

Aria Mulyapradana, S.Psi., MA



**YAYASAN PUTRA ADI DHARMA**

# **TECHNOPRENEURSHIP : MENYONGSONG BISNIS DI ERA 4.0**

**Penulis :**

Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.  
I Nyoman Tri Sutaguna, S.ST.Par., M.Par  
Harmono, S.E., M.M  
Arnes Yuli Vandika  
Aria Mulyapradana, S.Psi., MA

**ISBN :** 978-634-7314-68-0

**IKAPI :** No.498/JBA/2024

**Editor :** Winda Rahma Wati

**Penyunting :**

Yayasan Putra Adi Dharma

**Desain sampul dan Tata letak**

Yayasan Putra Adi Dharma

**Penerbit :**

Yayasan Putra Adi Dharma

**Redaksi :**

Wahana Pondok Ungu Blok B9 no 1, Bekasi  
Office Marketing Jl. Gedongkuning, Banguntapan Bantul, Yogyakarta  
Office Yogyakarta : 087777899993  
Marketing : 088221740145  
Instagram : @ypad\_penerbit  
Website : <https://ypad.store>  
Email : [teampenerbit@ypad.store](mailto:teampenerbit@ypad.store)

**Cetakan Pertama Agustus 2025**

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara  
apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulisan buku yang berjudul “*Technopreneurship : menyongsong bisnis di era 4.0*” ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai respons atas kebutuhan akan literatur yang membahas secara komprehensif peran technopreneur dalam membentuk lanskap ekonomi dan sosial di tengah arus transformasi digital dan tantangan global saat ini.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah melahirkan peluang dan tantangan baru bagi para pelaku usaha, khususnya generasi muda yang tertarik dalam bidang kewirausahaan berbasis teknologi. Konsep *Society 5.0*, yang mengedepankan integrasi antara teknologi mutakhir dengan nilai-nilai kemanusiaan, membuka ruang luas bagi technopreneur untuk tidak hanya menciptakan inovasi, tetapi juga memberikan dampak sosial dan lingkungan yang berkelanjutan.

Buku ini disusun untuk memberikan wawasan teoritis dan praktis mengenai technopreneurship, mulai dari pemahaman dasar, strategi pengembangan usaha teknologi, studi kasus sukses dan kegagalan startup, hingga peran technopreneur dalam mendukung visi transformasi digital nasional dan global. Dengan mengangkat berbagai topik terkini seperti sustainability, green technology, hingga sinergi lintas sektor, buku ini diharapkan dapat menjadi referensi yang relevan bagi mahasiswa, akademisi, praktisi bisnis, hingga pemangku kebijakan.

Kami menyadari bahwa penyusunan buku ini tentu belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan demi penyempurnaan edisi selanjutnya. Semoga buku

ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik technopreneurship di Indonesia dan dunia.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan dan penerbitan buku ini.

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
BAB 1 Pengantar Technopreneurship .....	1
A.    Konsep Dasar Technopreneurship .....	1
B.    Perbedaan Technopreneur dengan Entrepreneur Tradisional 3	
C.    Evolusi Bisnis Menuju Era Industri 4.0.....	5
D.    Technopreneur di Indonesia.....	6
BAB 2 Karakter dan Kompetensi Technopreneur Sukses.....	9
A.    Jiwa Inovatif dan Problem Solver .....	10
B.    Kecakapan Teknologi dan Digital Literacy .....	11
C.    Mentalitas Tangguh dan Visioner .....	12
D.    Etika dan Tanggung Jawab Sosial Technopreneur .....	14
BAB 3 Revolusi Industri 4.0 dan Dampaknya pada Dunia Bisnis. 16	
A.    Konsep Dasar Industri 4.0 .....	17
B.    Teknologi Disruptif AI, IoT, Blockchain, Big Data.....	18
C.    Dampak Teknologi terhadap Model Bisnis .....	20
D.    Strategi Adaptasi UMKM di Era 4.0 .....	21
BAB 4 Ideasi dan Validasi Bisnis Teknologi .....	24
A.    Sumber Ide Bisnis Berbasis Teknologi.....	25
B.    Design Thinking dan Inovasi Produk .....	26
C.    Validasi Pasar dan Uji Coba Produk.....	28

D.	Pivoting Kapan dan Mengapa Dilakukan.....	29
<b>BAB 5</b>	<b>Model Bisnis di Era Digital .....</b>	<b>31</b>
A.	Business Model Canvas untuk Technopreneur.....	32
B.	Model Freemium, Subscription, Marketplace .....	34
C.	Value Proposition dan Customer Segments.....	36
D.	Studi Kasus Model Bisnis Teknologi Terkini.....	37
<b>BAB 6</b>	<b>Perencanaan Bisnis Technopreneur.....</b>	<b>40</b>
A.	Penyusunan Business Plan Digital .....	41
B.	Strategi Operasional dan Teknologi .....	42
C.	Analisis SWOT dan Analisis Kompetitor .....	44
D.	Rencana Pengembangan Jangka Panjang .....	45
<b>BAB 7</b>	<b>Teknologi sebagai Fondasi Inovasi .....</b>	<b>47</b>
A.	Pemanfaatan AI dan Machine Learning dalam Produk.....	48
B.	Internet of Things (IoT) untuk Efisiensi Bisnis.....	49
C.	Cloud Computing dan Infrastruktur Digital .....	51
D.	Pengembangan Aplikasi dan Platform Digital.....	53
<b>BAB 8</b>	<b>Pemasaran Digital untuk Technopreneur .....</b>	<b>55</b>
A.	Digital Marketing dan Strategi Online Presence .....	56
B.	SEO, SEM, dan Social Media Marketing.....	58
C.	Influencer dan Community-Based Marketing .....	59
D.	Penggunaan Data Analytics dalam Kampanye .....	61
<b>BAB 9</b>	<b>Pendanaan dan Akses Modal.....</b>	<b>63</b>
A.	Sumber Modal untuk Startup Teknologi .....	64
B.	Angel Investor, Venture Capital, dan Crowdfunding.....	67

C.	Penyusunan Proposal dan Pitching Efektif.....	69
D.	Manajemen Keuangan dan Arus Kas Startup .....	72
BAB 10	Pengembangan Produk Digital.....	74
A.	Proses MVP (Minimum Viable Product).....	75
B.	Iterasi dan Pengujian Produk.....	77
C.	UI/UX Design dalam Produk Teknologi .....	78
D.	Kolaborasi antara Developer dan Manajemen.....	79
BAB 11	Legalitas dan Perlindungan Inovasi .....	81
A.	Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam Produk Teknologi 82	
B.	Pendaftaran Merek dan Paten .....	83
C.	Legalitas Bisnis Digital dan Startup .....	85
D.	Etika Data dan Perlindungan Privasi Konsumen.....	86
BAB 12	Membangun Tim dan Budaya Technopreneur .....	89
A.	Rekrutmen Talenta Digital.....	90
B.	Manajemen Kolaboratif dan Agile Team .....	92
C.	Budaya Inovasi dan Learning Organization .....	93
D.	Peran Leadership dalam Tim Teknologi.....	95
BAB 13	Scale-Up dan Ekspansi Bisnis .....	97
A.	Indikator Kesiapan untuk Scale-Up.....	98
B.	Ekspansi Pasar dan Diversifikasi Produk .....	100
C.	Strategi Kemitraan dan Sinergi Bisnis.....	101
D.	Adaptasi Infrastruktur dan SDM saat Tumbuh.....	103
BAB 14	Studi Kasus dan Kisah Sukses Technopreneur .....	105

A.	Technopreneur Sukses dari Indonesia .....	106
B.	Analisis Strategi dan Inovasi yang Digunakan .....	108
C.	Pelajaran dari Kegagalan Startup Teknologi .....	111
D.	Best Practices dalam Dunia Technopreneurship.....	113
BAB 15	Technopreneurship di Era 5.0 .....	116
A.	Kesiapan Menuju Society 5.0.....	117
B.	Peran Technopreneur dalam Transformasi Digital Nasional 118	
C.	Sustainability dan Green Technopreneurship .....	119
D.	Visi Technopreneur Perubahan Global .....	121
DAFTAR PUSTAKA	.....	123
BIODATA PENULIS	.....	127

## **BAB 1**

### **Pengantar Technopreneurship**

Technopreneurship merupakan gabungan antara teknologi dan kewirausahaan yang menjadi pendorong utama dalam menciptakan inovasi di era digital saat ini. Konsep ini tidak hanya menekankan pada kemampuan berwirausaha, tetapi juga pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk menciptakan produk, layanan, atau solusi yang memiliki nilai tambah tinggi. Seorang technopreneur mampu mengidentifikasi peluang pasar, memanfaatkan teknologi sebagai alat strategis, serta menghadirkan solusi kreatif untuk menjawab kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Dalam konteks globalisasi dan transformasi digital, technopreneurship menjadi motor penggerak ekonomi baru yang mendorong terciptanya startup digital, model bisnis berbasis platform, serta pengembangan ekosistem inovasi. Selain itu, technopreneurship juga menjadi strategi penting dalam mendorong kemandirian ekonomi generasi muda, menciptakan lapangan kerja baru, dan memperkuat daya saing bangsa. Oleh karena itu, pengembangan technopreneurship perlu didukung oleh pendidikan kewirausahaan berbasis teknologi, inkubator bisnis, serta kolaborasi antara pemerintah, industri, dan institusi pendidikan.

#### **A. Konsep Dasar Technopreneurship**

Technopreneurship merupakan bentuk kewirausahaan yang berakar pada inovasi teknologi sebagai elemen utama dalam menciptakan nilai ekonomi. Istilah ini berasal dari gabungan kata "technology" dan "entrepreneurship", yang menggambarkan peran

penting teknologi dalam proses pengembangan usaha dan penciptaan produk atau layanan baru. Seorang technopreneur tidak hanya memiliki jiwa kewirausahaan yang adaptif dan inovatif, tetapi juga mampu memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menyelesaikan masalah, menciptakan efisiensi, dan memberikan solusi yang kompetitif di pasar. Konsep dasar technopreneurship berfokus pada pemikiran kreatif, eksplorasi teknologi baru, dan keberanian mengambil risiko dalam membangun bisnis berbasis teknologi. Dengan kemajuan teknologi informasi, kecerdasan buatan, big data, dan internet of things (IoT), technopreneurship menjadi fondasi penting dalam era ekonomi digital. Oleh karena itu, technopreneur bukan hanya sekadar pelaku usaha, melainkan juga agen perubahan yang mendorong transformasi digital di berbagai sektor industri.

Dengan peran strategis tersebut, technopreneurship tidak hanya relevan dalam konteks pertumbuhan ekonomi, tetapi juga dalam pembangunan sosial dan pemberdayaan masyarakat. Technopreneur mampu menciptakan solusi yang menjangkau berbagai lapisan masyarakat melalui aplikasi digital, platform daring, maupun teknologi berbasis komunitas. Dalam praktiknya, technopreneurship mendorong terciptanya lapangan kerja baru, mempercepat proses digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta memperluas akses pasar secara global. Technopreneur juga memiliki keunggulan dalam menghadapi dinamika dan disrupsi teknologi karena memiliki karakter fleksibel dan responsif terhadap perubahan. Oleh karena itu, pengembangan technopreneurship tidak bisa dilepaskan dari dukungan ekosistem inovasi yang inklusif, seperti akses terhadap modal ventura, inkubator bisnis, mentorship, serta kebijakan pemerintah yang mendorong tumbuhnya startup berbasis teknologi. Dengan membangun fondasi technopreneurship yang kuat, suatu negara

dapat mempercepat transformasi digital dan meningkatkan daya saing di tingkat global secara berkelanjutan.

## **B. Perbedaan Technopreneur dengan Entrepreneur Tradisional**

Perbedaan mendasar antara technopreneur dan entrepreneur tradisional terletak pada pendekatan dan pemanfaatan teknologi dalam menjalankan bisnis. Seorang entrepreneur tradisional cenderung membangun usaha berdasarkan model konvensional, seperti perdagangan, jasa, atau manufaktur yang lebih mengandalkan sumber daya fisik dan operasional manual. Sementara itu, technopreneur berfokus pada pemanfaatan teknologi mutakhir untuk menciptakan solusi inovatif, meningkatkan efisiensi, dan mengembangkan model bisnis digital yang skalabel. Technopreneur lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan cenderung memanfaatkan data, platform digital, serta otomatisasi dalam operasional bisnisnya.

Selain itu, entrepreneur tradisional biasanya tumbuh secara bertahap dengan pendekatan pasar yang sudah mapan, sedangkan technopreneur memiliki kecenderungan untuk berkembang cepat melalui inovasi disruptif dan penetrasi pasar digital. Dalam hal risiko, technopreneur umumnya menghadapi tantangan yang lebih tinggi karena harus selalu mengikuti perkembangan teknologi yang cepat, namun juga memiliki potensi pertumbuhan eksponensial. Dari sisi investasi, technopreneur cenderung menarik perhatian investor teknologi dan modal ventura, sementara entrepreneur tradisional lebih banyak bergantung pada pembiayaan konvensional. Oleh karena itu, perbedaan ini menunjukkan bahwa meskipun keduanya memiliki jiwa kewirausahaan, pendekatan, strategi, dan dampak jangka panjang

yang dihasilkan sangat berbeda antara technopreneur dan entrepreneur tradisional.

Perbedaan lainnya juga terlihat dari budaya inovasi dan kecepatan adaptasi. Technopreneur umumnya memiliki lingkungan kerja yang kolaboratif, terbuka terhadap eksperimen, serta mendukung pengambilan keputusan berbasis data dan teknologi. Sementara itu, entrepreneur tradisional cenderung berpegang pada struktur manajerial yang lebih kaku dan prosedural, dengan fokus pada kestabilan operasional. Dalam hal pemasaran, technopreneur lebih mengandalkan strategi digital seperti social media marketing, search engine optimization (SEO), dan analitik digital, sedangkan entrepreneur tradisional masih menggunakan metode konvensional seperti promosi offline, iklan cetak, dan relasi langsung.

Dari sisi produk atau layanan, technopreneur lebih sering menciptakan produk digital atau layanan berbasis aplikasi, seperti platform e-commerce, software-as-a-service (SaaS), atau solusi berbasis cloud. Sementara itu, produk entrepreneur tradisional umumnya bersifat fisik dan berwujud, seperti barang dagangan atau layanan manual. Lebih jauh, technopreneur kerap membangun model bisnis yang berbasis langganan, freemium, atau komunitas digital, sedangkan entrepreneur tradisional mengandalkan sistem transaksi langsung dan berulang.

Dengan demikian, technopreneur dan entrepreneur tradisional mewakili dua pendekatan yang berbeda dalam menjalankan usaha di era modern. Keduanya memiliki kelebihan masing-masing, namun dalam lanskap bisnis yang semakin terdigitalisasi, technopreneurship menawarkan peluang lebih besar dalam hal pertumbuhan, inovasi, dan daya saing global.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
2. Lee, J., Kao, H. A., & Yang, S. (2014). Service innovation and smart analytics for Industry 4.0 and big data environment. *Procedia CIRP*, 16, 3–8.
3. Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44–51.
4. Li, L. (2018). China's manufacturing locus in 2025: With a comparison of "Made-in-China 2025" and "Industry 4.0". *Technological Forecasting and Social Change*, 135, 66–74.
5. Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055.
6. Ratten, V. (2020). Coronavirus (covid-19) and entrepreneurship: Changing life and work landscape. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(5), 503–516.
7. Yoo, Y., Boland, R. J., Lyytinen, K., & Majchrzak, A. (2012). Organizing for innovation in the digitized world. *Organization Science*, 23(5), 1398–1408.
8. Fichman, R. G., Dos Santos, B. L., & Zheng, Z. (2014). Digital innovation as a fundamental and powerful concept in the information systems curriculum. *MIS Quarterly*, 38(2), 329–353.

9. Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482.
10. Zhang, W., & Guan, J. (2018). The time lag effects of government funding on innovation performance: Evidence from China. *Technological Forecasting and Social Change*, 132, 265–272.
11. Weking, J., Stöcker, M., Kowalkiewicz, M., Böhm, M., & Krcmar, H. (2020). Leveraging industry 4.0—A business model pattern framework. *International Journal of Production Economics*, 225, 107588.
12. Yun, J. J., Won, D., & Park, K. (2016). Entrepreneurial cyclical dynamics of open innovation. *Journal of Evolutionary Economics*, 26, 885–910.
13. Yu, S., & Lee, J. (2020). Technological forecasting for Industry 4.0 and Society 5.0. *Technological Forecasting and Social Change*, 155, 119970.
14. Breque, M., De Nul, L., & Petridis, A. (2021). Industry 5.0: Towards a sustainable, human-centric and resilient European industry. *European Commission Report*.
15. Abeywardena, I. S. (2019). Technopreneurship: The key to sustainable digital economies. *Journal of Business and Technology*, 6(2), 12–20.
16. Kuratko, D. F., Morris, M. H., & Schindehutte, M. (2015). Understanding the dynamics of entrepreneurship through framework approaches. *Small Business Economics*, 45(1), 1–13.

17. OECD (2020). Digital Disruption in Banking and its Impact on Entrepreneurship. *OECD Science, Technology and Industry Working Papers*.
18. Adepoju, O., & Rahman, A. (2020). Crowdfunding and startup financing in emerging markets. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(4), 567–590.
19. Kumar, V., Dixit, A., Javalgi, R. G., & Dass, M. (2016). Digital transformation of business-to-business marketing. *Industrial Marketing Management*, 51, 4–10.
20. Pappas, I. O., Pateli, A., Giannakos, M. N., & Chrissikopoulos, V. (2014). Moderating effects of online shopping experience on customer satisfaction and repurchase intentions. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 42(3), 187–204.
21. Chatterjee, S., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Sharma, A. (2021). The role of technostress, burnout, and engagement on technopreneurial performance. *Information Systems Frontiers*, 23, 445–461.
22. Pisano, G. P. (2015). You need an innovation strategy. *Harvard Business Review*, 93(6), 44–54.
23. McKinsey & Company (2020). The case for digital reinvention. *McKinsey Global Institute Reports*.
24. Dufva, M., Koivisto, R., Ilmola-Sheppard, L., & Junno, S. (2021). Technological maturity and strategic foresight. *Futures*, 127, 102705.

25. Tapscott, D., & Tapscott, A. (2017). *Blockchain revolution: How the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world*. Penguin.
26. Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. *Harvard Business Review*, 92(11), 64–88.
27. Birkinshaw, J., & Gibson, C. (2004). Building ambidexterity into an organization. *MIT Sloan Management Review*, 45(4), 47–55.
28. George, G., Haas, M. R., & Pentland, A. (2014). Big data and management. *Academy of Management Journal*, 57(2), 321–326.
29. Chesbrough, H. W. (2006). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Press.
30. Lundvall, B.-Å. (2016). *The Learning Economy and the Economics of Hope*. Anthem Press.

## **BIODATA PENULIS**



Luthpiyah Juliandara, lahir di Karawang 15 Juli 1994. Pendidikan D3 Jurusan Akuntansi di Universitas Padjadjaran Tahun 2012, Pendidikan S1 Jurusan Manajemen di IPB University Tahun 2016, Pendidikan S2 Jurusan Manajemen Bisnis di Sekolah Bisnis IPB University tahun 2018.

Mengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi, dan sekarang sedang menjabat sebagai Ketua Program Studi S1 Manajemen. Menulis artikel terkait manajemen di beberapa jurnal nasional dan internasional diantaranya, Jurnal Aplikasi Bisnis Manajemen (JABM), Business Review Case Study (BRCS), Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi (MEA), Asia Pacific Journal of Management and Education (APJME).

Tampilkan kutipan teks

## **BIODATA PENULIS**



**I Nyoman Tri Sutaguna, S.ST.Par.,M.Par**

Dosen Program Studi Pengelolaan  
Perhotelan  
Universitas Udayana

**I Nyoman Tri Sutaguna, S.ST.Par.,M.Par**

lahir di Surabaya pada tahun 1980. Pria ini menekuni dunia kuliner sejak duduk di bangku kuliah Diploma III Politeknik Negeri Bali (PNB) jurusan Pariwisata Akomodasi Perhotelan. Ia lalu melanjutkan studi Diploma IV di Fakultas Pariwisata Universitas Udayana (UNUD) Program Studi D4 Pariwisata dan S2 Program Studi Kajian Pariwisata Universitas Udayana (UNUD). Pengalaman kerja diberbagai hotel, pabrik roti, restoran, katering, hingga mendalami kuliner di kapal pesiar.

Aktivitas sehari-harinya adalah sebagai dosen tetap yang mengajar di Prodi Pengelolaan Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana dan juga menjadi konsultan kuliner. Berbekal pengetahuan dan kepeduliannya pada bidang yang ditekuni, penulis dipercayai Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) Pariwisata untuk menjadi asesor dan menguji kompetensi (assessment) terhadap pekerja ataupun mahasiswa yang ingin mendapatkan sertifikat uji kompetensi dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP).

Sinta ID 6199496.

## **BIODATA PENULIS**



Harmono, S.E, M.M. Lahir di Magetan, tanggal 24 Agustus 1986 merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Ayah Kusno dan Ibu Kariyem. Selesai menempuh Pendidikan Strata 1 (S1) tahun 2017 di Program Studi Manajemen STIE Manajemen Bisnis Indonesia Jakarta dan selesai melanjutkan Pendidikan Strata 2 (S2) tahun 2022 di Program Studi Manajemen Konsentrasi Manajemen Pemasaran STIMA IMMI Jakarta. Saat ini merupakan salah satu Dosen di Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia Depok.

Email Penulis: [harmono.mgt86@gmail.com](mailto:harmono.mgt86@gmail.com)

## **BIODATA PENULIS**



**Arnes Yuli Vandika**

Seorang Dosen, Peneliti dan Pekerja ICT Teknis part-time, sehari-hari mengampu kuliah yang berkaitan ilmu komputer pada salah satu universitas swasta di Lampung. Tertarik dengan bidang Cloud System, ICT CyberSecurity, Digital Bisnis, juga Artificial Intelligence dan Machine Learning. Penikmat musik Jazz, hobby Jogging dan penggemar film fiksi ilmiah seperti Star Trek dan Star Wars dsb. “Mudah-mudahan buku ini mampu memberikan nuansa referensi ilmiah kepada para pembaca , terutama teman-teman dosen, mahasiswa serta pembaca lain nya, Salam ”.

## BIODATA PENULIS



Aria Mulyapradana., S.Psi.,MA., saat ini penulis merupakan dosen tetap di Program Studi Administrasi Perkantoran ITSNU Pekalongan. Penulis merupakan lulusan Program Magister Ilmu Administrasi Konsentrasi Pengembangan Sumber Daya Manusia dari Universitas Indonesia dan Program Sarjana Psikologi Universitas Persada

Indonesia YAI Jakarta. Di sela-sela aktivitas mengajar, penulis juga menjalankan usahanya di bidang batik, konsultan SDM dan penulis tergabung dalam komunitas pendidikan di Pekalongan. Penulis memiliki pengalaman bekerja di beberapa perusahaan antara lain Kelompok Penerbit Agromedia, The Body Shop Indonesia, Nararya Edukasi, Aksata dan beberapa konsultan HR. Penulis telah menerbitkan beberapa buku diantaranya *Jobs Test & Interview Undercover*, *Jadi Karyawan Kaya (Genius Mengetahui & Mengelola Hak Keuangan Karyawan)* dan beberapa judul buku non-fiksi.

# **TECHNOPRENEURSHIP : MENYONGSONG BISNIS DI ERA 4.0**



**Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.  
I Nyoman Tri Sutaguna, S.ST.Par., M.Par  
Harmono, S.E., M.M  
Arnes Yuli Vandika  
Aria Mulyapradana, S.Psi., MA**