

STRATEGI PRODUCT MANAGEMENT SEBAGAI KUNCI KEBERHASILAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI

Selfi Melisa¹, Jhon Veri²

^{1,2}Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang, Indonesia

Email: selfimelisa.22@gmail.com

Article History

Received: 18-11-2024

Revision: 22-11-2024

Accepted: 22-11-2024

Published: 24-11-2024

Abstract. This study highlights the importance of product management strategies in supporting technology-based entrepreneurship in the digital era. Using a Systematic Literature Review (SLR) method, the findings reveal that technologies such as machine learning, team training, and data-driven risk management significantly enhance competitiveness and innovation, ensuring business sustainability in the modern era.

Keywords: *Product Management, Technology-Based Entrepreneurship, Digital Era, Machine Learning, Business Sustainability*

Abstrak. Penelitian ini membahas pentingnya strategi manajemen produk dalam mendukung kewirausahaan berbasis teknologi informasi di era digital. Dengan metode *Systematic Literature Review* (SLR), hasilnya menunjukkan bahwa teknologi seperti *machine learning*, pelatihan tim, dan pengelolaan risiko berbasis data berkontribusi signifikan pada daya saing dan inovasi, memastikan keberlanjutan bisnis di era modern.

Kata Kunci: Manajemen Produk, Kewirausahaan Berbasis Teknologi, Era Digital, *Machine Learning*, Keberlanjutan Bisnis.

How to Cite: Melisa, S. & Veri, J. (2024). Strategi Product Management Sebagai Kunci Keberhasilan Kewirausahaan Berbasis Teknologi Informasi. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4 (5), 2708-2719. [10.54373/ifjeb.v4i5.2178](https://doi.org/10.54373/ifjeb.v4i5.2178)

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi era globalisasi dan digitalisasi yang terus berkembang pesat, inovasi bisnis menjadi landasan utama bagi keberlanjutan dan kesuksesan suatu organisasi. Perubahan dinamis dalam lingkungan bisnis memaksa perusahaan untuk terus beradaptasi, dan inovasi merupakan kunci utama untuk merespon tantangan ini. Di tengah laju perkembangan teknologi, pemanfaatan Sistem dan Teknologi Informasi (TI) telah muncul sebagai elemen krusial yang dapat memberikan dorongan signifikan terhadap inovasi bisnis. Pada tingkat dasarnya, inovasi bisnis melibatkan perubahan dan penyesuaian dalam produk, layanan, dan proses operasional untuk menciptakan nilai tambah dan memenuhi tuntutan pasar yang terus berubah (Ismi Zuhairah et al., 2023).

Perubahan teknologi telah membawa dampak yang signifikan bagi keberlangsungan bisnis dan wirausaha di era modern. Teknologi telah mempercepat laju globalisasi dan mengubah cara orang berkomunikasi, berinteraksi, dan berbelanja. Kini, bisnis tidak hanya bersaing dengan perusahaan lokal tetapi juga perusahaan internasional yang memiliki sumber daya yang lebih besar dan teknologi yang lebih canggih. Dalam hal ini, teknologi memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan. Sebagai contoh, perangkat lunak manajemen bisnis dapat membantu pengusaha untuk mengelola bisnis mereka secara lebih efisien, mempercepat proses produksi, mengoptimalkan sumber daya, dan meningkatkan kualitas produk dan layanan. Dalam hal ini, teknologi dapat membantu pengusaha dalam mengurangi biaya produksi dan mempercepat waktu respon terhadap pelanggan. Di sisi lain, teknologi juga membuka peluang baru bagi wirausaha. Perkembangan teknologi telah memungkinkan wirausaha untuk memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka ke seluruh dunia (Zulkifli et al., 2023).

Perencanaan bisnis digital yang efektif melibatkan penggunaan strategi *e-commerce* yang terintegrasi dengan baik. Implementasi yang tepat dari strategi *e-commerce* dapat membawa banyak keuntungan, seperti meningkatkan visibilitas merek, menjangkau target pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan memperluas jaringan distribusi. Namun, implementasi strategi *e-commerce* tidak semudah membangun situs web atau membuat akun media sosial. Dibutuhkan pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen online, tren pasar, serta teknologi yang digunakan. Dalam merencanakan strategi *e-commerce*, langkah pertama yang penting adalah memahami profil konsumen dan target pasar. Pelaku bisnis harus melakukan riset pasar yang komprehensif untuk memahami preferensi, kebutuhan, dan harapan konsumen dalam konteks digital. Dengan pemahaman yang mendalam ini, bisnis dapat mengembangkan pengalaman belanja online yang menarik dan relevan. Selanjutnya, strategi pemasaran digital

juga menjadi bagian integral dari perencanaan bisnis *e-commerce*. Pelaku bisnis harus memanfaatkan alat-alat pemasaran online, seperti optimasi mesin pencari (SEO), iklan berbayar (pay-per-click), media sosial, dan konten pemasaran untuk meningkatkan visibilitas dan mencapai audiens target. Menjaga interaksi yang konsisten dengan pelanggan melalui email marketing dan strategi retargeting juga merupakan komponen penting dalam strategi *e-commerce*. Terakhir, analisis data dan pengukuran kinerja merupakan langkah penting dalam mengimplementasikan strategi *e-commerce*. Dengan memantau metrik seperti tingkat konversi, tingkat abadikan keranjang, dan rata-rata nilai pesanan, pelaku bisnis dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengoptimalkan upaya pemasaran mereka. Dalam rangka menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar digital, implementasi strategi *e-commerce* yang efektif menjadi sangat penting bagi kesuksesan bisnis. Dengan memahami perilaku konsumen, memilih *platform* yang tepat, mengembangkan strategi pemasaran yang efisien, dan terus memantau kinerja, bisnis dapat mengoptimalkan potensi pasar online dan mencapai kesuksesan dalam bisnis digital (Safina et al., 2024).

METODE

Penelitian ini menerapkan metode Systematic Literature Review (SLR). Metode pengumpulan data digunakan dengan mencari database secara online. Basis data penelitian ini menggunakan google scholar dan sematic. Berdasarkan hasil tinjauan literature sistematis beberapa peneliti menggunakan Publish Or Perish dan bantuan aplikasi lain seperti VOSVIEWER, dan Microsoft Excel artikel yang terpilih untuk dianalisis secara deskriptif (Olivia et al., 2024). Tujuan dari SLR adalah mengidentifikasi dan menganalisis semua studi yang relevan pada suatu topik, dan untuk mensintesis temuan studi ini dengan cara yang ketat. Metode ini melibatkan strategi pencarian yang telah ditetapkan, kriteria inklusi dan eksklusi, dan penilaian kualitas studi (Kharisma & Wening, 2023).

Berdasarkan hasil tinjauan literature sistem untuk melakukan tinjauan terhadap penelitian ada beberapa tahap yang dilakukan yaitu (Andreini & Bettinelli, 2017):

1. Tahap Pertama: Planning (Perencanaan)

Pada tahap ini, dilakukan persiapan untuk memilih topik yang akan dibahas atau diteliti. Langkah-langkah ini melibatkan penentuan tema penelitian dan pengumpulan bahan yang relevan sebagai dasar untuk melanjutkan ke proses berikutnya.

2. Tahap Kedua: Conducting (Pelaksanaan)

Tahapan ini mencakup pelaksanaan **Systematic Literature Review (SLR)** setelah mengumpulkan sejumlah artikel ilmiah yang relevan dengan topic penelitian. Artikel-

artikel tersebut akan dianalisis dan dibandingkan untuk memperoleh kesimpulan yang dapat menjawab **Research Question (RQ)**.

3. Tahap Ketiga: Reporting (Pelaporan)

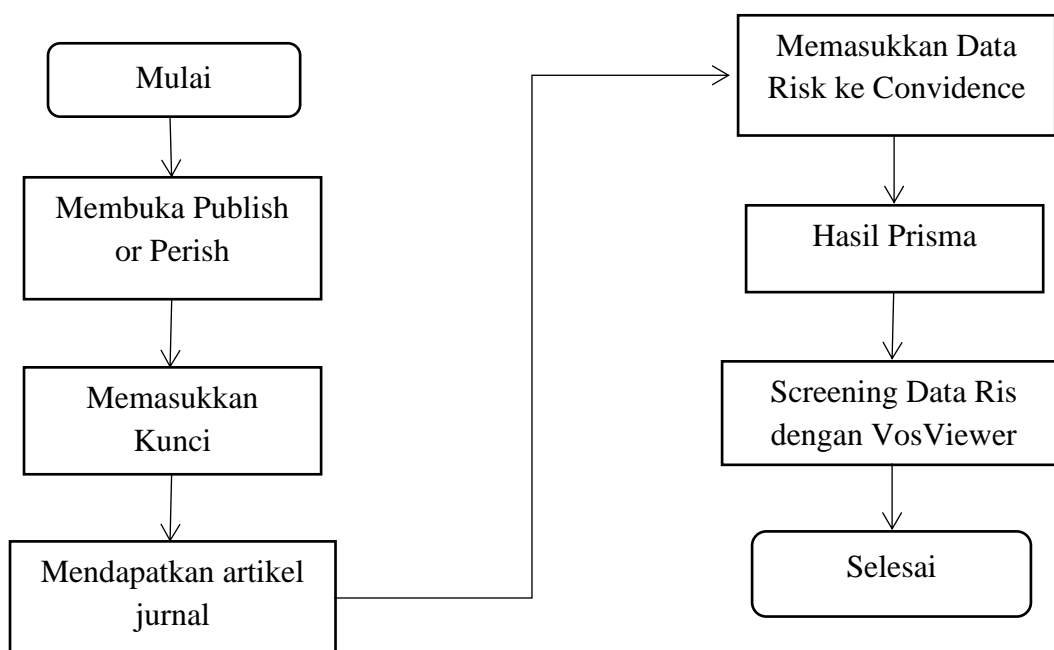
Pada tahap ini, dibuat laporan berdasarkan hasil dari proses SLR. Laporan ini diharapkan dapat menyajikan informasi yang menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam **Research Question (RQ)** dengan akurat dan jelas.

Dalam penelitian ini judul artikel *System Literature Review* yakni *Strategi Product Management Sebagai Kunci Keberhasilan Kewirausahaan Berbasis Teknologi Informasi*. Pemilihan objek ini didasarkan pada peran penting Product Management dalam mendukung keberhasilan bisnis di era digital. Strategi ini mencakup pengelolaan produk yang efektif untuk menghadapi tantangan seperti persaingan ketat, kebutuhan inovasi, dan adaptasi teknologi baru. *Research Question* merupakan proses penentuan pertanyaan penelitian yang dibuat berdasarkan topik yang dipilih. *Research Questions* yang dipakai ini adalah:

RQ1: Apa saja strategi Product Management yang berkontribusi terhadap keberhasilan kewirausahaan berbasis teknologi informasi?

RQ2: Bagaimana penerapan strategi Product Management mempengaruhi keberlanjutan dan pertumbuhan kewirausahaan berbasis teknologi informasi?

Secara keseluruhan, langkah-langkah sistematis yang diambil dalam penelitian ini dapat dilihat melalui diagram alir pada gambar berikut.



Gambar 1. Diagram Alir

Membuka *Publish Or Perish*

Metode pengumpulan data menggunakan mencari data secara online dengan menggunakan *Publish or Perish* untuk mencari Literature yang Relevant dengan memasukan keyword atau filter yakni:

a. *Product Management And Teknologi Entrepreneurship*

Dalam pencarian atau penyusunan pertanyaan penelitian, penggunaan operator AND berfungsi untuk mempersempit hasil dengan mengharuskan semua istilah yang digabungkan untuk muncul bersama dalam hasil pencarian atau konteks penelitian. Misalnya, dalam kalimat " *Product Management and Teknologi Entrepreneurship*" setiap sumber atau artikel yang relevan harus menyertakan ketiga istilah tersebut, sehingga hasil yang diperoleh menjadi lebih spesifik dan relevan. Penentuan kriteria perlu dilakukan dalam proses *System Literature Review*. Hal ini berguna untuk menentukan apakah sumber atau data yang ditemukan layak digunakan atau tidak dalam penelitian. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini untuk menyatakan apakah data sumber yang didapatkan layak, ialah Data referensi yang di cari dari tahun 2021 – 2024

- *Publish or Perish* sebagai referensi mesin pencarian jurnal atau artikel yang relevan
- Artikel yang tersedia dalam jurnal bereputasi atau konferensi nasional dan internasional
- Artikel yang membahas tentang *Neural Network* Fokus ke Pengembangan Bisnis

Dalam proses pengumpulan data, peneliti memanfaatkan tools *Publish or Perish* sebagai alat bantu mesin pencarian sumber data. Data yang di cari merupakan jurnal dan artikel. Data sintesis bertujuan untuk menampilkan distribusi data sesuai dengan topik yang telah ditentukan. Proses bagian ini bertujuan untuk mengurutkan semua artikel yang didapatkan secara akurat dan juga mendapatkan informasi dari artikel tersebut. **Memasukkan Kata**

Kunci dan Mendapatkan Artikel Jurnal

Untuk melakukan pencarian artikel jurnal menggunakan *Publish or Perish*, berikut langkah-langkah penjelasannya:

1. Pilih sumber data seperti Google Scholar atau Scopus sesuai kebutuhan.
2. Masukkan kata kunci atau *query* yang relevan, misalnya "*product management AND technology entrepreneurship*". Gunakan operator Boolean (AND, OR, NOT) jika diperlukan.
3. Atur filter seperti tahun publikasi, jenis dokumen, atau bahasa.
4. Klik **Search** untuk memulai pencarian dan tinjau hasilnya, seperti judul artikel, penulis, tahun, dan jumlah sitasi.
5. Pilih artikel yang relevan dan simpan dalam format **CSV**, **RIS**, atau **BibTeX**.

6. Gunakan file untuk analisis lebih lanjut menggunakan alat seperti *VOSviewer*, Excel, atau *Mendeley*.
7. Eliminasi artikel yang tidak relevan saat tahap analisis.

HASIL

Dari pencarian menggunakan *Publish or Perish*, diperoleh 74 artikel yang sesuai dengan filter dan kriteria penelitian. Artikel-artikel tersebut disimpan dalam format *RIS* dan *CSV* untuk diolah lebih lanjut menggunakan *Convidence* dan *VOSviewer*. Data kemudian diimpor ke Excel dan dianalisis menggunakan *pivot table* untuk menampilkan informasi mengenai penerbit (*publisher*) serta jumlah jurnal berdasarkan tahun publikasi, yang hasilnya disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Data Publisher dan Tahun Terbit

Data Publisher	Tahun Terbit				Grand Total
	2021	2022	2023	2024	
adi-journal.org			2		2
books.google.com		2	8	2	12
Deepublish	1				1
e-journal.hamzanwadi.ac.id	1				1
ejournal.iainponorogo.ac.id		1			1
ejournal.unama.ac.id			1		1
ejournal.unib.ac.id	1				1
ejournal-nipamof.id			1		1
ejurnal.politeknikpratama.ac.id			1		1
ejurnal.stie-trianandra.ac.id			1		1
jerkin.org			1		1
jibeka.asia.ac.id		1			1
jonedu.org			1		1
journal.ikopin.ac.id			1		1
journal.ilmudata.co.id			1		1
journal.laaroiba.com			1		1
journal.lppmunindra.ac.id		1			1
journal.mediazayna.org				1	1
journal.pandawan.id			1		1
journal.stiemb.ac.id		1			1
journal.uir.ac.id	1				1
journal.universitaspahlawan.ac.id			1		1
journals.ums.ac.id	1				1
jurnal.aksaraglobal.co.id			1		1
jurnal.atmaluhur.ac.id	1				1
jurnal.ibik.ac.id	1	1			2
jurnal.intekom.id				1	1
jurnal.polgan.ac.id				1	1
jurnal.stiatabalong.ac.id	1				1

jurnal.uns.ac.id	1				1
jurnal.ustjogja.ac.id	1				1
jurnalbima.id		1			1
jurnalftk.uinsa.ac.id	1				1
jurnalistiqomah.org				1	1
Data Publisher	2021	Tahun Terbit		2024	Grand Total
		2022	2023		
jurnal-stiepari.ac.id		1			1
jurnalsyntaxadmiration.com				1	1
ojs.ekuitas.ac.id	1				1
ojs.unida.ac.id			2		2
ojs.unikom.ac.id			1		1
pasca.jurnalikhac.ac.id			1		1
plj.ac.id	1				1
press.eduped.org			1		1
jurnal-stiepari.ac.id		1			1
prin.or.id			1	1	2
researchgate.net		1	3		4
scholar.archive.org	1				1
sj.eastasouth-institute.com			1		1
stei.ac.id		1			1
studentjournal.umpo.ac.id	1				1
swarajustisia.unespadang.ac.id		1			1
wnj.westscience-press.com			3	1	4
(blank)					
Grand Total	15	12	35	9	71

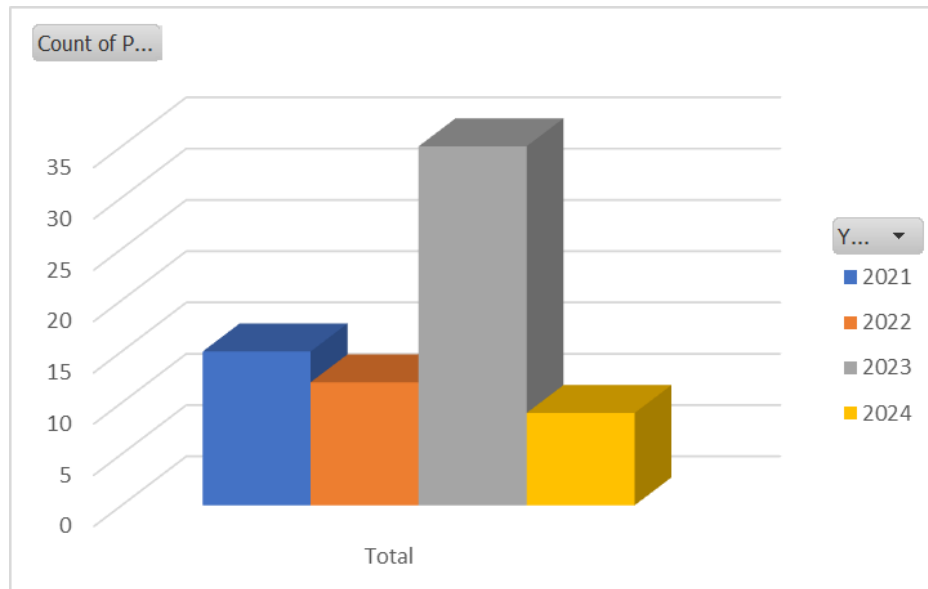
Selanjutnya hasil data dari jumlah citation publisher per tahun yang muncul dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah *Citation* Per Tahun *Publisher*

Jumlah Cites Publisher	Tahun				Grand Total
	2021	2022	2023	2024	
adi-journal.org			22		22
books.google.com		33	359	133	525
Deepublish	75				75
e-journal.hamzanwadi.ac.id	31				31
ejournal.iainponorogo.ac.id		9			9
ejournal.unama.ac.id			1		1
ejournal.unib.ac.id	46				46
ejournal-nipamof.id			16		16
ejurnal.politeknikpratama.ac.id			24		24
ejurnal.stie-trianandra.ac.id			79		79
jerkin.org			53		53
jibeka.asia.ac.id		39			39
jonedu.org			29		29
journal.ikopin.ac.id			72		72
journal.ilmudata.co.id			15		15

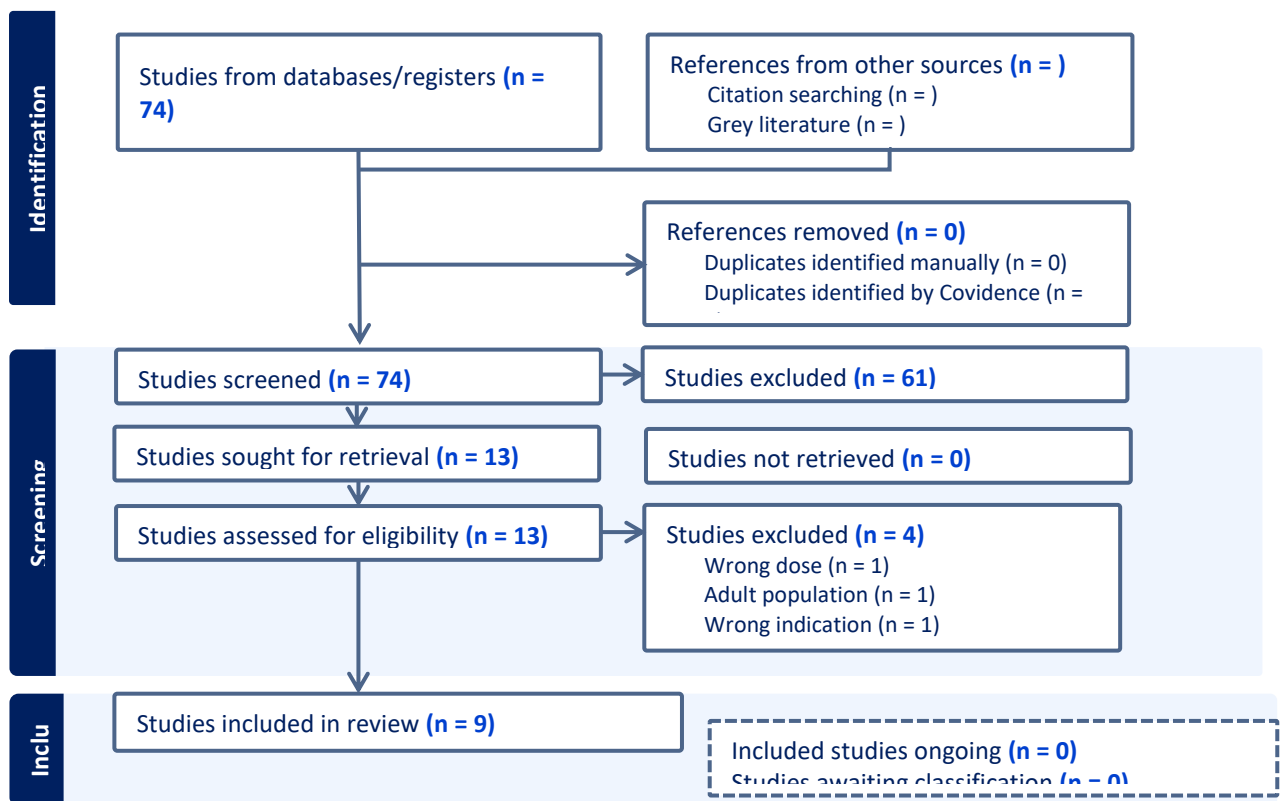
journal.laaroiba.com		10		10
journal.lppmunindra.ac.id	20			20
journal.mediazayna.org			0	0
journal.pandawan.id		35		35
journal.stiemb.ac.id	25			25
journal.uir.ac.id	25			25
journal.universitaspahlawan.ac.id		47		47
journals.ums.ac.id	17			17
jurnal.aksaraglobal.co.id		11		11
jurnal.atmaluhur.ac.id	24			24
jurnal.ibik.ac.id	8	30		38
jurnal.intekom.id			25	25
jurnal.polgan.ac.id			1	1
jurnal.stiatabalong.ac.id	110			110
jurnal.uns.ac.id	19			19
jurnal.ustjogja.ac.id	9			9
jurnalbima.id		1		1
jurnalftk.uinsa.ac.id	34			34
jurnalisticomah.org			10	10
jurnal-stiepari.ac.id		16		16
journalsyntaxadmiration.com			61	61
ojs.ekuitas.ac.id	44			44
ojs.unida.ac.id		45		45
ojs.unikom.ac.id		13		13
pasca.jurnalikhac.ac.id		5		5
plj.ac.id	22			22
press.eduped.org		7		7
prin.or.id		8	18	26
researchgate.net		57	103	160
scholar.archive.org	26			26
sj.eastasouth-institute.com		31		31
stei.ac.id		33		33
studentjournal.umpo.ac.id	7			7
swarajustisia.unespadang.ac.id		5		5
wnj.westscience-press.com		103	20	123
(blank)	117	5		122
Grand Total	614	268	1093	268
				2243

Selanjutnya hasil Grafik Dari 74 data CSV tahun terbitnya artikel dan jurnal dari data.

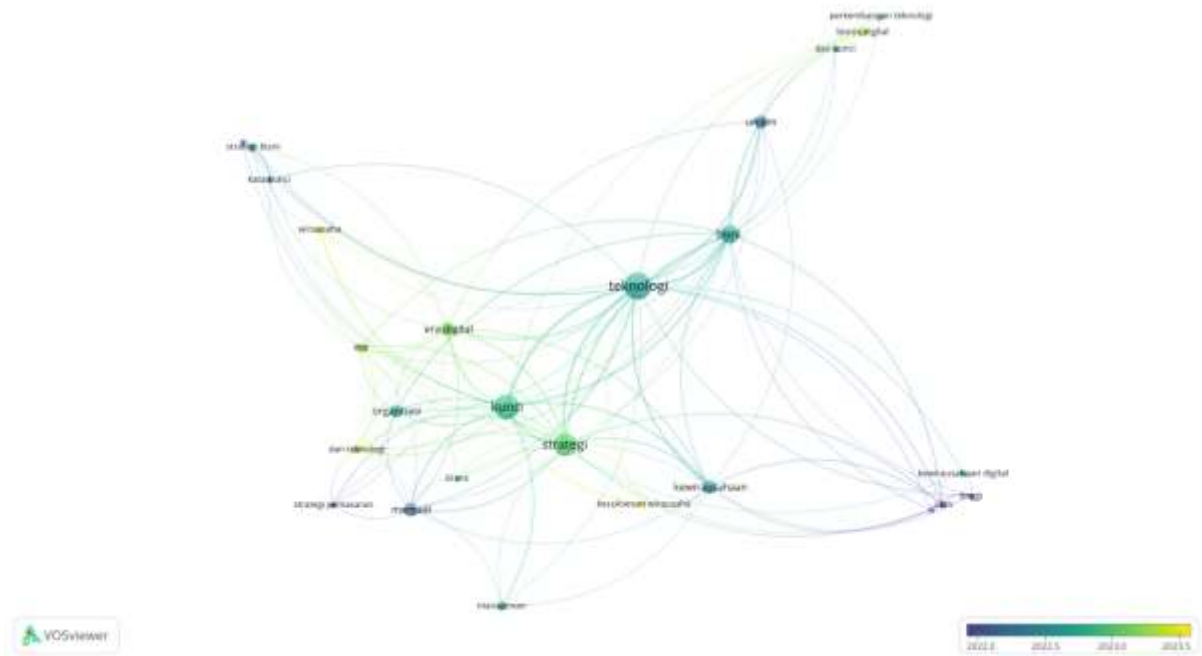


Gambar 2. Hasil Grafik Tahun Terbit

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan diperoleh 74 referensi meta datanya kemudian di lakukan pembuangan data, selanjutnya melakukan data *extraction* yang mana data 74 dimasukan kedalam *convindence* untuk di cari extraction data dan PRISMA berikut pada Gambar 3.

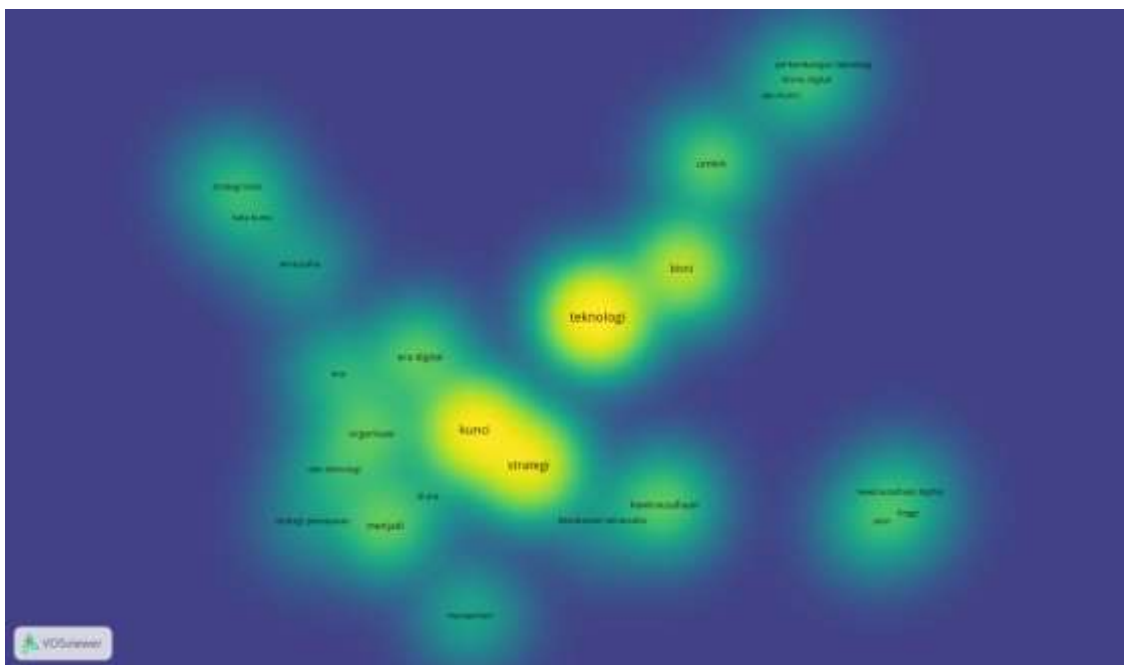


Gambar 3. Prisma Convindence



Gambar 4. Visualisasi *VOSviewer Networks*

Selanjutnya peneliti juga membuat hasil *Biological* dengan *Vosviewer* dengan tanpa jaringan dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Visualisasi *VOSviewer*

DISKUSI

Artikel ini memunculkan berbagai peluang diskusi menarik, terutama mengenai peran teknologi dalam mendukung kewirausahaan berbasis teknologi informasi. Salah satu poin penting adalah bagaimana teknologi seperti machine learning dan big data analytics dapat membantu pengambilan keputusan strategis dalam manajemen produk, meskipun implementasinya sering kali menghadapi hambatan teknis dan biaya. Selain itu, inovasi menjadi faktor utama dalam menjaga daya saing di tengah kebutuhan pengguna yang terus berkembang. Oleh karena itu, strategi yang berfokus pada keberlanjutan dan relevansi produk sangat diperlukan.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen produk yang efektif adalah kunci keberhasilan kewirausahaan berbasis teknologi informasi. Dengan memanfaatkan teknologi terkini, seperti *machine learning* dan *big data analytics*, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan, inovasi berkelanjutan, dan daya saing. Investasi pada pelatihan tim, kolaborasi, serta pengelolaan risiko berbasis data juga penting untuk mendukung pertumbuhan bisnis di era digital.

REKOMENDASI

Perusahaan berbasis teknologi informasi disarankan untuk memanfaatkan teknologi terkini seperti *machine learning* dan *big data analytics*, berinvestasi dalam pelatihan tim manajemen produk, membangun kolaborasi dengan stakeholder, mengembangkan produk yang berfokus pada kebutuhan pengguna, memantau siklus hidup produk secara menyeluruh, menerapkan model bisnis yang tepat, melakukan evaluasi rutin untuk inovasi berkelanjutan, serta mengelola risiko dengan pendekatan berbasis data guna memastikan keberhasilan produk dan daya saing yang berkelanjutan.

REFERENSI

- Andreini, D., & Bettinelli, C. (2017). Systematic literature review. *International Series in Advanced Management Studies*, 7, 1–23. https://doi.org/10.1007/978-3-319-53351-3_1
- Kharisma, I. M., & Wening, N. (2023). *Jurnal E-Bis : Ekonomi-Bisnis Peran Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan* : 7(1), 61–80.
- Olivia, L. F., Veri, J., Putra, U., & Yptk, I. (2024). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*. 8, 849–854.
- Karina, M., Hernaningsih, F., & Rivanto, R. (2022). Strategi Pemasaran Dengan Pemanfaatan

- Fenomena Viral Dan Komunikasi Electronic Word of Mouth Melalui Sosial Media Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 924–942. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2506>
- Pramudya, R. A., Mutiarachim, A., Sunarka, P. S., Kepegawaian, S., & Rumah, K. (2024). *UNTUK MERANCANG STRATEGI PROMOSI TERARAH MENGGUNAKAN ALGORITMA LOGISTIC REGRESSION Showroom Astra Motor Sako Palembang menggunakan metode Naive Bayes , dengan atribut kelas Layak 1399 data dan Tidak Layak 221 data , atribut prediktor yang digunakan nama ,.* 4(5), 2549–2557.
- Safina, L. A., Salsabila, H. A., Ammarullah, N., Marpaung, S. A., Nugroho, R. H., & Ikaningtyas, M. (2024). Implementasi Strategi E-Commerce dalam Perencanaan Bisnis Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 60–68. <https://doi.org/10.62017/merdeka>
- Saputro, S. H., & Atmaja, R. F. B. (2021). Analisis Faktor yang Berpengaruh dalam Kesuksesan Berwirausaha. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 13. <https://doi.org/10.24269/iso.v5i1.501>
- Soputan, G. J., Mamuaja, N. C., & Krisnanda, M. (2021). Strategi Membentuk Wirausaha Baru Di Kampus. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 26(1), 45. <https://doi.org/10.20961/jkb.v26i1.45268>
- Ismi Zuhairah, Diana Novita, Rahayu Rahayu, Asnidar Asnidar, & Ahmad Ridha. (2023). Analisis Determinan Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Jawa Barat. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 09–20. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i1.2231>
- Safina, L. A., Salsabila, H. A., Ammarullah, N., Marpaung, S. A., Nugroho, R. H., & Ikaningtyas, M. (2024). Implementasi Strategi E-Commerce dalam Perencanaan Bisnis Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 60–68. <https://doi.org/10.62017/merdeka>
- Zulkifli, Sugiarto, I., Napu, F., Rukmana, A. Y., & Hastuti, P. (2023). Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature). *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(02), 81–96. <https://doi.org/10.58812/sek.v1i02.87>