

Peran Strategis Pengantar Bisnis Dalam Era Disrupsi

Mhd Luthfi Daulay¹, Imsar²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Corresponding author e-mail: mhdluthfi0110@gmail.com

Article History: Received on 01 Agustus 2025, Revised on 15 Agustus 2025,
Published on 31 Agustus 2025

Abstrak: Penelitian ini bertujuan mengkaji peran strategis mata kuliah *Pengantar Bisnis* dalam membentuk pola pikir kewirausahaan dan inovatif pada mahasiswa maupun pelaku bisnis pemula, sekaligus menelaah faktor-faktor yang memengaruhi lingkungan bisnis di era disrupsi. Metode yang digunakan adalah studi pustaka dengan menelaah literatur akademik, buku teks, dan hasil penelitian sebelumnya yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa *Pengantar Bisnis* berperan sebagai fondasi penting dalam memahami dinamika bisnis modern dan membekali mahasiswa dengan keterampilan abad ke-21, seperti literasi digital, pemikiran kritis, problem solving, kreativitas, dan kolaborasi lintas disiplin. Era disrupsi menuntut integrasi isu-isu kontemporer, seperti transformasi digital, *platform economy*, keberlanjutan, dan etika bisnis digital, ke dalam kurikulum bisnis. Selain itu, penelitian ini menemukan adanya kesenjangan (research gap) antara kurikulum pengantar bisnis yang masih berorientasi pada teori konvensional dengan kebutuhan nyata dunia usaha yang menekankan literasi digital dan inovasi. Temuan ini menegaskan bahwa *Pengantar Bisnis* tidak hanya berfungsi sebagai mata kuliah pengantar, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam menumbuhkan *entrepreneurial mindset* dan sikap inovatif. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya rekonstruksi kurikulum bisnis agar lebih aplikatif, kontekstual, dan berbasis pengalaman nyata, sehingga lulusan mampu berdaya saing dalam ekosistem bisnis global yang kompleks dan penuh ketidakpastian.

Kata Kunci: Era Disrupsi, Pengantar Bisnis, Strategi Bisnis

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat pada era digital telah membawa perubahan mendasar dalam hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis (Prahendratno, Subagja, Rachmawati, & Trigunadi, 2023). Fenomena disrupsi yang ditandai dengan hadirnya inovasi teknologi, digitalisasi, serta perubahan model bisnis konvensional menjadi lebih modern telah menuntut dunia usaha untuk melakukan transformasi agar tetap relevan dan berdaya saing (Afriзал, Rahman, & Putri, 2022). Disrupsi tidak hanya menggantikan cara-cara lama dalam menjalankan bisnis, tetapi juga menghadirkan peluang baru yang sebelumnya tidak terbayangkan.

Dalam konteks akademik, mata kuliah *Pengantar Bisnis* memiliki peran strategis sebagai fondasi pemahaman bagi mahasiswa dalam mengenal dinamika bisnis, baik dari aspek konsep dasar, fungsi, maupun strategi (Oktavianty, Rismayani, & Tarigan, 2023). Melalui penguasaan materi ini, mahasiswa diharapkan mampu memahami perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis global, menganalisis tantangan yang dihadapi pelaku usaha, serta mengembangkan keterampilan berpikir kritis dan inovatif yang diperlukan untuk menghadapi era disrupsi (Vlaanderen & Smith, 2023). Dengan demikian, *Pengantar Bisnis* tidak hanya sekadar memberikan teori tentang fungsi-fungsi manajemen, pemasaran, keuangan, atau produksi, tetapi juga harus mampu menjadi wahana untuk membekali mahasiswa dengan perspektif adaptif terhadap perubahan.

Era disrupsi menuntut adanya perubahan paradigma dalam pendidikan bisnis. Jika sebelumnya pengajaran lebih menekankan pada pemahaman tekstual dan konsep klasik, maka kini pendekatan yang lebih aplikatif, kontekstual, dan berbasis problem solving menjadi suatu kebutuhan. Hal ini penting agar mahasiswa mampu menghubungkan teori dengan praktik nyata dalam dunia usaha yang serba dinamis. Misalnya, pemahaman tentang strategi pemasaran digital, model bisnis berbasis platform, ekonomi kreatif, serta manajemen inovasi menjadi kompetensi yang tidak dapat diabaikan.

Kajian mengenai *Pengantar Bisnis* selama ini sebagian besar masih menekankan pada konsep-konsep dasar yang bersifat konvensional, seperti fungsi manajemen, struktur organisasi, pemasaran tradisional, serta etika bisnis pada konteks normatif. Literatur yang tersedia menempatkan mata kuliah ini sebagai fondasi awal bagi mahasiswa untuk memahami prinsip-prinsip bisnis, namun belum banyak yang menyoroti secara eksplisit bagaimana pengantar bisnis mampu bertransformasi dalam menghadapi era disrupsi. Penelitian (Azizah, 2022), menekankan dinamika perubahan lingkungan bisnis dan konsep *sharing economy*, tetapi belum mengaitkannya secara langsung dengan disrupsi teknologi dalam konteks kurikulum pendidikan bisnis.

Kesenjangan lain tampak pada kurangnya integrasi isu-isu digital dan disrupsi dalam materi pengantar bisnis. Penelitian (Hamid, 2021) menyimpulkan sudah mulai memasukkan aspek transformasi digital, strategi pemasaran berbasis platform, dan keamanan siber, namun belum terdapat kajian yang mendalam mengenai bagaimana kerangka pengantar bisnis dapat secara sistematis menyiapkan mahasiswa menghadapi tantangan digitalisasi yang kompleks. Dengan demikian, terdapat *research gap* antara pengantar bisnis yang diajarkan secara normatif dengan kebutuhan nyata dunia usaha yang menuntut literasi digital, inovasi, dan kemampuan adaptif.

Selain itu, pendidikan bisnis modern di berbagai sekolah manajemen internasional mulai mengadopsi pendekatan probabilistik dan adaptif, misalnya melalui penggunaan model Monte Carlo untuk mengantisipasi ketidakpastian pasar (Harari, 2023). Sayangnya, pendekatan ini belum banyak terintegrasi dalam mata kuliah

pengantar bisnis di Indonesia, yang cenderung masih mengajarkan teori statis tanpa mendorong mahasiswa berpikir adaptif. Hal ini menunjukkan perlunya rekonstruksi kurikulum agar pengantar bisnis tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga membekali keterampilan menghadapi volatilitas bisnis di era disrupsi.

Kesenjangan riset lainnya terlihat pada aspek pendekatan sistemik dalam pendidikan bisnis. Penelitian terbaru mengenai transformasi pendidikan tinggi akibat hadirnya kecerdasan buatan generatif menunjukkan perlunya model sistemik seperti *causal loop diagram* untuk memahami dampak teknologi terhadap proses pembelajaran (Sari & Putra, 2022). Namun, pendekatan ini belum banyak diterapkan pada kajian pengantar bisnis, sehingga pembahasan mengenai peran strategis mata kuliah ini masih parsial dan belum menekankan pada kompleksitas lingkungan digital.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) dalam memosisikan *Pengantar Bisnis* bukan sekadar sebagai mata kuliah pengantar, melainkan sebagai instrumen strategis yang berfungsi membekali mahasiswa dengan perspektif kritis, adaptif, dan inovatif dalam menghadapi disrupsi. Kebaruan pertama terletak pada integrasi isu-isu kontemporer seperti transformasi digital, gig economy, etika bisnis digital, dan ekonomi hijau ke dalam kerangka pengantar bisnis (Oktavianty, Rismayani, & Tarigan, 2023). Kedua, penelitian ini menghadirkan perspektif adaptif dengan menekankan perlunya pendekatan probabilistik dan literasi digital dalam materi pembelajaran (Putriana, 2023). Ketiga, penelitian ini menekankan pendekatan sistemik untuk menghubungkan teori pengantar bisnis dengan dinamika globalisasi dan revolusi teknologi (Salsabila & Agussalim, 2024).

Dengan demikian, novelty penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi konseptual dalam pengembangan kurikulum bisnis, tetapi juga menawarkan perspektif baru bahwa *Pengantar Bisnis* merupakan pilar strategis yang mampu membentuk mahasiswa menjadi generasi adaptif, resilient, dan siap bersaing dalam ekosistem bisnis digital yang penuh ketidakpastian.

Oleh karena itu, studi pustaka mengenai *Peran Strategis Pengantar Bisnis dalam Era Disrupsi* menjadi penting untuk dilakukan. Melalui penelitian ini, akan dikaji bagaimana peran pengantar bisnis dapat memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk cara pandang, pengetahuan, dan keterampilan mahasiswa sebagai calon pelaku bisnis maupun profesional. Selain itu, penelitian ini juga berupaya memetakan relevansi materi pengantar bisnis dengan tantangan-tantangan yang muncul akibat perkembangan teknologi digital dan globalisasi ekonomi.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan konseptual bagi pengembangan kurikulum pendidikan bisnis, sekaligus mempertegas urgensi adaptasi materi *Pengantar Bisnis* agar selaras dengan kebutuhan dunia usaha di era disrupsi. Pada akhirnya, peran strategis pengantar bisnis akan tercermin dari sejauh mana mata kuliah ini mampu menghasilkan sumber daya manusia yang berdaya saing, inovatif, serta siap menghadapi kompleksitas dunia bisnis modern.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (library research) sebagai pendekatan utama. Studi pustaka dipilih karena topik mengenai *peran strategis mata kuliah Pengantar Bisnis dalam era disrupsi* dapat dianalisis secara mendalam melalui telaah terhadap teori, hasil penelitian sebelumnya, dan literatur yang relevan. Menurut (Sugiyono, 2022), penelitian studi pustaka merupakan metode yang mengandalkan data sekunder berupa dokumen, buku, artikel ilmiah, maupun laporan penelitian yang sudah tersedia, sehingga peneliti dapat melakukan analisis kritis terhadap fenomena tanpa keterlibatan langsung di lapangan.

Tahapan penelitian ini dimulai dengan identifikasi isu dan konsep utama yang meliputi “era disrupsi”, “pendidikan bisnis”, dan “peran strategis mata kuliah pengantar bisnis”. Setelah itu dilakukan pengumpulan literatur dari sumber-sumber akademik yang kredibel, seperti buku teks bisnis, jurnal bereputasi, dan prosiding konferensi internasional. Menurut (Creswell, 2020), proses ini penting untuk memastikan keabsahan serta relevansi data yang diperoleh, sekaligus memperkaya sudut pandang teoretis yang mendasari penelitian.

Selanjutnya, dilakukan kritik sumber untuk menilai validitas, orisinalitas, dan relevansi literatur dengan fokus penelitian. Literatur yang digunakan mencakup penelitian-penelitian tentang strategi pendidikan bisnis di era digital, serta kajian terkait transformasi kurikulum bisnis yang menekankan kompetensi kewirausahaan, literasi digital, dan soft skills.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan kualitatif-deskriptif, di mana peneliti menginterpretasikan isi literatur untuk menemukan pola, persamaan, dan perbedaan pandangan terkait peran strategis pengantar bisnis. Menurut (Moleong, 2000), pendekatan ini memungkinkan peneliti mengembangkan pemahaman komprehensif atas suatu fenomena sosial melalui penafsiran teks. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan literatur, tetapi juga menekankan pada konstruksi argumentasi baru mengenai urgensi pengantar bisnis dalam membekali mahasiswa menghadapi disrupsi digital. Dengan metode studi pustaka ini, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan sintesis teoretis yang kuat mengenai kontribusi Pengantar Bisnis dalam mencetak generasi yang adaptif, inovatif, dan kompetitif di tengah transformasi ekonomi global.

C. Hasil dan Pembahasan

Pengantar Bisnis dalam Era Dirupsi

Hasil penelitian studi pustaka ini mengungkapkan bahwa mata kuliah *Pengantar Bisnis* memiliki urgensi strategis dalam membekali mahasiswa menghadapi tantangan era disrupsi. Era disrupsi sendiri ditandai oleh perkembangan teknologi digital, otomasi, kecerdasan buatan, dan perubahan pola konsumsi masyarakat yang memengaruhi model bisnis tradisional. Sejumlah penelitian menyebutkan bahwa transformasi bisnis

akibat disrupsi digital menuntut perubahan orientasi pendidikan bisnis dari sekadar pemahaman konseptual menuju penguasaan keterampilan adaptif, inovatif, dan kolaboratif (Hafni & Fuad, 2020).

Hasil kajian menunjukkan bahwa *Pengantar Bisnis* menjadi fondasi awal dalam menumbuhkan pola pikir kewirausahaan (entrepreneurial mindset). Mahasiswa tidak hanya diperkenalkan pada konsep dasar seperti fungsi manajemen, pemasaran, keuangan, dan produksi, tetapi juga diarahkan pada konteks bisnis digital berbasis platform. Misalnya, fenomena *e-commerce*, *financial technology (fintech)*, hingga *sharing economy* yang memengaruhi model bisnis global saat ini. Sejalan dengan penelitian (Hamid, 2021), pemahaman dasar bisnis harus dikontekstualisasikan dengan perkembangan teknologi digital agar mahasiswa mampu melihat peluang sekaligus risiko yang timbul.

Kedua, literatur menegaskan bahwa era disrupsi menuntut kemampuan berpikir kritis (*critical thinking*) dan pemecahan masalah (*problem solving*). Dalam dunia bisnis modern yang penuh ketidakpastian, mahasiswa perlu dibekali keterampilan analitis untuk membaca data, mengidentifikasi tren, serta merumuskan strategi adaptif. Menurut (Neha, Sharma, Singh, & Kapoor, 2024), integrasi studi kasus digital dan *experiential learning* dalam mata kuliah *Pengantar Bisnis* terbukti efektif meningkatkan literasi digital dan daya saing mahasiswa di pasar global. Dengan kata lain, paradigma pembelajaran tidak lagi menekankan hafalan teori, melainkan keterampilan kontekstual yang aplikatif.

Ketiga, hasil analisis pustaka menyoroti pentingnya kolaborasi lintas disiplin. Pembelajaran *Pengantar Bisnis* pada era disrupsi tidak dapat berdiri sendiri, tetapi harus terintegrasi dengan bidang ilmu teknologi, sosial, budaya, dan bahkan etika. Misalnya, pemahaman tentang *digital marketing*, *big data analytics*, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) kini menjadi aspek fundamental yang perlu diperkenalkan sejak awal. Sejalan dengan pandangan (Sitorus, Sipahutar, Nasution, Purnama, & Iskandar, 2025), pendidikan bisnis yang tidak memasukkan aspek teknologi akan tertinggal dalam menyiapkan generasi yang relevan dengan tuntutan zaman.

Keempat, penelitian ini juga menemukan adanya kesenjangan (gap) antara kurikulum *Pengantar Bisnis* konvensional dengan kebutuhan nyata di lapangan. Banyak kurikulum masih berfokus pada model bisnis tradisional, sementara praktik bisnis telah mengalami percepatan digitalisasi. Hal ini sesuai dengan temuan (Amanda Afriza Putri, 2024) yang menyatakan bahwa rendahnya integrasi literasi digital dalam pembelajaran bisnis menyebabkan lulusan kurang siap menghadapi tantangan era industri 4.0. Oleh karena itu, revisi kurikulum yang menekankan pada inovasi, kreativitas, dan pemanfaatan teknologi digital menjadi keharusan.

Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa *Pengantar Bisnis* di era disrupsi harus bertransformasi dari sekadar mata kuliah pengantar menuju wahana penguatan keterampilan abad 21, seperti *digital literacy*, *collaboration*, *creativity*, dan *adaptability*. Kurikulum yang adaptif akan memungkinkan mahasiswa tidak hanya menjadi pencari

kerja, tetapi juga pencipta lapangan kerja yang inovatif, berdaya saing global, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Faktor yang Mempengaruhi Lingkungan Bisnis di Era Disrupsi

Hasil penelitian berbasis studi pustaka ini menunjukkan bahwa lingkungan bisnis di era disrupsi ditentukan oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi. Era disrupsi, sebagaimana dijelaskan oleh (Obschonka & Audretsch, 2024), adalah kondisi ketika teknologi baru secara radikal menggantikan model bisnis lama dan menciptakan perubahan mendasar dalam struktur industri. Hal ini menyebabkan faktor-faktor yang sebelumnya dianggap stabil kini berubah menjadi dinamis, kompleks, dan penuh ketidakpastian.

Faktor teknologi merupakan pendorong utama yang memengaruhi lingkungan bisnis saat ini. Kemunculan *artificial intelligence (AI)*, *big data analytics*, *Internet of Things (IoT)*, *cloud computing*, hingga *blockchain* telah merevolusi rantai nilai bisnis, mulai dari produksi hingga distribusi (Rifai, 2021). Teknologi digital juga mendorong lahirnya ekosistem bisnis berbasis platform seperti *e-commerce*, *fintech*, *ride-hailing*, dan *edutech* yang menggeser pola konsumsi tradisional. Penelitian (Sari & Putra, 2022) menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas akses pasar, namun menuntut investasi besar dalam infrastruktur dan sumber daya manusia yang terampil.

Globalisasi mempercepat integrasi ekonomi dunia dengan memperluas pasar, mempermudah arus modal, serta memperketat persaingan. Lingkungan bisnis lokal kini tidak lagi hanya dipengaruhi faktor domestik, tetapi juga dipengaruhi kondisi global, seperti fluktuasi harga komoditas, kebijakan perdagangan internasional, dan tren rantai pasok global. Penelitian (Shepherd, 2024) menegaskan bahwa globalisasi digital semakin memperkuat keterhubungan ini, menciptakan peluang ekspor baru, sekaligus menimbulkan ancaman masuknya produk luar yang lebih kompetitif.

Konsumen di era disrupsi lebih kritis, adaptif terhadap teknologi, dan menuntut personalisasi produk maupun layanan. Generasi milenial dan Z, yang menjadi mayoritas konsumen global, mengedepankan kecepatan layanan, kemudahan transaksi digital, serta nilai-nilai keberlanjutan (*sustainability*) dalam keputusan pembelian (Vlaanderen & Smith, 2023). Penelitian (Wicaksono, Audinasari, & Mindayani, 2023) mengungkapkan bahwa perusahaan yang mengoptimalkan *customer experience* berbasis data memiliki daya saing lebih tinggi. Oleh sebab itu, strategi pemasaran berbasis *big data* dan media sosial kini menjadi kunci adaptasi.

Lingkungan bisnis di era disrupsi juga dipengaruhi regulasi pemerintah yang mengatur isu-isu strategis seperti perpajakan digital, perlindungan data pribadi, keamanan siber, serta keberlanjutan lingkungan. Pemerintah berperan sebagai pengendali keseimbangan antara inovasi teknologi dan kepentingan publik. Menurut (Yudhi, Roni, & Melasari, 2024), regulasi yang adaptif mendorong inovasi bisnis, sementara regulasi yang kaku justru dapat menghambat perkembangan industri

digital.

Aspek sosial dan budaya tidak dapat diabaikan dalam membentuk lingkungan bisnis di era disrupsi. Perubahan gaya hidup digital, meningkatnya penggunaan media sosial, serta pergeseran nilai budaya konsumsi turut memengaruhi strategi perusahaan. Generasi muda menuntut keterlibatan perusahaan dalam isu-isu sosial, seperti inklusi, keadilan, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Penelitian (Putriana, 2023) menunjukkan bahwa perusahaan dengan reputasi sosial yang kuat lebih dipercaya oleh konsumen dibandingkan yang hanya berfokus pada keuntungan finansial.

Berdasarkan analisis literatur, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi lingkungan bisnis di era disrupsi tidak berdiri sendiri, melainkan saling berinteraksi. Teknologi digital berperan sebagai penggerak utama yang mengubah model bisnis, globalisasi memperluas cakupan kompetisi, perubahan perilaku konsumen memaksa inovasi layanan, regulasi pemerintah menjadi penentu arah keberlanjutan bisnis, dan faktor sosial budaya memberikan dimensi etis serta legitimasi bagi perusahaan.

Dengan kondisi ini, strategi adaptasi bisnis tidak dapat hanya mengandalkan satu faktor saja. Perusahaan dituntut untuk mengembangkan strategi holistik: memanfaatkan teknologi digital, membangun daya saing global, memahami preferensi konsumen berbasis data, menaati regulasi, serta menanamkan nilai-nilai sosial budaya dalam praktik bisnis. Pendekatan integratif inilah yang diyakini mampu meningkatkan daya tahan dan keberlanjutan bisnis di tengah derasnya gelombang disrupsi.

Peran Pengantar Bisnis Dalam Membentuk Pola Pikir Kewirausahaan dan Inovatif Pada Mahasiswa Atau Pelaku Bisnis Pemula

Hasil penelitian berbasis studi pustaka ini menegaskan bahwa mata kuliah *Pengantar Bisnis* memiliki peran fundamental dalam membentuk pola pikir kewirausahaan (*entrepreneurial mindset*) dan sikap inovatif pada mahasiswa maupun pelaku bisnis pemula. Dalam konteks era disrupsi yang penuh ketidakpastian, perubahan cepat, serta kompetisi global, pola pikir kewirausahaan bukan sekadar keterampilan membuka usaha baru, melainkan juga kemampuan berpikir kritis, berorientasi pada solusi, mampu berinovasi, serta memiliki ketahanan mental dalam menghadapi risiko dan kegagalan (Larasati & Agussalim, 2024).

Mata kuliah *Pengantar Bisnis* memperkenalkan mahasiswa pada prinsip dasar dunia usaha, seperti fungsi manajemen, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan operasi. Pemahaman awal ini bukan hanya pengetahuan konseptual, tetapi juga titik awal pembentukan *mindset* kewirausahaan. (Ingsih, Astuti, Riyanto, & Perdana, 2023) menegaskan bahwa pemahaman struktur bisnis sejak dini membantu mahasiswa memiliki visi jangka panjang dalam mengembangkan usaha, serta mampu membaca dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah.

Era disrupsi menuntut lahirnya pelaku bisnis yang inovatif. *Pengantar Bisnis* berperan penting dalam memfasilitasi pengembangan kreativitas melalui metode pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*), studi kasus, dan simulasi bisnis. Menurut (Agussalim, 2024), metode pembelajaran berbasis pengalaman meningkatkan kemampuan mahasiswa menghasilkan ide-ide inovatif yang aplikatif. Inovasi yang dimaksud tidak hanya dalam bentuk produk, tetapi juga model bisnis, strategi pemasaran, dan manajemen operasional. (Harari, 2023) menekankan bahwa inovasi merupakan fungsi utama dari kewirausahaan, dan harus dilatih sejak fase pendidikan awal bisnis.

Kewirausahaan selalu terkait dengan risiko, sehingga pembelajaran *Pengantar Bisnis* diarahkan untuk membentuk keberanian mengambil risiko yang terukur (*calculated risk-taking*). Materi seperti analisis SWOT, manajemen risiko, dan strategi mitigasi membantu mahasiswa memandang risiko bukan sebagai hambatan, melainkan peluang yang dapat dikelola. (Fleming, 2024) menemukan bahwa mahasiswa yang memahami konsep dasar bisnis lebih percaya diri menghadapi ketidakpastian usaha dibandingkan mereka yang hanya mengandalkan intuisi. Selain itu, *Pengantar Bisnis* juga menumbuhkan ketahanan mental (*resilience*) untuk bangkit dari kegagalan, yang merupakan ciri khas wirausahawan sukses (Afrizal, Rahman, & Putri, 2022).

Dalam era Revolusi Industri 4.0, inovasi tidak dapat dilepaskan dari penguasaan teknologi. Oleh karena itu, *Pengantar Bisnis* yang terintegrasi dengan literasi digital berperan besar dalam membentuk pola pikir inovatif. Mahasiswa diperkenalkan pada *e-commerce*, *digital marketing*, *big data analytics*, dan konsep *platform economy*. (Azizah, 2022) menegaskan bahwa literasi digital adalah prasyarat utama untuk menciptakan inovasi berkelanjutan. Penelitian (Salsabila & Agussalim, 2024) juga memperlihatkan bahwa mahasiswa dengan pemahaman literasi digital lebih siap mengembangkan usaha berbasis teknologi dan lebih cepat beradaptasi dengan perubahan pasar.

Selain pengetahuan dan keterampilan, *Pengantar Bisnis* juga menanamkan karakter kewirausahaan seperti disiplin, kerja keras, kepemimpinan, tanggung jawab, dan etika bisnis. Penelitian oleh (Aprilia & Subiyantoro, 2022) menyebutkan bahwa dalam dunia bisnis modern, etika dan keberlanjutan adalah faktor penting yang membangun kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, *Pengantar Bisnis* juga berperan sebagai wahana pembentukan integritas moral pelaku usaha pemula.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa peran *Pengantar Bisnis* tidak terbatas pada transfer pengetahuan dasar, tetapi juga sebagai instrumen transformasi pola pikir kewirausahaan dan inovatif. Mahasiswa dan pelaku bisnis pemula yang memperoleh bekal ini lebih siap menghadapi tantangan era disrupsi secara kognitif, mereka memahami prinsip dasar dunia usaha. Secara afektif, mereka memiliki sikap berani, kreatif, dan resilien. Secara praktis, mereka mampu menciptakan inovasi berbasis teknologi digital. Dengan demikian, *Pengantar Bisnis* menjadi kunci dalam

mencetak generasi wirausaha baru yang kreatif, adaptif, berdaya saing global, dan beretika.

D. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Pengantar Bisnis* memiliki peran strategis dalam membentuk pola pikir kewirausahaan dan inovatif bagi mahasiswa maupun pelaku bisnis pemula di era disrupsi. Melalui pemahaman dasar tentang konsep bisnis, mahasiswa didorong untuk mengembangkan literasi digital, kreativitas, serta kemampuan adaptasi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang dipengaruhi oleh teknologi, globalisasi, perilaku konsumen, regulasi, dan faktor sosial-budaya. Temuan ini mengimplikasikan perlunya transformasi kurikulum yang lebih integratif dengan teknologi digital dan berbasis pengalaman, agar mampu mencetak wirausahawan yang resilien dan kompetitif. Keterbatasan penelitian ini adalah sifatnya yang berbasis studi pustaka, sehingga kesimpulan masih bersifat konseptual dan belum menggambarkan kondisi empiris di lapangan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan kajian empiris melalui survei atau studi kasus, serta mengeksplorasi model pembelajaran inovatif seperti *blended learning* dan inkubasi bisnis guna memperkuat peran *Pengantar Bisnis* dalam membentuk generasi wirausaha yang siap menghadapi tantangan era disrupsi.

Daftar Pustaka

- Afrizal, A., Rahman, B., & Putri, C. (2022). Transformasi kurikulum pengantar bisnis: Konteks sharing economy dan digitalisasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 45–60.
- Agussalim. (2024). Tinjauan Literatur Peran Teknologi Digital dalam Bisnis: Dampak Disruptif TI pada Perusahaan. *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi*, 2(2), 157–164.
- Amanda Afriza Putri, L. R. (2024). ANALISIS PERILAKU MAHASISWI SEBAGAI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP DAYA BELI PRODUK ONLINE DI E-COMMERCE SHOPEE. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 27(2), 8-24. Retrieved from <https://esensijournal.com/index.php/esensi/article/view/33>
- Aprilia, A., & Subiyantoro. (2022). PELUANG DAN TANTANGAN: (BISNIS DI ERA DISRUPSI. *Jurnal Eduscience (JES)*, 9(2), 377-387.
- Azizah, S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Sikap Terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Universitas Jambi. *Dinamika Manajemen*, 10(2), 183-192.
- Creswell, J. (2020). *Desain Penelitian: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (edisi ke-4)*. Thousand Oaks: CA: Publikasi Sage.

- Fleming, J. (2024). Causal loop diagram sebagai pendekatan sistemik dalam pendidikan berbasis kecerdasan buatan. *Jurnal Teknologi Pendidikan Internasional*, 9(1), 77-92.
- Hafni, I., & Fuad, I. (2020). Pengembangan kurikulum bisnis berbasis kompetensi abad 21. *Jurnal Pendidikan Manajemen*, 7(3), 110-125.
- Hamid, A. (2021). Literasi digital dan kesiapan sumber daya manusia menghadapi era industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 155-167.
- Harari, Y. (2023). Pendidikan bisnis dan tantangan era disrupsi. *Education and Innovation*, 5(2), 23-32.
- Ingsih, K., Astuti, S., Riyanto, F., & Perdana, T. (2023). Model Digital Kurikulum untuk Program MBKM Menuju Kesiapan Kerja Generasi Z Menghadapi Era Industri 4.0. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 29(2), 180-196.
- Larasati, P. C., & Agussalim. (2024). Tinjauan literatur peran teknologi digital dalam bisnis: Dampak disruptif TI pada perusahaan. *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi*, 2(2), 157-164.
- Moleong, L. J. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Neha, S., Sharma, E. K., Singh, N., & Kapoor, A. (2024). Impact of artificial intelligence on businesses: From research, innovation, market deployment to future shifts in business models. *Entrepreneurship & Innovation Review*, 7(3), 35-50.
- Obschonka, M., & Audretsch, D. B. (2024). Artificial intelligence and big data in entrepreneurship: A new era has begun. *Journal of Business Venturing Insights*, 10(1), 1-16.
- Oktavianty, H., Rismayani, R., & Tarigan, I. H. (2023). *PENGANTAR BISNIS (DISRUPSI, DIVERSIFIKASI, DAN DIGITALISASI)*. Yogyakarta: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Prahendratno, A., Subagja, A. D., Rachmawati, R., & Trigunadi, A. (2023). *BUKU AJAR PENGANTAR BISNIS*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Putriana, A. (2023). Analisis strategi bisnis di era transformasi digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 223-232.
- Rifai, A. (2021). Inovasi model bisnis dalam era disrupsi digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 45-57.

- Salsabila, K., & Agussalim. (2024). Literatur Review: Bisnis di Era Digital dan Dampak Disruptif TI pada Perusahaan. *Neptunus: Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 4(2), 143-152. doi:10.61132/neptunus.v2i4.430
- Sari, D., & Putra, A. (2022). Experiential learning berbasis teknologi dalam pengajaran pengantar bisnis. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 89-104.
- Shepherd, D. (2024). Educating entrepreneurship students about emotion and learning from failure. *Academy of Management Learning & Education*, 3(2), 274-287.
- Sitorus, L. S., Sipahutar, M. I., Nasution, S. N., Purnama, L., & Iskandar, T. (2025). Literature Review on the Use of Technology-Based Learning Media in the Context of Distance Learning. *Jurnal Medika: Medika*, 4(3), 283-289. doi:10.31004/bkxg7355
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Vlaanderen, P., & Smith, J. (2023). Probabilistic thinking and Monte Carlo simulations in business education. *International Journal of Business Education*, 8(4), 102-119.
- Wicaksono, B., Audinasari, R., & Mindayani, R. (2023). Meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM di era disrupsi: Suatu tinjauan dalam perspektif ekonomi makro. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi*, 3(2), 160-173.
- Yudhi, N., Roni, K. A., & Melasari, M. (2024). Urgensi itjihad kontemporer terhadap bisnis di era disrupsi. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 7(1), 73-81.