



8.62% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

Report #11172716

BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Perubahan era dari era industry ke era informasi memunculkan generasi baru yang selalu terkoneksi dengan internet di setiap aspek kehidupannya. Adanya kehidupan yang selalu terkoneksi dengan internet ini menyebabkan munculnya suatu pangsa pasar bagi pelaku bisnis seperti dengan bermunculannya online shop, e-commerce maupun para pelaku bisnis yang memanfaatkan sosial media sebagai platform bisnisnya. Data pada tabel 1 mengungkap besarnya peluang pangsa pasar online sales ini. Tabel 1 Market Size Retail Online Sales Indonesia Tahun Penjualan online (USD) Penjualan Retail (USD) % Kontribusi penjualan online dari Retail 2013 1,800,000 363,420,000 0.50% 2014 2,600,000 411,290,000 0.63% 2015 3,560,000 473,910,000 0.75% 2016 4,490,000 543,070,000 0.83% 2017 5.330.000 580.650.000 0,91% 2018 6.500.000 618.240.000 1,05% Sumber : [REPORT CHECKED AUTHOR
#1117271611 AUG 2020, 10:36 AM ANDRE KURNIAWAN](https://www.bcgperspectives.com/Tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat peningkatan penjualan online di Indonesia dan diperkirakan trend yang sama akan terjadi di tahun-tahun berikutnya. Kondisi ini menarik bagi para entrepreneur yang mengembangkan bisnisnya dengan menggunakan basis teknologi internet sebagai core bisnisnya atau disebut dengan teknopreneur. Technopreneur merupakan istilah lain dari wirausaha berbasis teknologi, sehingga kata kunci</p></div><div data-bbox=)