

**LAPORAN AKHIR  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN  
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**FENOMENA ELON MUSK SEBAGAI *ROLE MODEL* TRANSFORMATOR BISNIS BAGI  
KAWULA MUDA DI INDONESIA**

**SPK No. 0673-Int-KLPPM/UNTAR/IX/2023**

**Disusun oleh:**

**Ketua Tim**

Dr. Ignatius Roni Setyawan, S.E., M.Si. – NIDN 0318037301 / NIK 10103011

**Anggota:**

Claudia Gita Hapsari – NIM 118212002

Novrida Fransisca Situmorang – NIM 117211037

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA  
NOVEMBER 2023**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PKM**  
Periode II Tahun 2023

1. Judul PKM : Fenomean Elon Musk Sebagai Role Model Transformator Bisnis bagi Kawula Muda Di Indonesia
2. Nama Mitra PKM : Dr. Titus Indrajaya, SE, MM
3. Ketua Tim PKM :
- A. Nama dan Gelar : Dr. Ignatius Roni Setyawan, SE, M.Si
- B. NIDN/NIK : 0318037301/10103011
- C. Jabatan/Gol. : Lektor Kepala (520)/ IID
- D. Program Studi : S1 Manajemen
- E. Fakultas : Ekonomi & Bisnis
- F. Bidang Keahlian : Manajemen
- G. Nomor HP/Tlp : 081210398269
4. Mahasiswa yang terlibat
- A Jumlah Anggota : 2 orang  
    (Mahasiswa)
- B. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Claudia Gita Hapsari (118212002) Jenjang S3
- C. Nama & NIM Mahasiswa 2 : Novrida F.Situmorang (117211037) Jenjang S2
- D. Nama & NIM Mahasiswa 3 : -
- E. Nama & NIM Mahasiswa 4 : -
5. Lokasi Kegiatan Mitra : Universitas Respati Indonesia
- A. Wilayah Mitra : Bambu Apus, Cipatyung
- B. Kabupaten/Kota : Jakarta Timur
- C. Provinsi : DKI
6. Metode Pelaksanaan : ~~Luring~~/Daring
7. Luaran yang dihasilkan :
- a. Luaran Wajib : Artikel Ilmiah (JBMI UNTAR)
- b. Luaran Tambahan : HKI (Model CSR dan CDR Tesla)
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : Januari-Juni/~~Juli-Desember~~
8. Biaya yang disetujui LPPM : Rp. 10.000.000,-

Menyetujui,  
Ketua LPPM



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D.,  
PE, M.ASCE  
NIK:10381047

Jakarta, 18 Desember 2023  
Ketua Pelaksana

  
Dr., Ign. Roni Setyawan, SE, M.Si  
NIDN: 0318037301

## RINGKASAN

Berdasarkan hasil penelitian Hapsari dan Setyawan (2021) disimpulkan bahwa sosok entrepreneur dan pemimpin seperti Elon Musk memiliki 2 dimensi penting yakni CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan CDR (*Corporate Digital Responsibility*) yang dibutuhkan setiap negara termasuk Indonesia. Fenomena Elon Musk yang begitu menginspirasi kawula muda di Indonesia mendorong tim PKM melakukan kegiatan penawaran webinar interaktif kepada lembaga-lembaga Pendidikan Tinggi di Jakarta yang memiliki minat topik fenomena Elon Musk tersebut. Dari sekian banyak lembaga pendidikan tinggi ini, terdapat Universitas Respati Indonesia (URINDO) di Jakarta Timur yang memiliki minat tinggi mengembangkan satu prodi bisnis digital.

Setelah melakukan rangkaian rapat persiupa pada 13 & 28 Oktober 2023 serta tanggal 8 & 16 November 2023 maka kegiatan PKM akhirnya berlangsung secara daring dengan memakai media zoom tanggal 17 November 2023 jam 13-15,30 WIB yang terkoneksi pada youtube untuk live streaming. Agenda tersebut berlangsung sukses dan lancar dengan dihadiri oleh lebih dari 100 mahasiswa dan lebih dari 10 dosen FMB URINDO. Sebagian besar mahasiswa terlibat aktif dalam kegiatan webinar dengan mengajukan pertanyaan soal seputar profil Elon Musk sebagai role model transformatir bisnis. Semua pertanyaan audiens dapat dijawab dengan baik oleh tim PKM dengan satu poin jawaban penting yakni ambillah hal positif dari Elon Musk yakni percaya diri dan optimistik, namun tetaplah rendah hati dan ramah agar tetap menjadi figur bisnis yang dicintai Masyarakat luas.

Dalam sesi FGD (Focus Group Discussion) setelah selesai agenda webinar maka tim PKM dan tim dosen FMB URINDO berhasil mencapai kesamaan pandangan tentang 4 hal penting dalam pendirian prodi bisnis digital. Keempat hal penting ini adalah profil lulusan, profil dosen, struktur kurikulum dan bahan kajian. Berangkat dari definisi CSR dan CDR yang sudah tim PKM paparkan di sesi webinar maka dapat ditulis *draft* bahan kajian matakuliah prodi bisnis digital yaitu Etika Bisnis Digital, Simulasi dan Mentoring Bisnis Digital, Pemasaran Digital serta Fintech.

Kata Kunci: Elon Musk, CSR, CDR, Prodi Bisnis Digital FMB URINDO

## PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan topik Fenomean Elon Musk Sebagai Role Model Transformator Bisnis bagi Kawula Muda Di Indonesia dengan mitra FMB URINDO secara daring pada tanggal 17 November 2023 berjalan dengan lancar, sehingga kami dapat menyelesaikan laporan akhir kegiatan PKM ini tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Kami menyadari bahwa terlaksananya kegiatan PKM dan penyusunan laporannya adalah berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) Universitas Tarumanagara, Bapak Ir. Jap Tji Beng, MMSI, M.Psi, Ph.D (Ketua LPPM UNTAR), Ibu Dr. Ir. Endah Setianingsih, MT (Manager Bidang PKM LPPM UNTAR), bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, SE, MM, MBA (Dekan FEB UNTAR), dan berbagai pihak lainnya yang telah memberikan dukungan pendanaan, bimbingan, perhatian dan arahan yang bermanfaat bagi kami untuk melakukan penyelesaian laporan akhir PKM ini,

Laporan akhir ini dibuat dengan tujuan melaporkan semua kegiatan dan target luaran yang harus sesuai dengan proposal. Selain itu laporan akhir juga akan digunakan sebagai pedoman untuk menyusun proposal kegiatan PKM selanjutnya dan hal-hal yang perlu perbaikan dari segi isi, format dan jenis-jenis luaran wajib dan tambahan,

Kami menyadari bahwa laporan akhir ini memang masih terdapat ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik membangun kami harapkan. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami mengucapkan banyak terima kasih. Semoga laporan ini bermanfaat untuk kita semua.

Jakarta, 18 Desember 2023

Ketua Tim Pelaksana,



Dr. Ignatius Roni Setyawan, SE, M.Si

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul	1
Halaman Pengesahan	2
<b>A. Laporan Akhir Pengabdian Kepada Masyarakat</b>	
Ringkasan	3
Prakata	4
Daftar Isi	5
Daftar Tabel	6
Daftar Gambar	7
Daftar Lampiran	8
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	9
1.1 Analisis Situasi	9
1.2 Permasalahan Mitra	11
1.3 Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait	11
1.4 Uraian Keterkaitan Topik dengan Peta Jalan PKM yang ada di Rencana Induk Penelitian dan PKM UNTAR	12
<b>BAB II. SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN</b>	13
2.1 Solusi Permasalahan	13
2.2 Luaran Kegiatan PKM	14
<b>BAB III. METODE PELAKSANAAN</b>	15
3.1 Tahapan/Langkah-Langkah Solusi Bidang Pemberdayaan Sivitas Akademika Kampus	15
3.2 Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM	16
3.3 Kepakaran dan Pembagian Tugas TIM	16
<b>BAB IV. HASIL DAN LUARAN YANG DI CAPAI</b>	18
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	21
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	22
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	23

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Luaran Kegiatan	14
Tabel 2. Tim Pengusul, Status dan Kepakaran	16
Tabel 3. Nama dan Tugas Tim Pengusul	17
Tabel 4. Diskusi Tanya Jawab dengan Audiens (Webinar Interaktif) tanggal 17 November 2023	19
Tabel 5. Diskusi Tanya Jawab dengan Audiens (FGD) tanggal 17 November 2023	20

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Fenomena Elon Musk bagi Masyarakat Internasional	9
Gambar 2.	Pelaksanaan Kegiatan PKM tanggal 17 November 2023	17
Gambar 3.	Pelaksanaan Kegiatan PKM tanggal 17 November 2023 (sesi Diskusi & Tanya Jawab)	19
Gambar 4.	Satu Pokok Bahasan Utama FGD tanggal 17 November 2023	20

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Materi Yang Disampaikan ke Mitra	23
Lampiran 2. Foto-Foto Kegiatan & Link Video Kegiatan	54
Lampiran 3. Luaran Wajib: <i>Draft</i> Artikel Ke Jurnal SERINA UNTAR	56
Lampiran 4. Luaran Tambahan: Sertifikat HKI (Model CSR dan CDR Tesla)	70
Lampiran 5. Poster Kegiatan PKM tanggal 17 November 2023	78

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Analisis Situasi

Sejak diperkenalkan oleh Klaus Schwab pada tahun 2015, dunia memasuki era revolusi industri keempat atau lebih dikenal sebagai Industri 4.0. Kehidupan manusia menjadi semakin didigitalisasi dan saling terhubung dalam tingkat yang tidak pernah dibayangkan sebelumnya. Semakin maraknya *fintech*, *online marketplace*, *online payment*, dan platform yang memungkinkan orang dari berbagai dunia untuk saling terhubung melalui alat komunikasi seperti Zoom dan Microsoft Teams, menandai gaya hidup masyarakat saat ini, terutama dengan semakin meningkatnya penggunaan *smartphone* dan berbagai perangkat digital lainnya. Berbeda dengan era revolusi industri sebelumnya, sudah banyak penemuan yang memudahkan kehidupan manusia secara nyata yang telah diciptakan sebelum Industri 4.0 dimulai. Banyak yang menantikan inovasi yang dapat mengubah dunia dan kehidupan manusia secara mendalam seperti yang telah ditemukan oleh tokoh-tokoh legendaris di atas. Perubahan itu tentunya dapat sangat dirasakan implementasinya oleh manusia apabila perubahan tersebut dapat berbentuk nyata dan memberikan khir bagi kehidupan manusia dan lingkungan. Hal ini terutama sangat berkaitan dengan semakin besarnya masalah pencemaran lingkungan dan keberlangsungan hidup manusia dalam beberapa dekade ke depan dengan sumber daya dalam planet bumi yang semakin berkurang karena meningkatnya konsumerisme. Saat ini, dunia membutuhkan seorang sosok visioner yang mampu membawa perubahan dalam kehidupan manusia secara nyata dan berkesinambungan bagi kelanjutan kehidupan generasi-generasi berikutnya di masa mendatang, bukan hanya ditekankan pada konsumsi saat ini maupun keuntungan sebesar-besarnya. Tentunya negara yang mampu menaungi sosok Elon Musk akan menjadi unggul dalam Industri 4.0 ini, dalam segi ekonomi dan terlebih sisi kemanusiaan.(lihat gambar 1).



Gambar 1. Fenomena Elon Musk bagi Masyarakat Internasional

Salah satu sosok yang menarik mata masyarakat dunia adalah Elon Musk, sang *Chief Executive Officer* (CEO) perusahaan Tesla yang bergerak di bidang mobil listrik. Perusahaan Tesla sangat terkenal dan memiliki pengaruh yang besar, hingga menjadi salah satu dari ‘‘*The Most Influential Companies*’’ pada tahun 2021 menurut majalah Time dengan gerakannya untuk mengubah industri otomotif menjadi berbasis listrik. Kapitalisasi pasar Tesla yang terbilang perusahaan baru dibandingkan dengan raksasa-raksasa otomotif lainnya seperti General Motors, Honda, dan Toyota juga terbilang sangat besar.

Elon Musk yang pada tahun 2021 ini menjadi orang terkaya nomor 2 di dunia ini juga menciptakan perusahaan-perusahaan inovatif lainnya seperti SpaceX, Neuralink, dan OpenAI. Seluruh perusahaannya memiliki misi untuk menciptakan sesuatu yang futuristik bagi kehidupan manusia. Tidak hanya itu, salah satu perusahaan yang diciptakannya yang bernama X.com juga sudah melakukan merger dan berubah menjadi PayPal, yang merupakan salah satu perusahaan fintech multinasional yang memudahkan pembayaran antar negara dan antar mata uang (Vance, 2015).

Tecee (2018) menyatakan perusahaan paling terkenal identik dengan Musk selain Tesla adalah SpaceX, yang terkenal karena berkaitan visi besar Musk membawa manusia hidup di planet Mars. Dengan berkembangnya penjelajahan antariksa dan pengembangan pesawat luar angkasa yang semakin canggih dengan didukung oleh NASA, hal ini bukanlah menjadi sesuatu yang tidak mungkin dan dapat menjadi alternatif lain bagi manusia untuk tinggal di luar planet bumi yang sumber dayanya terbatas. Dalam Industri 4.0, tentunya seorang pebisnis beserta perusahaannya harus ditinjau dari sisi tanggung jawab sosial maupun digitalnya. Seorang pebisnis tidak bisa mengabaikan kedua dimensi tersebut, karena keduanya memiliki dampak yang sangat penting dalam memastikan bahwa keadilan bagi setiap masyarakat tetap terjamin.

Teknologi digital yang semakin banyak membantu kehidupan manusia juga harus diperhatikan moralitas dan etikanya dalam penggunaannya. Sebagai contoh dalam penggunaan dalam kehidupan masyarakat luas sehari-hari, telepon genggam dan aplikasi dapat memperoleh banyak data para penggunanya tanpa disadari oleh pengguna tersebut. Banyak sistem digital yang bisa dimanfaatkan oleh suatu pihak, seperti data pengguna internet yang dibagikan ke pihak lain.

*Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah konsep yang sudah cukup dikenal dalam dunia bisnis dan manajemen sejak tahun 1950-an. Bahkan sejak ratusan tahun yang lalu, sudah dapat ditemukan indikasi bahwa perusahaan berusaha untuk memperbaiki kehidupan masyarakat dan kelompok *stakeholders*. Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan bukan hanya harus mementingkan keuntungan finansial, namun harus mampu meningkatkan kehidupan pihak-pihak eksternal, termasuk masyarakat.

Apabila suatu bisnis atau perusahaan ingin dikatakan dapat memberikan dampak yang baik bagi masyarakat dan dunia, maka perusahaan tersebut harus mempunyai *Corporate Social Responsibility* yang unggul. Berbeda dengan *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Digital Responsibility* (CDR) baru mulai berkembang pada era Industri 4.0 ini. Perusahaan juga harus ikut bertanggung jawab untuk memastikan bahwa hal-hal yang merugikan konsumen secara digital melalui kegiatan online mereka dengan menggunakan smart devices tidak sampai terjadi. Perusahaan harus berusaha untuk membangun budaya *Corporate Digital Responsibility* dalam setiap tingkat manajemen agar tidak terjadi pemanfaatan yang tidak bertanggungjawab dalam kehidupan konsumen yang semakin terdigitalisasi.

## **1.2 Permasalahan Mitra**

Fenomena Elon Musk yang begitu menginspirasi kawula muda di Indonesia mendorong tim PKM melakukan penawaran webinar interaktif kepada lembaga-lembaga Pendidikan Tinggi di Jakarta. Dari sekian banyak lembaga pendidikan tinggi ini, terdapat Universitas Respati Indonesia (URINDO) di Jakarta Timur yang memiliki minat tinggi mengembangkan satu prodi bisnis digital. Untuk memulai perintisan prodi baru ini, maka diperlukan berbagai langkah strategik. Satu langkah strategik yang dapat dipilih adalah kegiatan webinar interaktif mengundang tim PKM untuk mendiseminasikan hasil penelitian fenomena Elon Musk agar nantinya poin-poin penelitian dapat diturunkan menjadi rumpun berbagai mata kuliah dalam prodi bisnis digital di FMB URINDO. Dengan begitu persoalan mitra adalah keinginan mendirikan prodi baru bisnis digital dan, solusi yang dipilih adalah webinar interaktif tim PKM dengan tambahan Focus Group Discussion (FGD) guna menghasilkan pokok mata kuliah rumpun bisnis digital.

## **1.3. Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait**

Hasil penelitian Hapsari dan Setyawan (2021) memperoleh rincian dua dimensi role model transformator bisnis dalam aspek 4 item CSR dan 4 item CDR. Menurut Carroll (2016) 4 item CSR ini meliputi *Economic Responsibilities*, Tesla selalu berupaya mencari cara untuk menurunkan biaya sehingga dapat meningkatkan laba, salah satunya melalui kegiatan mass produksi di China. *Legal Responsibilities*, Tesla menaati peraturan di tempat-tempat perusahaannya beroperasi, termasuk untuk pabrik-pabriknya. Sebagai contoh, Tesla mematuhi *Foreign Corrupt Practices Act* (FCPA), *Ethical Responsibilities*, Tesla memastikan bahwa mobilnya ramah lingkungan sehingga tidak menambah emisi *greenhouse gas* jika dibandingkan dengan mobil konvensional dan *Philanthropic Responsibilities*, Tesla

menyumbang ratusan mesin ventilator kepada New York untuk memenuhi kebutuhan mesin tersebut dalam pandemi COVID-19 pada bulan Maret tahun 2020.

Lobchat, et.al. (2021) menyatakan 4 aspek CDR mencakup: (1) penciptaan teknologi dan pengambilan data, (2) operasi dan pengambilan keputusan, (3) inspeksi dan penilaian dampak, dan (4) perbaikan teknologi dan data. Dan dalam konteks Elon Musk (Tesla), maka secara umum implementasi CDR adalah seluruh mobil Tesla, baik saat mode autopilot diaktifkan maupun dinonaktifkan, mengirimkan data ke cloud perusahaan yang diolah oleh *Artificial Intelligence* (AI). Tesla bisa mengumpulkan berbagai data terkait dengan mobil dan pengemudinya, mulai dari penempatan tangan disetir mobil hingga bagaimana pengemudi mengoperasikan Tesla. Seluruh data memiliki nilai sangat besar untuk memperbaiki sistem Tesla [Lewrick, et.al. (2018) dan Denings (2023)].

#### **1.4. Uraian Keterkaitan Topik dengan Peta Jalan PKM yang ada di Rencana Induk Penelitian dan PKM UNTAR**

Topik PKM tentang Fenomena Elon Musk sebagai Role Model Transformator Bisnis sangat erat dengan topik Penelitian dan PKM Unggulan ke-7 yakni Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk pemberdayaan masyarakat, pemanfaatan dan pelestarian sumber daya alam pada isu strategis: semakin strategisnya peranan sistem informasi untuk strategi organisasi. Hal ini dipilih atas dasar bahwa aspek teknologi informasi dalam wujud bisnis digital sudah menjadi entitas baru bagi semua bentuk organisasi. Melalui kegiatan PKM dalam bentuk webinar interaktif dan beberapa FGD, FMB URINDO sebagai mitra dapat merealisasikan tujuan pendirian prodi bisnis digital dengan proses perencanaan yang baik dan matang. Sebab sebagaimana diketahui di Indonesia, banyak prodi bisnis digital bermunculan tetapi dengan nomenklatur yang masih seperti prodi bisnis konvensional. Dengan begitu kegiatan PKM mencoba memberikan solusi penamaan pokok mata kuliah bisnis digital. Berbasis 4 aspek CSR dan CDR nantinya dapat diturunkan menjadi berbagai topik-topik khusus yang dapat dikonversi menjadi rumpun mata kuliah prodi bisnis digital.

## BAB 2 SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

### 2.1. Solusi Permasalahan

Guna merealisasikan solusi permasalahan mitra FMB URINDO yang memiliki minat pendirian prodi bisnis digital atas dasar fenomena Elon Musk, maka tim PKM merencanakan dua jenis solusi:

a. Webinar Interaktif

Webinar ini membahas tentang Detil Fenomena Elon Musk mulai dari awal mula bisnis terkait hingga menjadi besar bisnis yang ada. Setiap unit bisnis Elon Musk mulai dari Tesla, Space X, Neuralink dan Open AI akan dikupas per bagian dan dijelaskan aspek CSR dan CDR masing-masing. Gambaran detil tentang CSR dan CDR yang baik dan efektif akan menunjukkan bagaimana Elon Musk sebagai CEO mampu mengintegrasikan unit bisnis mencapai kinerja maksimumnya.

b. Focus Group Discussion (FGD)

Mengingat mitra FMB URINDO adalah bidang Pendidikan tinggi, maka fenomena Elon Musk perlu difotomulasikan dalam solusi yang bermanfaat riil. Mengingat urgensi dari FMB Urindo adalah pendirian prodi bisnis digital, maka tim PKM akan memberikan gambaran nomenklatur untuk lingkup prodi bisnis digital yang setidaknya ada tiga jenis yakni *digital marketing*, *financial technology* dan *start-up business*. Untuk bidang *digital marketing* akan terdiri dari *digital consumer behavior analysis*, *social media marketing optimization*, *search engine marketing optimization*, *market research & competitor analysis*. Sedangkan untuk bidang *financial technology* akan mencakup yaitu *fintech and financial innovation*, *financial data analytics*, *crowdfunding management* serta *blockchain application in finance and accounting*. Bagian terakhir tentang *start-ups business* akan meliputi *business modelling*, *marketplace development*, *start up and scale up Management* dan *capital market for start-up*.

Kedua jenis solusi di atas diharapkan mampu memotivasi pihak mitra FMB URINDO dalam merealisasikan pendirian prodi bisnis digitalnya. Mengingat dalam pengalaman Elon Musk sebagai *role model* transformator bisnis maka 3 pilar: *digital marketing*, *financial technology* dan *start-up business* dapat disinergikan dengan baik pada semua unit bisnis mulai dari Tesla, SpaceX, Neuralink dan Open AI. Untuk mengakomodasi kepadatan waktu mitra FMB di bulan November 2023, maka FGD dapat dilakukan setelah kegiatan webinar interaktif mengingat peserta audiens dosen dapat langsung diarahkan.

## 2.2. Luaran Kegiatan

Luaran wajib kegiatan adalah artikel pada jurnal ilmiah Serina Abdimas UNTAR direncanakan terbit pada edisi Januari 2024 serta luaran tambahan yakni HKI atas konsep rancangan aplikasi pemasaran digital dalam bentuk evaluasi website produk gula aren temon yang *granted* bulan Desember 2023.

Tabel 1. Luaran Kegiatan

No.	Jenis Luaran	Keterangan
<b>Luaran Wajib</b>		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN atau	v (draf artikel)
2	Prosiding dalam temu ilmiah	
<b>Luaran Tambahan (wajib ada)</b>		
1	Publikasi di media massa	
2	Hak Kekayaan Intelektual & Teknologi Tepat Guna	v (sertifikat HKI)
3	Model/purwarupa/karya desain	
4	Buku ber ISBN	

## BAB 3 METODE PELAKSANAAN

### 3.1. Tahapan/Langkah-Langkah Solusi Bidang Pemberdayaan Sivitas Akademika Kampus

Jenis metode pelaksanaan PKM adalah presentasi dan diskusi pada kegiatan webinar interaktif serta workshop dan pendampingan dalam kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD). Tim PKM akan berbagi tugas untuk membuat bahan presentasi tentang fenomena Elon Musk sebagai *role model* transformator bisnis. Adanya bahan pendukung penelitian terdahulu dari Hapsari dan Setyawan (2021) dapat dimaksimalkan untuk merumuskan draft materi yang akan disampaikan pada mitra pada saat pra kegiatan dan saat hari H pelaksanaan. Namun begitu bahan ini dapat ditambahkan dengan sumber-sumber lain mengenai Elon Musk untuk periode data 2022 sampai kini sehingga nilai aktualitas bahasan makin meningkat seperti dari Liu, et. al; (2023) dan Dennings (2023).

Sehubungan dengan bentuk pelaksanaan workshop dan pendampingan dalam rangka inisiasi prodi bisnis digital, maka tim PKM juga melakukan pencarian berbagai sumber noimenklatur prodi bisnis digital yang ada di Indonesia dan dunia. Fokus pada 3 nomenklatur yakni *digital marketing*, *financial techmology* dan *start-ups business* akan terus dielabotrasi mulai sub item topik yang berbentuk konsep dan hasil penelitian. Jika terdapat suatu sumber rujukan yang terkait Elon Musk maka sumber ini akan lebih diprioritaskan untuk dibahas, dievaluasi dan dikembangkan pada sesi workshop dan pendampingan antara tim PKM dan dosen-dosen FMB URINDO yang ditugaskan.

Tahapan pelaksanaan memiliki tiga bagian besar yakni pra kegiatan, saat kegiatan dan pasca kegiatan. Pada tahap pra kegiaan, tim PKM akan melakukan pertemuan dan diskusi intensif dengan pihak FMB URINDO untuk mematangkan seluruh elemen kegiatan dari materi sesi webinar interaktif dan FGD, pembagian tugas dan peran, promosi agenda PKM dan penyiapan infrastruktur seperti zoom, *virtual backdrop* dan tentu saja tidak melupakan *rundown* acara.

Pada tahap saat kegiatan maka akan diatur tentang skenario pelaksanaan sesuai rundown acara yang disepakati. Secara umum rundown acara akan berisi: registrasi peserta, pemutaran video profil mitra, sambutan-sambutan, sesi moderator, sesi tim PKM dalam agenda webinar interaktif dan FGD serta bagian penutupan. Bagian kritis dari tahap saat kegiatan adalah bukti video kegiatan yang dalam bentuk file mp4 dan bukti evaluasi proses kegiatan baik saat sesi webinar interaktif dan FGD yang dapat dilakukan melalui media google form.

Saat tahap pasca kegiatan, maka akan ada pertemuan lagi antara tim PKM dengan pihak FMB URINDO untuk mengevaluasi hasil-hasil kegiatan PKM. Hasil pertama yang dapat dilihat adalah sejauhmana antusiasme dari peserta mahasiswa dan dosen. Jika hasilnya sangat antusias, maka kegiatan webinar interaktif dapat dianggap berhasil sehingga memiliki potensi kuat untuk kelanjutan kegiatan topik sejenis berikutnya. Hasil kegiatan FGD perlu dievaluasi untuk melihat sejauhmana persiapan tim kurikulum prodi bisnis digital dalam memulai realisasi nomenklatur yang dimaksud.

### 3.2. Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM

Partisipasi mitra terbagi dua yakni partisipasi bersifat primer dan partisipasi bersifat penunjang. Partisipasi bersifat primer adalah partisipasi mitra untuk menyediakan jumlah audiens yakni dosen dan mahasiswa dalam jumlah yang disepakati untuk idealnya kegiatan webinar interaktif, mengoperasionalkan elemen kegiatan agenda mulai dari panitia inti dan panitia tambahan yang bertanggungjawab atas kelancaran acara serta melakukan diseminasi agenda kepada civitas akademika di URINDO agar mencapai target audiens yang disepakati. Sedangkan untuk partisipasi penunjang adalah partisipasi mitra yang berkaitan dengan proses administrasi kegiatan, dokumentasi acara webinar interaktif, FGD, aspek sarana dan prasarana dan konsumsi.

### 3.3. Kepakaran dan Pembagian Tugas Tim

Kepakaran dan pembagian tugas tim PKM diuraikan pada tabel 3.1 dan 3.2. Pada tabel 3.1. terlihat tim PKM terdiri dari 1 dosen serta 2 mahasiswa pasca sarjana yang memiliki bidang kepakaran manajemen keuangan. Kebetulan untuk dosen dan mahasiswa S3 terkait adalah penulis artikel tentang fenomena Elon Musk sehingga akan memudahkan optimalisasi kegiatan PKM ini. Untuk mahasiswa S2 ternyata memiliki kemampuan aplikasi manajemen referensi Mendeley yang akan bermanfaat pada saat pembuatan laporan khir, laporan akhir dan luaran wajib dari PKM ini.

Tabel 2. Tim Pengusul, Status dan Kepakaran

No.	Nama	NIDN/NIDK /NIM	Status	Kepakaran
1.	Dr. Ignatius Roni Setyawan, SE, M..Si	0318037301	Dosen	Keuangan
2.	Claudia Gita Hapsari, SE, MM	118212002	Mahasiswa S3	Keuangan
3.	Novrida Fransisca Situmorang,SE	117211037	Mahasiswa S2	Keuangan

Dalam tabel 3.2 terlampir sudah diatur untuk tugas dari dosen sebagai ketua PKM pada saat pra kegiatan dan pelaksanaan PKM. Tugas sebagai pembuat proposal PKM dan pelaksana utama memiliki bobot 70% dari total beban tugas tim PKM. Sisa beban tugas 30% dibagi rata antara mahasiswa S3 dan S2 yakni penyusunan anggaran dan lampiran PKM saat sebelum kegiatan dan pelaksana pendukung pada waktu PKM berlangsung.

Tabel 3. Nama dan Tugas Tim Pengusul

Nama	Tugas Pra Pelaksanaan PKM	Tugas Pelaksanaan PKM
Dr. Ignatius Roni Setyawan, SE, M..Si	Pembuat Proposal PKM	Pelaksana Utama
Claudia Gita Hapsari, SE, MM	Penyusunan Lampiran PKM	Pelaksana Pendukung
Novrida Fransisca Situmorang,SE	Penyusunan Anggaran PKM	Pelaksana Pendukung

## BAB 4 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

### 4.1. Hasil yang Dicapai

Kegiatan PKM yang dilakukan secara daring pada tanggal 17 November 2023 terealisasi berkat persiapan intensif rapat antara tim PKM dan FMB URINDO. Rapat pertama tanggal 13 November 2023 jam 13-14 WIB melalui zoom FMB URINDO menghasilkan putusan soal rundown acara dan materi webinar. Berikutnya pada tanggal 28 Oktober 2023 melalui zoom FMB URINDO disepakati dua jenis kegiatan dalam webinar ini yakni sesi interaktif mengenai fenomena Elon Musk bagi kawula muda serta sesi FGD (Focus Group Discussion) setelah webinar interaktif yang melibatkan tim PKM dan tim dosen FMB URINDO yang ditunjuk sebagai tim pengembang kurikulum prodi S1 Bisnis Digital.

Selanjutnya pada rapat ketiga tanggal 8 November 2023 dengan memakai google meet tim PKM, maka disepakati tentang flyer agenda PKM seperti terlihat pada gambar 2. Poin penting yang dihasilkan yakni adanya pembagian tugas moderator dan MC dari FMB URINDO, jumlah target peserta dari Kalangan mahasiswa (setidaknya mendekati 100 orang) dan finalisasi kata sambutan pihak structural FMB URINDO dan materi akhir tim PKM untuk webinar interaktif meliputi: Fenomena Revolusi Industri 4.0, Elon Musk & Bisnisnya, Elon Musk sang Visioner, CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan CDR (*Corporate Digital Responsibility*) Tesla dan Kesimpulan yang dipetik untuk Kawula Muda Indonesia.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan PKM tanggal 17 November 2023

Terlihat pada gambar 2 (bagian foto bersama), maka kegiatan webinar interaktif berlangsung sukses dan lancar dengan dihadiri 100 mahasiswa FMB URINDO dan 10 dosen FMB URINDO. Detail kegiatan webinar dilihat link youtube <https://youtube.com/live/QfcGWUpdLOU?feature=share> yang berdurasi selama kurang lebih 2 jam 19 menit 35 detik. Selain itu jalannya kegiatan webinar dapat diikuti juga pada link zoom <https://us06web.zoom.us/j/82321382240?pwd=LwLHP47064FVU5gfChkBq4ghPggQCY.1>.

## 4.2. Luaran yang Dicapai

Ada dua jenis luaran yang didapat dari kegiatan webinar yakni sesi diskusi dan tanya jawab peserta audiens saat pembahasan mengenai Fenomena Elon Musk dan sesi FGD dengan tim dosen setelah webinar dilakukan. Rangkuman dari sesi tanya jawab untuk Fenomena Elon Musk dapat dilihat pada tabel 4 dan untuk ikhtisar dalam sesi diskusi FGD dapat dipaparkan secara rinci pada tabel 5.

Kemudian di gambar 3 nampak ketua tim PKM yakni Bapak Ignatius Roni Setyawan sedang memberikan respon atas pertanyaan peserta mahasiswa dipandi oleh moderator ibu Mei Supriyani (FMB URINDO). Perranyaan berkisar pada kelenmahan Elon Musk, prinsip kepemimpinan di Tesla dan gaya bekerja tim atau individu serta cara pengambilan risiko bisnis yang dihadapi oleh Tesla selama ini.



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan PKM tanggal 17 November 2023 (sesi Diskusi & Tanya Jawab)

Secara umum ada 4 pon pertanyaan peserta audiens dan deskripsi jawaban tm PKM diberikan secara rinci pada tabel 4. Jumlah pertanyaan sebanyak 4 item dan konten kompleksitasnay sudah cukup memberikan bukti bahwa materi webinar direspon secara positif oleh peserta mahasiswa FMB URINDO.

Tabel 4. Rangkuman Diskusi Tanya Jawab dengan Audiens (Webinar Interaktif tanggal 17 November 2023)

No	Pertanyaan Audiens (Webinar Interaktif)	Jawaban TIM PKM
1	Elon Musk, seorang pengusaha yang sangat sukses, menjadi role model di masa kini tetapi seperti manusia lainnya, ia memiliki kelemahan. apa kelemahan Elon Musk ini?	Kelemahan utama Ekn Musk adalah pada tingginya ambisi bisnis yang dimiliki dan Upaya untuk merealisasikan ambisinya tersebut terkadang harus sedikit melakukan konflik dan perdebatan tajam dengan para kolega dan bawahan di Tesla.
2	Apa tantangan khusus yang mungkin dihadapi oleh kawula muda di Indonesia ketika mencoba menerapkan prinsip-prinsip bisnis ala Elon Musk di lingkungan lokal?	Kawula muda Indonesia dapat mencontoh sikap dan perilaku optimistik Elon Musk dalam mengatasi setiap tantangan besar yang muncul. Namun begitu kawula muda Indonesia harus dapat berkomunikasi dengan baik dan santun dengan setiap kolega bisnis yang dijumpai.
3	Bagaimanakah nilai kepemimpinan atau prinsip bisnis serta cara pengambilan risiko Elon Musk dapat diterapkan di Indonesia?	Kepimpinan Elon Musk bersifat transaksional karena menuntut loyalitas tinggi dari bawahan di Tesla, Namun ada kalanya Elon Musk n bergaya kharismatik untuk hal-hal yang baru dan bersigat penajagan.
4	Adakah inovasi bisnis Tesla dilakukan secara personal atau didukung oleh tim yang kuat? Adakah peran lab bisnis sebagai <i>think tank</i> ?	Merupakan kombinasi keduanya. Untuk tahap awal bedirunya Tesla dan pryek lainnya, mak Elon Musk akan menjadi inisiator. Namunk saat bisnis berkembang pesat, maka dia butuh tim kerja yang solid.

Pada saat FGD kurikulum prodi S1 bisnis digital dilakukan dari jam 16.30-18 maka dicapai beberapa item diskusi tim PKM dan tim dosen FMB URINDO yang meliputi: profil lulusan bisnis digital, profil dosen pengajar, struktur kurikulum dan bahan kajian amta kuliah. Tim PKM memberikan paparan contoh stuktur kurikulum S1 bisnis digital dari FEB UNDIP. Dalam gambar 4 terlihat rangkaian pengambilan mata kuliah semester 5 dan 6. Ada hal menarik di semester 6 semua mata kuliah bersifat laboratorium yaitu: lab. digital start-ip, lab digital marketing, lab. fimtech, lab. data science serta lab. pemrograman. Ciri khas mata kuliah lab pada kurikulum S1 Bisnis Digital sudah menjadi keharusan. Hal ini disebabkan bisnis digital merupakan kombinasi bisnis, teknologi dan matematika (Unesa, 2021).

Semester	Mata Kuliah	Semester	Mata Kuliah	Semester	Mata Kuliah
4	UI & UX	5	Machine Learning & Data Mining	6	Lab. Digital Start Up
4	Manajemen Strategik	5	Search Engine Marketing (SEO/SEA)	6	Lab Digital Marketing
4	Sistem Informasi Manajemen	5	Metodologi Penelitian	6	Lab. Fintech
4	Manajemen Lintas Budaya	5	Enterprise Resources Planning	6	Lab Data Science
4	Cloud System Server	5	Artificial Intelligence for Business	6	Lab Pemrograman
4	Pemasaran Digital	5	Anggaran dan Perencanaan Bisnis		
4	Manajemen Proyek Digital	5	Business Model		



Gambar 4. Satu Pokok Bahasan Utama FGD tanggal 17 November 2023

Lebih jauh tentang respin tim PKM untuk pertanyaan audiens sehubungan dengan kurkulum bisnis S1 Bisnis Digital dapat dilihat pada tabel 5 terlampir. Bapak Titus dan bapak Sakti dari FMB Utindo menanyakan tentang profil lulusan dan dosen S1 Bisnis Digital. Tim PKM memberikan jawaban untuik profil lulusan ada tiga yakni wirausahawan muda, konsultan bisnis dan profesional pemasaran. Sedangkan untuik profil dosen adalah akademisi bidang manajemen dan IT dan lebih disukai memiliki pengalaman di industri e-commerce dan sebagai pemasar.

Tabel 5. Diskusi Tanya Jawab dengan Audiens (FGD) tanggal 17 November 2023

No	Pertanyaan Audiens (FGD)	Jawaban TIM PKM
1	Bagaimana profil lulusan S1 Bisnis Digital?	Wirausahawan Muda, Konsultan Bisnis & Profesional Pemasaran
2	Bagaimana profil dosen S1 Bisnis Digital?	Akademisi bidang bisnis dan IT serta berpmgalanan sebagai praktisi bidang industri e-commerce dan pemasar produk.
3	Bagaimana struktur kurikulum S1 Bisnis Digital?	Struktur kurikulum ada mata kuliah imti dan wajib denga total sks minimum 144 standar SN DIKTI dan ada skema MBKM.
4	Bagaimana contoh bahan kajian terkait?	Contoh RPS matkul IoT, Fintech, Etika Bisnis Digital, Simullasi & Mentoring Binis Digital & Pemasaran Digital.

## **BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1. Kesimpulan**

Kegiatan PKM yang dilakukan secara daring dengan media zoom telah berlangsung sukses dan lancar. Antusiasme peserta mahasiswa yang dibuktikan dengan lebih dari tiga pertanyaan yang mengajukan soal bagaimana penerrapan fenomena Elon Musk agar menjadi role model transformasi bisnis mereka di masa depan sudah dijawab oleh tim PKM lewat satu notifikasi khusus yaitu *teladanilah sikap optimis dan percaya diri Elon Musk dengan bisnis Tesla namun tetaplah bersikap ramah dan rendah hati agar menjadi figure bisnis yang dicintai masyarakat luas*. Dalam hal paparan CSR (Corporate Social Responsibility) dan CDR (Corporate Digital Responsibility) untuk kasus Elon Musk Tesla sudah memberikan pemahaman kuat bagi audiens para mahasiswa dan dosen FM URINDO yakni saat membangun bisnis digital yang bagus dan kuat seperti TESLA, maka calon pebisnis digital di Indonesia harus memiliki sikap tanggung jawab sosial pada seluruh stakeholder dan membuktikan penguasaan aspek digitalisasi dalam setiap elemen bisnis yang dijaankan.

Satu kegiatan lanjutan tentang FGD kurikulum prodi S1 bisnis digital juga dapat dilakukan dengan keterlibatan aktif diskusi tim PKM dan tim dosen FMB URINDO yang ditunjuk. Hasil penting adalah adanya pendefinisian profil lulusan S1 Bisnis Digital yang semestinya selaras dengan visi misi FMB URINDO, profil dosen akademisi dan praktisi serta struktur kurikulum bisnis digital yang dikombinasikan mata kuliah teori dan laboratorium paling tidak start up, fintech dan digital marketing.

### **5.2. Saran**

Pihak mitra FMB URINDO sangat mendukung dan mengapresiasi kegiatan PKM yang sudah berlangsung tanggal 17 November 2023. Karena tema Fenomena Elon Musk bagi kawula muda serta kita pendirian prodi S1 Bisnis Digital adalah hal yang relevan dan bernilai strategis bagi perkembangan mitra FMB URINDO beberapa tahun mendatang. Agar lebih merealisasikan kegiatan PKM yang terkait fenomena kasus riil bisnis digital dan pendirian prodi S1 Bisnis Digital di lingkungan URINDO maka, pihak Mitra meminta tim PKM menyiapkan detail rincian langkah-langkah penyusunan prodi bisnis digital sesuai aturan DIKTI dan merealisasikan webinar tentang profil fenomena bisnis digital khas Indonesia seperti Gojek Tokopedia dan Bukalapak. Webinar diharapkan dalam bentuk luring bertempat di kampus URINDO karena dinilai akan lebih menarik dan efektif bagi kalangan peserta mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ashlee Vance, (2015), *Elon Musk: Tesla, SpaceX, and the Quest for a Fantastic Future*, (Virgin Books)
- Carl, V.K, C. Mihale-Wilson, J. Zibunschka, and O.Hinz (2023), A Consumer Perspective on Corporate Digital Responsibility: an Empirical Evaluation of Consumer Preferences, *Journal of Business Economics*, March, <https://doi.org/10.1007/s11573-023-01142-y>
- Carroll, A.B., (2016), Carroll's pyramid of CSR: taking another look, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1-3-0108
- Denning, S. (2023), How Tesla's management innovations operationalize its "Deep Purpose" to save the planet, *Strategy & Leadership*, Vol. 51 No. 5, pp. 3-10. <https://doi.org/10.1108/SL-07-2023-0069>
- Hapsari, C,G and I.R. Setyawan (2021), *Elon Musk Sebagai Role Model Transformator Bisnis: Analisis Corporate Social Responsibility dan Corporate Digital Responsibility*, dalam book chapter "Transformasi Bisnis Di Masa Pandemi Tnjauan dari Aspek Manajemen", *Ekonomi & Kewirausahaan*, LPPM UNTAR, hal. 33-57
- Lewrick, M., P. Link and L.Leifer (2018), *The Design Thinking Palybook, Mindfil Digital Transformation of Teams, Product, Services, Businesses and Ecpystems (Design Thinking Series)*, 1<sup>st</sup> Edition, John Wiley.
- Liu, Q.-R., Liu, J.-M. and He, Z.-P. (2023), Digital transformation ambidexterity and business performance, *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 36 No. 5, pp. 1402-1420. <https://doi.org/10.1108/JEIM-08-2022-0280>
- Lobschat, L., Mueller B., Eggers, F., Brandimarte, L., Diefenbach S., Kroschke, M., Wirtz J, (2021), Corporate Digital Responsibility, *Journal of Business Research* 122-C-08750888
- Teece, D.J, (2018), Tesla and the Reshaping of the Auto Industry, *Management and Organization Review*, 14-3-05010512
- Unesa (2021), Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi Progra Studi S1 Bisnsi Digital, *Naskah Dokumen* diajukan kepada Direktorat Pembelajaran & Kemahasiswaan, Kemdikbud RI.

# **FENOMENA ELON MUSK SEBAGAI *ROLE MODEL* TRANSFORMATOR BISNIS BAGI KAWULA MUDA DI INDONESIA**

TIM PKM DIM UNTAR  
JUMAT, 17 NOVEMBER 2023  
JAM 13-16 WIB

FMB URINDO  
DENGAN ZOOM

# **SUSUNAN ACARA WEBINAR ZOOM (JUMAT 17 NOVEMBER 2023 JAM 13.30 -16 WIB)**

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| <b>1. Registrasi Peserta</b>                            | <b>(12.30 s/d 13.15)</b> |
| <b>2. Lagu Indonesia Raya, Mars URINDO, Doa Bersama</b> | <b>(13.15 s/d 13.30)</b> |
| <b>3. Sambutan pihak struktural FMB URINDO</b>          | <b>(13.30 s/d 13.45)</b> |
| <b>4. Paparan Materi Narasumber</b>                     | <b>(13.45 s/d 14.45)</b> |
| <b>5. Diskusi &amp; Tanya Jawab</b>                     | <b>(14.45 s/d 15.30)</b> |
| <b>6. Kesimpulan, Penutupan &amp; Foto Bersama</b>      | <b>(15.30 s/d 16.00)</b> |



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara



**UNTAR untuk INDONESIA**

# TIM PKM DIM UNTAR (1)

**Dr. Ignatius Roni Setyawan, S.E., M.Si.**



Adalah alumni Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Atmajaya Yogyakarta tahun 1995, alumni Program S2 Magister Sains Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada tahun 2000 dan alumni program S3 Doktor ilmu Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia tahun 2011. Minat penelitian bidang Manajemen Keuangan dan Manajemen Investasi. Merupakan dosen pada program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara sejak 1 Februari 2003 sebagai pengampu seluruh rumpun mata kuliah Manajemen Keuangan.



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara



**UNTAR untuk INDONESIA**

# TIM PKM DIM UNTAR (2)

**R.R. Claudia Gita Hapsari, S.E., M.M.**



Adalah alumni program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Tarumanagara tahun 2017 dan alumni program S2 Magister Manajemen Universitas Tarumanagara tahun 2020. Minat penelitian bidang Manajemen Keuangan dan Manajemen Investasi. Pernah membantu di kantor Rektorat Universitas Tarumanagara pada bagian Kerjasama 1 Desember 2017 – 31 Oktober 2021 dan sejak 1 November 2021 membantu bagian marketing Universitas Tarumanagara.



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara



**UNTAR untuk INDONESIA**

# Material Content

1. Pendahuluan
2. Elon Musk & Bisnisnya
3. Elon Musk Sang Visioner
4. Corporate Social Responsibility Tesla
5. Corporate Digital Responsibility Tesla
6. Kesimpulan



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara



**UNTAR untuk INDONESIA**

# Pendahuluan (1)

- Di setiap peradaban manusia, sejarah selalu mencatat figur-figur yang menciptakan inovasi yang merevolusi kehidupan manusia, seperti Alexander Graham Bell dan Benjamin Franklin.
- Dunia memasuki era Industri 4.0 yang menyebabkan kehidupan manusia menjadi semakin didigitalisasi dan saling terhubung.



# Pendahuluan (2)

Indonesia yang berpotensi menjadi negara dengan ekonomi terbesar keempat di dunia pada tahun 2050 memiliki potensi jumlah SDM yang sangat besar untuk dikembangkan dalam menghadapi Industri 4.0 maupun Industri 5.0.



# Pendahuluan (3)

- Saat ini, dunia membutuhkan seorang sosok visioner yang mampu membawa perubahan dalam kehidupan manusia secara nyata.
- Salah satu sosok yang menarik mata masyarakat dunia adalah Elon Musk, pencipta dan pemilik perusahaan Tesla, SpaceX, The Boring Company, Neuralink, Open AI, X.Com (PayPal) dan X (Twitter).



# Pendahuluan (4)

- Dalam Industri 4.0, tentunya seorang pebisnis beserta perusahaannya harus ditinjau dari sisi tanggung jawab sosial (Corporate Social Responsibility) maupun digitalnya (Corporate Digital Responsibility).
- Perusahaan harus berusaha untuk membangun budaya Corporate Digital Responsibility dalam setiap tingkat manajemen agar tidak terjadi pemanfaatan yang tidak bertanggungjawab dalam kehidupan konsumen yang semakin terdigitalisasi.



# Elon Musk dan Bisnisnya (1)

- Elon Musk (lahir 28 Juni 1971) adalah orang terkaya di dunia per bulan Oktober 2023 dengan kekayaan bersih \$240,7 Miliar. Dia memperoleh sebagian besar kekayaannya dari perusahaannya, Tesla dan SpaceX.
- Elon Musk memulai kiprahnya di dunia bisnis dengan menciptakan software Zip2 yang akhirnya dibeli oleh Compaq pada harga 307 juta US Dollar pada tahun 1999.
- Pada tahun yang sama, Elon Musk juga mendirikan bank online X.Com. Pada tahun 2000, X.Com merger dengan Confinity yang nantinya akan menjadi Paypal. Perusahaan tersebut kemudian dibeli oleh eBay pada tahun 2002 seharga 1,5 miliar USD.



# Elon Musk dan Bisnisnya (2)

- Pada tahun 2002, Elon Musk mendirikan SpaceX. SpaceX bergerak dalam bidang produksi pesawat luar angkasa dan transportasi antariksa.
- Pada tahun 2004, Elon Musk bergabung dengan Tesla Motors, Inc., (sekarang menjadi Tesla, Inc) dan menjadi pemegang saham terbesar di Tesla.
- Elon Musk juga menemukan OpenAI pada tahun 2015, suatu perusahaan riset non-profit yang mempromosikan Artificial Intelligence.



# Elon Musk dan Bisnisnya (3)

- Pada tahun 2016, Elon Musk mendirikan Neuralink, perusahaan yang mengembangkan interface otak-komputer, dan The Boring Company yang bergerak di konstruksi terowongan.
- Selain perusahaan-perusahaan tersebut, Elon Musk juga merupakan ketua Musk Foundation, yang bertujuan untuk menyediakan sistem energi tenaga surya bagi area-area yang terkena bencana.



# Elon Musk dan Bisnisnya (4)

- Pada tahun 2022, ia mengakuisisi Twitter seharga \$44 miliar. Ia kemudian memerger perusahaan tersebut menjadi X Corp dan mengganti nama Twitter menjadi X.
- Pada Maret 2023, ia mendirikan xAI, sebuah perusahaan kecerdasan buatan.



# Elon Musk dan Bisnisnya (5)

- Pada Oktober 2023, Elon Musk meluncurkan fitur audio dan video call di X, serta fitur paket berbayar premium tanpa iklan.
- Pada akhir tahun 2024, Elon Musk berencana untuk meluncurkan sejumlah fitur yang fokus pada layanan keuangan pada akhir 2024 yang dapat merubah kehidupan finansial penggunanya.

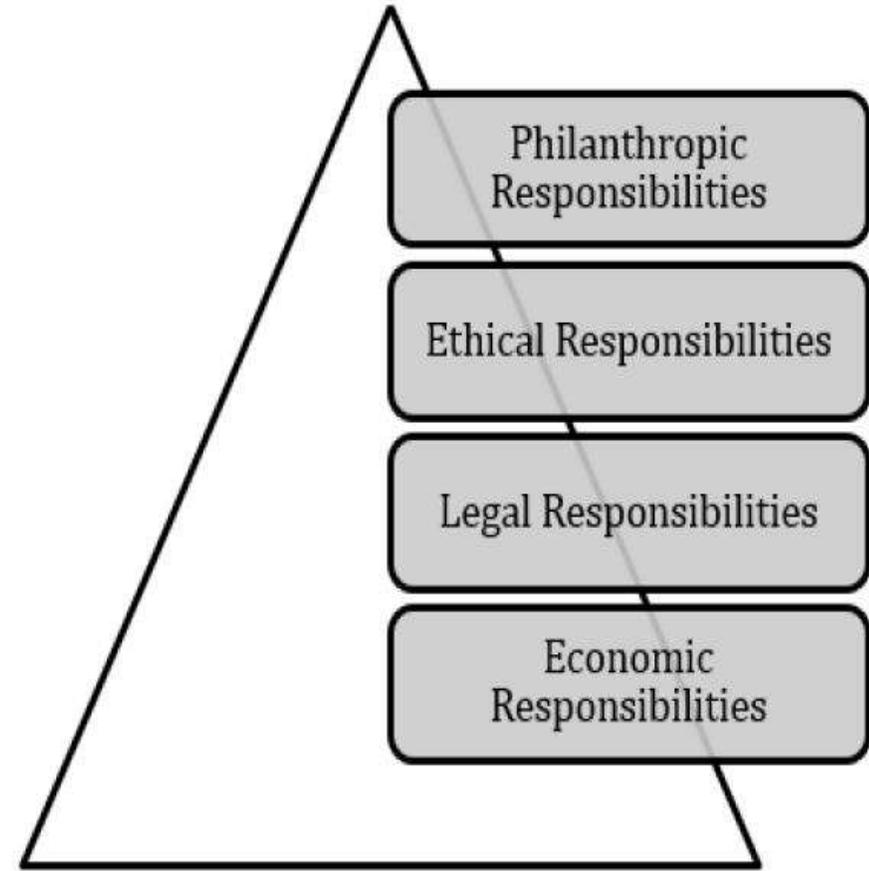


# Elon Musk Sang Visioner

Sosok Elon Musk yang visioner tentunya merupakan figur yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi dan teknologi Amerika Serikat dalam industri 4.0. ini. Setiap negara yang mendukung sosok seperti Elon Musk akan mampu memimpin persaingan dalam revolusi industri keempat yang sedang berlangsung saat ini.



# Corporate Social Responsibility Tesla



Gambar 1.5.  
Piramida CSR Carroll  
Sumber: Carroll

# Corporate Social Responsibility Tesla (1)

## Economic Responsibilities

- Menggunakan self-branding Elon Musk dalam pemasaran untuk meningkatkan brand awareness
- Melakukan mass production di China di Gigafactory Shanghai
- Menjaga peningkatan harga saham untuk menguntungkan investor

The WTF Chart of the New Year  
Tesla Share Price, Daily



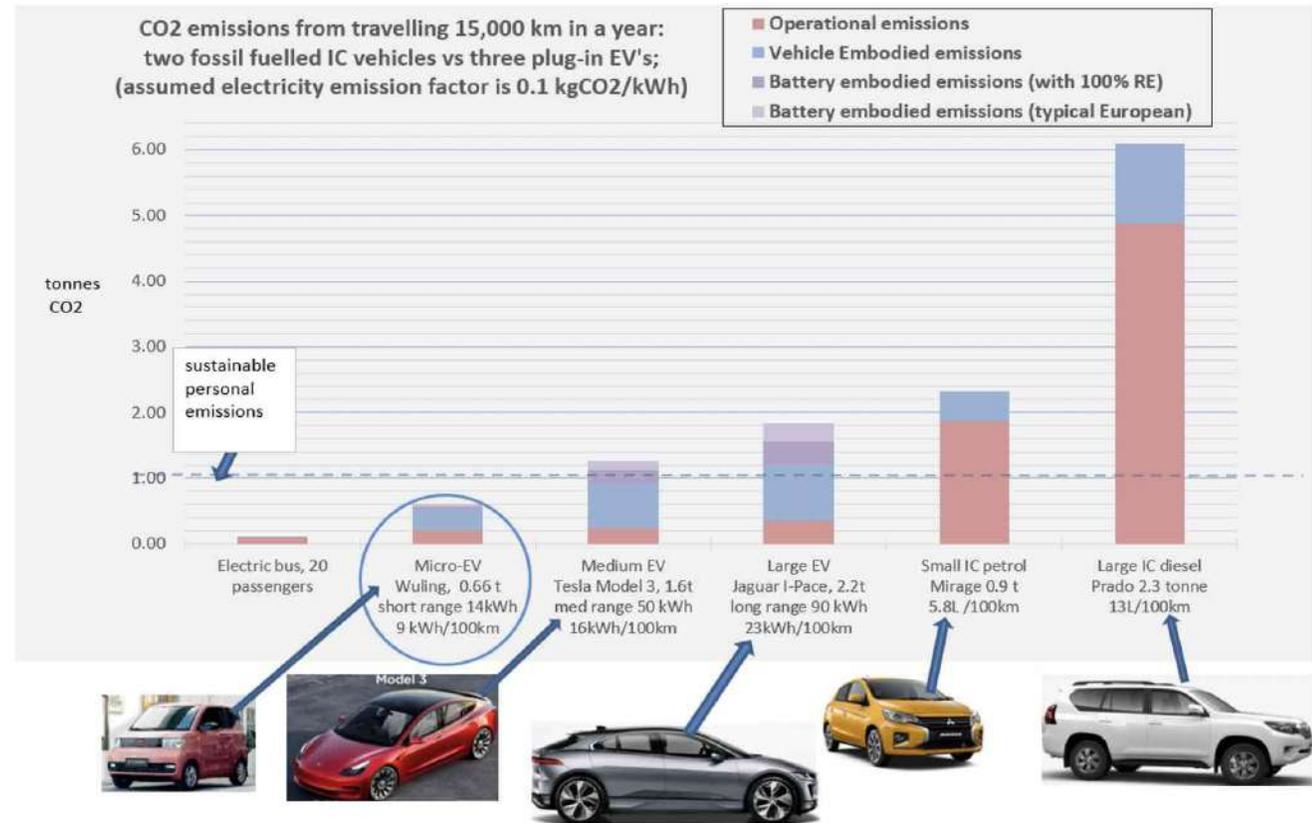
Source of data: YCHARTS

WOLFSTREET.com

# Corporate Social Responsibility Tesla (2)

## Legal Responsibilities

- Mematuhi Foreign Corrupt Practices Act (FCPA),
- Membuat statement berdasarkan California Transparency in Supply Chains Act dan UK Modern Slavery Act 2015 sebagai bentuk komitmen terhadap anti perbudakan
- Mendukung mandat penjualan Zero-Emission Vehicle (ZEV) yang ingin dicapai pada tahun 2035



# Corporate Social Responsibility Tesla (3)

## Ethical Responsibilities

- Memproduksi mobil ramah lingkungan
- Tesla Energy selalu mengembangkan tenaga surya sebagai tenaga alternatif untuk kehidupan manusia
- Masuk dalam daftar 25 besar perusahaan dengan gaji terbaik untuk intern
- Bergabung dalam OSHA's Voluntary Protection Program
- Partnership dengan Panasonic yang memproduksi baterai untuk EV
- Pengembangan Tesla Bot untuk menggantikan pekerjaan berbahaya



# Corporate Social Responsibility Tesla

## Philanthropic Responsibilities

- Tesla menyumbang ratusan mesin ventilator kepada New York saat pandemic
- Elon Musk mendonasikan 1,9 milyar USD saham Tesla ke *charity* pada tahun 2022
- Elon Musk juga berjanji melalui Giving Pledge bahwa ia akan menyumbangkan setengah dari kekayaannya



# Corporate Digital Responsibility Tesla

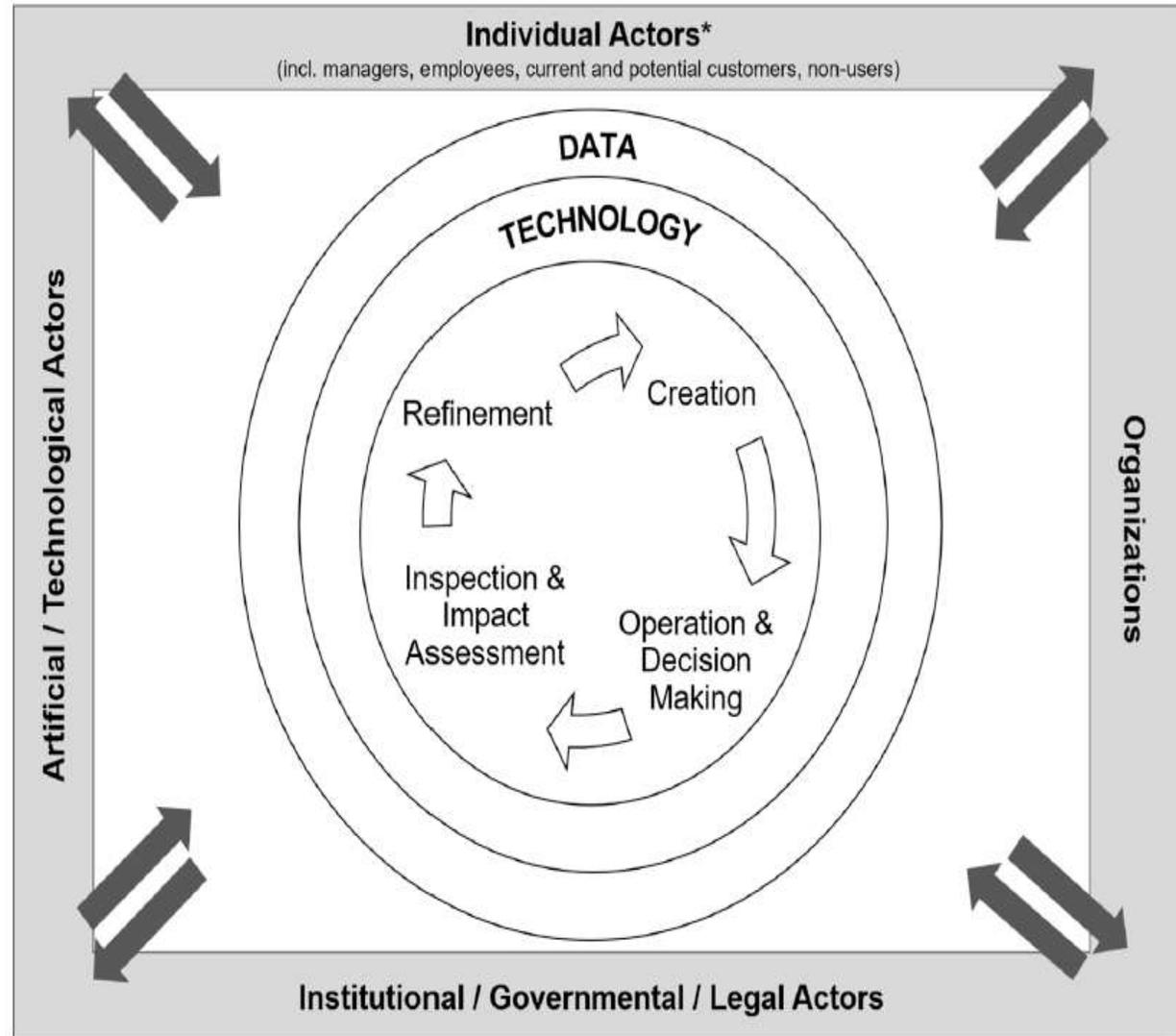


Fig. 1. Basic Conceptual Constituents of CDR. \* The outer layer of the graph (in grey) contains CDR-relevant stakeholders.

# Corporate Digital Responsibility Tesla

## Creation

Tesla menjelaskan bahwa perusahaannya mengumpulkan data pribadi melalui beberapa media, seperti website Tesla, software, sosial media, email, newsletter, aplikasi kredit, Tesla Account, public database, marketing partner, kunjungan ke toko Tesla, kunjungan acara, cookies, dan lainnya.



# Corporate Digital Responsibility Tesla

## Operation and Decision Making

Tesla memastikan bahwa data tersebut digunakan untuk:

1. Berkomunikasi dengan pelanggan
2. Penyelesaian pembayaran, pengiriman barang, customer service, service produk Tesla, dan memonitor kinerja produk Tesla
3. Meningkatkan pengembangan produk dan jasa Tesla.
4. Tesla tidak menjual data konsumen ke pihak lain



# Corporate Digital Responsibility Tesla

## Inspection and Impact Assessment

- Tesla menerapkan berbagai tindakan secara organisasi, teknis, dan administratif untuk melindungi informasi tersebut dalam perusahaan
- Tesla tidak menawarkan produk pada individu di bawah usia 16 tahun dan tidak mengumpulkan data dari individu tersebut
- Apabila ada individu yang merasa bahwa datanya tidak aman di Tesla, maka dapat menghubungi Tesla



# Corporate Digital Responsibility Tesla

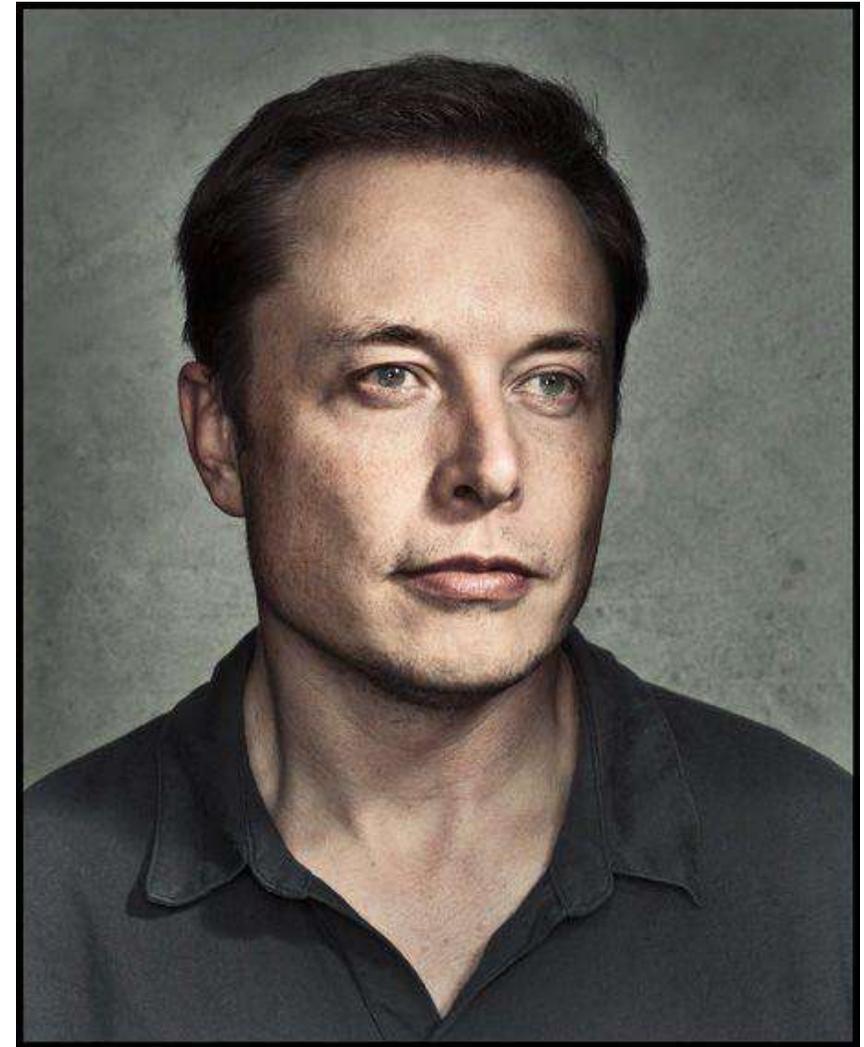
## Refinement

- Tesla memungkinkan penduduk California untuk mengakses dan menghapus data berdasarkan California Consumer Privacy Act (2)
- Apabila ada konsumen yang ingin mengakses dan mengontrol mengenai data yang diambil oleh Tesla, maka dapat menghubungi Tesla dan juga melalui device permissions, in-app settings, marketing opt-outs, dan menonaktifkan pengambilan data kendaraan tertentu.



# Kesimpulan (1)

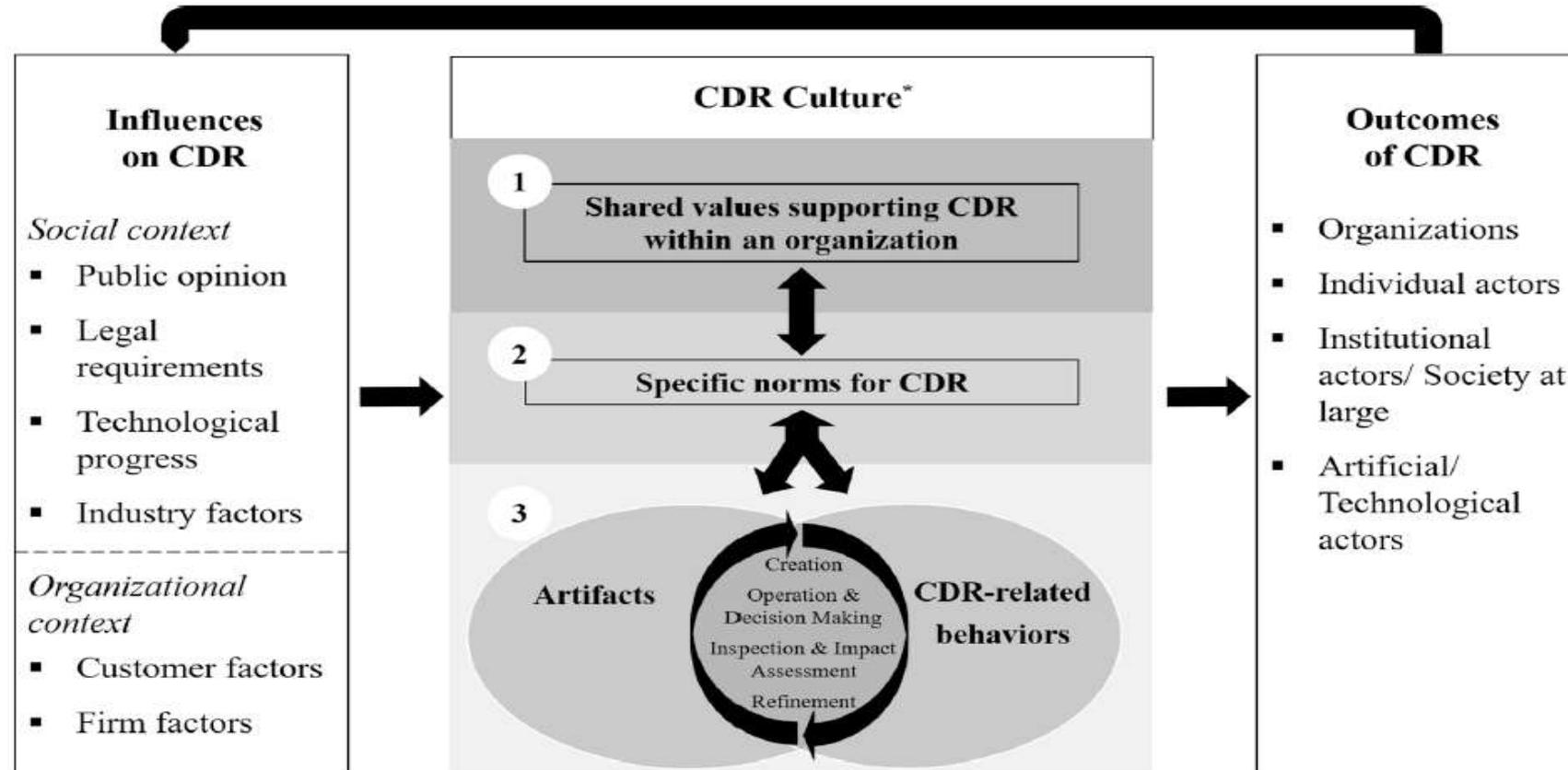
Elon Musk adalah sosok visioner yang menerapkan bisnis dengan dimensi Corporate Social Responsibility dan Corporate Digital Responsibility. Dalam menghadapi Industri 4.0., Indonesia membutuhkan sosok seperti Elon Musk yang mampu membawa perubahan dalam skala besar yang tidak hanya berbasis keuntungan, namun dapat mengembangkan kehidupan manusia dan generasi berikutnya ke arah yang lebih baik.



# Kesimpulan (2)

L. Lobschat, et al.

Journal of Business Research 122 (2021) 875–888



# Terima Kasih



# Corporate Social Responsibility Tesla

Dimensi CSR	CSR Tesla
Economic Responsibilities	Tesla selalu berupaya mencari cara untuk menurunkan biaya sehingga dapat meningkatkan laba, salah satunya melalui kegiatan mass produksi di China. Pemasaran Tesla juga dapat dibilang sangat berhasil dengan didukung sosok seperti Elon Musk yang memiliki tingkat pengaruh tinggi dengan visinya.
Legal Responsibilities	Tesla menaati peraturan di tempat-tempat perusahaannya beroperasi, termasuk untuk pabrik-pabriknya. Sebagai contoh, Tesla mematuhi Foreign Corrupt Practices Act (FCPA), membuat statement berdasarkan California Transparency in Supply Chains Act dan UK Modern Slavery Act 2015 sebagai bentuk komitmen terhadap anti perbudakan. Tesla selalu mematenkan produk-produknya secara resmi.
Ethical Responsibilities	Tesla memastikan bahwa mobilnya ramah lingkungan sehingga tidak menambah emisi greenhouse gas jika dibandingkan dengan mobil konvensional. Tindakan yang menjaga kelestarian lingkungan ini tentunya bermanfaat bagi lingkungan, planet secara keseluruhan, dan generasi berikutnya.
Philanthropic Responsibilities	Tesla menyumbang ratusan mesin ventilator kepada New York untuk memenuhi kebutuhan mesin tersebut dalam pandemi COVID-19 pada bulan Maret tahun 2020. CEO Tesla, Elon Musk, menyumbangkan 20 juta US Dollar untuk pembangunan sekolah di Cameron County

# Corporate Digital Responsibility Tesla

Tahap	Implementasi CDR
Penciptaan teknologi dan pengambilan data	Tesla sudah menjelaskan bahwa perusahaannya mengumpulkan data mengenai: (1) pengguna dan device yang digunakan pengguna, seperti nama, alamat, nomor telepon, e-mail, informasi pembayaran, Surat Izin Mengemudi, dan lainnya (2) mobil Tesla pengguna, seperti nomor identifikasi kendaraan, kecepatan, pembacaan odometer, riwayat isi ulang baterai, pengelolaan penggunaan baterai, riwayat service mobil, dan lainnya (3) produk energi Tesla pengguna, dimensi atap, konfigurasi sistem listrik, kapasitas sistem panel surya yang ada, tanggal instalasi, jumlah produk yang terpasang, nomor serial, konsumsi energi rumah, dan lainnya.
Operasi dan pengambilan keputusan	Tesla menjelaskan bahwa data tersebut digunakan untuk (1) Berkomunikasi dengan pelanggan, seperti mengirimkan informasi mengenai acara, produk, keamanan, perubahan tentang terms & conditions, kontes, produk yang disesuaikan dengan kebutuhan, menghubungi first responder apabila terjadi kecelakaan, (2) Memenuhi produk dan jasa, seperti penyelesaian pembayaran, pengiriman barang, customer service, service produk Tesla, dan memonitor kinerja produk Tesla (3) Meningkatkan pengembangan produk dan jasa Tesla, seperti mengembangkan dan mempromosikan produk dan jasa baru, memodifikasi produk dan jasa yang sudah ada, menganalisis dan meningkatkan keamanan produk dan jasa yang ada, analisis data, audit, pengawasan dan pencegahan fraud, dan menentukan efektifitas promosi. (4) Tesla tidak menjual data konsumen ke pihak lain
Inspeksi dan penilaian dampak	(1) Tesla menerapkan berbagai tindakan secara organisasi, teknis, dan administratif untuk melindungi informasi tersebut dalam perusahaan (2) Tesla tidak menawarkan produk pada individu di bawah usia 16 tahun dan tidak mengumpulkan data dari individu tersebut 3. Apabila ada individu merasa bahwa datanya tidak aman, maka dapat menghubungi Tesla
Perbaikan teknologi dan data	(1) Tesla memungkinkan penduduk California untuk mengakses dan menghapus data berdasarkan California Consumer Privacy Act (2) Apabila ada konsumen yang ingin mengakses dan mengontrol mengenai data yang diambil oleh Tesla, maka dapat menghubungi Tesla dan juga melalui device permissions, in-app settings, marketing opt-outs, dan menonaktifkan pengambilan data kendaraan tertentu.

# BUKTI FOTO KEGIATAN & LINK VIDEO PKM FMB URINDO, JUMAT 17 NOVEMBER 2023

---



FOTO 1. PAPARAN MATERI TIM PKM



FOTO 2. SESI FOTO BERSAMA SETELAH PKM

**SUSUNAN ACARA WEBINAR ZOOM  
(JUMAT 17 NOVEMBER 2023 JAM 13.30 -16 WIB)**

1. Registrasi Peserta	(12.30 s/d 13.15)
2. Lagu Indonesia Raya, Mars URINDO, Doa Bersama	(13.15 s/d 13.30)
3. Sambutan pihak struktural FMB URINDO	(13.30 s/d 13.45)
4. Paparan Materi Narasumber	(13.45 s/d 14.45)
5. Diskusi & Tanya Jawab	(14.45 s/d 15.30)
6. Kesimpulan, Penutupan & Foto Bersama	(15.30 s/d 16.00)

Participants: Ignasius Rendi Setiawan, MBI SUPRIYAH, PKKM Universitas Regipati Indonesia Sami, Titus Indrajaya, Claudia Gita Ha..., Claudia Gita Hapsari

Logos: UNTAR Universitas Tarumanagara, STARS, CPA, and others.

**FOTO 3. PERSIAPAN AKHIR TIM PKM**

## **LINK VIDEO KEGIATAN (YOUTUBE)**

<https://youtube.com/live/QfcGWUpdL0U?feature=share>

**berdurasi 2 jam 19 menit 35 detik.**



roni kudus23 &lt;rkudus07@gmail.com&gt;

---

## [JBMI] Submission Acknowledgement

---

**Dr. Ir. Endah Setyaningsih, MT** <journal@untar.ac.id>  
Kepada: Ignatius Setyawan <rkudus07@gmail.com>

30 November 2023 pukul 16.36

Ignatius Setyawan:

Thank you for submitting the manuscript, "ELON MUSK SEBAGAI ROLE MODEL TRANSFORMATOR BISNIS KAWULA MUDA TERKAIT PRODI BISNIS DIGITAL DI INDONESIA" to Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia. With the online journal management system that we are using, you will be able to track its progress through the editorial process by logging in to the journal web site:

Submission URL: <https://journal.untar.ac.id/index.php/baktimas/authorDashboard/submission/27310>

Username: ig\_3t\_71s

If you have any questions, please contact me. Thank you for considering this journal as a venue for your work.

Dr. Ir. Endah Setyaningsih, MT

[← Back to Submissions](#)27310 / **Setyawan et al.** / ELON MUSK SEBAGAI ROLE MODEL TRANSFORMATOR BISNIS KAW[Library](#)[Workflow](#)[Publication](#)[Submission](#)[Review](#)[Copyediting](#)[Production](#)

### Submission Files

[Q Search](#)

-  81183 [041A-REVISI IGNATIUS RONI SETYAWAN-Tesla.doc.docx](#)
November 30, 2023
Article Text

[Download All Files](#)

### Pre-Review Discussions

[Add discussion](#)

Name	From	Last Reply	Replies	Closed
▶ <a href="#">Comments for the Editor</a>	ig_3t_71s 2023-11-30 09:29 AM	-	0	<input type="checkbox"/>

# ELON MUSK SEBAGAI *ROLE MODEL* TRANSFORMATOR BISNIS KAWULA MUDA TERKAIT PRODI BISNIS DIGITAL DI INDONESIA

Ignatius Roni Setyawan<sup>1</sup>, Claudia Gita Hapsari<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Dosen Prodi S3 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, Jakarta

E-mail: [ign.s@fe.untar.ac.id](mailto:ign.s@fe.untar.ac.id),

[rkudus07@gmail.com](mailto:rkudus07@gmail.com)

\*(Corresponding author)

<sup>2</sup> Mahasiswa Prodi S3 Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Universitas Tarumanagara, Jakarta

E-mail: [claudiagita@staff.untar.ac.id](mailto:claudiagita@staff.untar.ac.id)

## ABSTRACT

*Based on Hapsari and Setyawan (2021), Elon Musk is considered capable of implementing 2 important dimensions, namely CSR (Corporate Social Responsibility) and CDR (Corporate Digital Responsibility). Elon Musk's figure, who really inspires the young generation in Indonesia, encourages the team PKM to offer interactive webinar activities to the higher education institutions in Jakarta in the context of developing digital business study programs. After holding a series of preparatory meetings in October and November 2023, PKM activities will be held online via Zoom media on November 17 2023 at 13.00-15.30 WIB. This PKM activity was also broadcast live on YouTube. This activity was attended by more than 100 students and more than 10 lecturers at the FMB URINDO, Jakarta, Indonesia who were interested in developing new study programs in the field of digital business. Students were actively involved in webinar activity by asking various questions related to Elon Musk as a business transformer role model. All questions were answered well by the PKM team with one important answer point, namely emulating the positive side of Elon Musk, namely being confident and optimistic, but remaining humble and friendly. In the FGD (Focus Group Discussion) session, the PKM team succeeded in achieving a common view on 4 important things in establishing a digital business study program. These four important things are graduate profiles, lecturer profiles, curriculum structure, and study materials. Based on the definition of CSR and CDR from Elon Musk (Tesla) in the webinar session, study material for courses can be written.*

**Keywords:** CSR & CDR, Elon Musk, FMB URINDO Digital Business Study Program

## ABSTRAK

*Berdasarkan hasil penelitian Hapsari dan Setyawan (2021), sosok entrepreneur dan pemimpin seperti Elon Musk dinilai mampu menerapkan 2 dimensi penting, yakni CSR (Corporate Social Responsibility) dan CDR (Corporate Digital Responsibility). Sosok Elon Musk yang begitu menginspirasi generasi muda di Indonesia mendorong tim PKM untuk menawarkan kegiatan webinar interaktif kepada lembaga-lembaga pendidikan tinggi di Jakarta dalam rangka pengembangan prodi bisnis digital. Setelah melakukan rangkaian rapat persiapan pada bulan Oktober dan November 2023, kegiatan PKM dilangsungkan secara daring melalui media Zoom pada tanggal 17 November 2023 pukul 13.00-15.30 WIB. Kegiatan PKM ini juga ditayangkan di Youtube secara live. Kegiatan ini dihadiri oleh lebih dari 100 mahasiswa dan lebih dari 10 dosen Fakultas Manajemen Bisnis Universitas Respati Indonesia (FMB URINDO) yang tertarik untuk mengembangkan prodi baru di bidang bisnis digital. Mahasiswa terlibat aktif dalam kegiatan webinar dengan mengajukan berbagai pertanyaan terkait Elon Musk sebagai role model transformator bisnis. Seluruh pertanyaan dapat dijawab dengan baik oleh tim PKM dengan satu poin jawaban penting, yaitu mencontoh sisi positif dari Elon Musk yakni percaya diri dan optimis, namun tetap rendah hati dan ramah. Dalam sesi FGD (Focus Group Discussion), tim PKM dan tim dosen FMB URINDO berhasil mencapai kesamaan pandangan tentang 4 hal penting dalam pendirian prodi bisnis digital. Keempat hal penting ini adalah profil lulusan, profil dosen, struktur kurikulum, dan bahan kajian. Dengan didasari oleh definisi CSR dan CDR dari Elon Musk (Tesla) di sesi webinar, dapat ditulis bahan kajian mata kuliah yaitu Etika Bisnis Digital, Simulasi dan Mentoring Bisnis Digital, Pemasaran Digital, serta Fintech.*

**Kata Kunci:** CSR & CDR, Elon Musk, Prodi Bisnis Digital FMB URINDO

## 1. PENDAHULUAN

Sejak diperkenalkan oleh Klaus Schwab pada tahun 2015, dunia memasuki era revolusi industri keempat atau lebih dikenal sebagai Industri 4.0. Kehidupan manusia menjadi semakin didigitalisasi dan saling terhubung dalam tingkat yang tidak pernah dibayangkan sebelumnya. Semakin maraknya fintech, *online marketplace*, *online payment*, dan platform yang memungkinkan orang dari berbagai dunia untuk saling terhubung melalui alat komunikasi seperti Zoom dan Microsoft Teams, menandai gaya hidup masyarakat saat ini, terutama dengan semakin meningkatnya penggunaan *smartphone* dan berbagai perangkat digital lainnya. Berbeda dengan era revolusi industri sebelumnya, sudah banyak penemuan yang memudahkan kehidupan manusia secara nyata yang telah diciptakan sebelum Industri 4.0 dimulai.

Banyak yang menantikan inovasi yang dapat mengubah dunia dan kehidupan manusia secara mendalam seperti yang telah ditemukan oleh tokoh-tokoh legendaris di atas. Perubahan itu tentunya dapat sangat dirasakan implementasinya oleh manusia apabila perubahan tersebut dapat berbentuk nyata dan memberikan kemajuan bagi kehidupan manusia dan lingkungan. Hal ini terutama sangat berkaitan dengan semakin besarnya masalah pencemaran lingkungan dan keberlangsungan hidup manusia dalam beberapa dekade ke depan dengan sumber daya dalam planet bumi yang semakin berkurang karena meningkatnya konsumerisme. Saat ini, dunia membutuhkan seorang sosok visioner yang mampu membawa perubahan dalam kehidupan manusia secara nyata dan berkesinambungan bagi kelanjutan kehidupan generasi-generasi berikutnya di masa mendatang, bukan hanya ditekankan pada konsumsi saat ini maupun keuntungan sebesar-besarnya. Tentunya negara yang mampu menaungi sosok tersebut akan menjadi unggul dalam Industri 4.0 ini, tidak hanya dalam segi ekonomi, namun juga dari sisi kemanusiaan.

Salah satu sosok yang menarik mata masyarakat dunia adalah Elon Musk, sang *Chief Executive Officer* (CEO) perusahaan Tesla yang bergerak di bidang mobil listrik. Perusahaan Tesla sangat terkenal dan memiliki pengaruh yang besar, hingga menjadi salah satu dari “*The Most Influential Companies*” pada tahun 2021 menurut majalah Time dengan gerakannya untuk mengubah industri otomotif menjadi berbasis listrik. Kapitalisasi pasar Tesla yang terbilang perusahaan baru dibandingkan dengan raksasa-raksasa otomotif lainnya seperti General Motors, Honda, dan Toyota juga terbilang sangat besar. Elon Musk yang pada tahun 2021 ini menjadi orang terkaya nomor 2 di dunia ini juga menciptakan perusahaan-perusahaan inovatif lainnya seperti SpaceX, Neuralink, dan OpenAI. Seluruh perusahaannya memiliki misi untuk menciptakan sesuatu yang futuristik bagi kehidupan manusia. Tidak hanya itu, salah satu perusahaan yang diciptakannya yang bernama X.com juga sudah melakukan merger dan berubah menjadi PayPal, yang merupakan salah satu perusahaan fintech multinasional yang memudahkan pembayaran antar negara dan antar mata uang (Vance, 2015).

Tecee (2018) menyatakan perusahaan paling terkenal identik dengan Musk selain Tesla adalah SpaceX, yang terkenal karena berkaitan visi besar Musk membawa manusia hidup di planet Mars. Dengan berkembangnya penjelajahan antariksa dan pengembangan pesawat luar angkasa yang semakin canggih dengan didukung oleh NASA, hal ini bukanlah menjadi sesuatu yang tidak mungkin dan dapat menjadi alternatif lain bagi manusia untuk tinggal di luar planet bumi yang sumber dayanya terbatas. Dalam Industri 4.0, tentunya seorang pebisnis beserta perusahaannya harus ditinjau dari sisi tanggung jawab sosial maupun digitalnya. Seorang pebisnis tidak bisa mengabaikan kedua dimensi tersebut, karena keduanya memiliki dampak yang sangat penting dalam memastikan bahwa keadilan bagi setiap masyarakat tetap terjamin. Teknologi digital yang semakin banyak membantu kehidupan manusia juga harus diperhatikan moralitas dan etikanya dalam penggunaannya. Sebagai contoh dalam penggunaan dalam kehidupan masyarakat luas sehari-hari, telepon genggam dan aplikasi dapat memperoleh

banyak data para penggunaannya tanpa disadari oleh pengguna tersebut. Banyak sistem digital yang bisa dimanfaatkan oleh suatu pihak, seperti data pengguna internet dibagikan ke pihak lain. Hal ini tentu menjadi catatan kurang baik bagi setiap perusahaan penyedia data tersebut.

*Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah konsep yang sudah cukup dikenal dalam dunia bisnis dan manajemen sejak tahun 1950-an. Bahkan sejak ratusan tahun yang lalu, sudah dapat ditemukan indikasi bahwa perusahaan berusaha untuk memperbaiki kehidupan masyarakat dan kelompok *stakeholders*. Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan bukan hanya harus mementingkan keuntungan finansial, namun harus mampu meningkatkan kehidupan pihak-pihak eksternal, termasuk masyarakat. Apabila suatu bisnis atau perusahaan ingin dikatakan dapat memberikan dampak yang baik bagi masyarakat dan dunia, maka perusahaan tersebut harus mempunyai *Corporate Social Responsibility* yang unggul. Berbeda dengan *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Digital Responsibility* (CDR) baru mulai berkembang pada era Industri 4.0 ini. Perusahaan juga harus ikut bertanggung jawab untuk memastikan bahwa hal-hal yang merugikan konsumen secara digital melalui kegiatan online mereka dengan menggunakan smart devices tidak sampai terjadi. Perusahaan harus berusaha untuk membangun budaya *Corporate Digital Responsibility* dalam setiap tingkat manajemen agar tidak terjadi pemanfaatan yang tidak bertanggungjawab dalam kehidupan konsumen yang semakin terdigitalisasi.

Fenomena Elon Musk yang begitu menginspirasi generasi muda di Indonesia mendorong tim PKM melakukan penawaran webinar interaktif kepada lembaga-lembaga Pendidikan Tinggi di Jakarta. Dari sekian banyak lembaga pendidikan tinggi ini, terdapat Universitas Respati Indonesia (URINDO) di Jakarta Timur yang memiliki minat tinggi mengembangkan satu prodi bisnis digital. Untuk memulai perintisan prodi baru ini, maka diperlukan berbagai langkah strategik. Satu langkah strategis yang dapat dipilih adalah kegiatan webinar interaktif mengundang tim PKM untuk mendiseminasikan hasil penelitian fenomena Elon Musk agar nantinya poin-poin penelitian dapat diturunkan menjadi rumpun berbagai mata kuliah. Dengan begitu persoalan mitra adalah keinginan mendirikan prodi baru bisnis digital dan, solusi yang dipilih adalah webinar interaktif tim PKM dengan tambahan *Focus Group Discussion* (FGD) guna menghasilkan pokok mata kuliah rumpun bisnis digital.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Guna merealisasikan solusi permasalahan mitra FMB URINDO yang memiliki minat pendirian prodi bisnis digital atas dasar fenomena Elon Musk, maka tim PKM merencanakan dua jenis solusi: a) Webinar Interaktif. Webinar ini membahas tentang Detil Fenomena Elon Musk mulai dari awal mula bisnis terkait hingga menjadi besar bisnis yang ada. Setiap unit bisnis Elon Musk mulai dari Tesla, Space X, Neuralink dan Open AI akan dikupas per bagian dan dijelaskan aspek CSR dan CDR masing-masing. Gambaran detil tentang CSR dan CDR yang baik dan efektif akan menunjukkan bagaimana Elon Musk sebagai CEO mampu mengintegrasikan unit bisnis mencapai kinerja maksimumnya b) *Focus Group Discussion* (FGD) Mengingat mitra FMB URINDO adalah bidang Pendidikan tinggi, maka fenomena Elon Musk perlu difotomulasikan dalam solusi yang bermanfaat riil. Mengingat urgensi dari FMB Urindo adalah pendirian prodi bisnis digital, maka tim PKM akan memberikan gambaran nomenklatur untuk lingkup prodi bisnis digital yang setidaknya ada tiga jenis yakni *digital marketing*, *financial technology* dan *start-up business*. Untuk bidang *digital marketing* akan terdiri dari *digital consumer behavior analysis*, *social media marketing optimization*, *search engine marketing optimization*, *market research*, dan *competitor analysis*. Sedangkan untuk bidang *financial technology* akan mencakup yaitu *fintech and financial innovation*, *financial data analytics*, *crowdfunding management* serta *blockchain application in finance and*

accounting. Bagian terakhir tentang *start-up business* akan meliputi *business modelling*, *marketplace development*, *start up and scale up management*, dan *capital market for start-up*.

Kedua jenis solusi di atas diharapkan mampu memotivasi pihak mitra FMB URINDO dalam merealisasikan pendirian prodi bisnis digitalnya. Mengingat dalam pengalaman Elon Musk sebagai *role model* transformator bisnis maka 3 pilar: *digital marketing*, *financial technology*, dan *start-up business* yang dapat disinergikan dengan baik pada semua unit bisnis mulai dari Tesla, SpaceX, Neuralink dan Open AI. Dalam rangka mengakomodasi kepadatan waktu mitra FMB pada November 2023, FGD dilakukan setelah kegiatan webinar interaktif tanggal 17 November 2023 melalui media Zoom.

Sehubungan dengan bentuk pelaksanaan *workshop* dan pendampingan dalam rangka inisiasi prodi bisnis digital, maka tim PKM juga melakukan pencarian berbagai sumber nomenklatur prodi bisnis digital yang ada di Indonesia dan dunia. Fokus pada 3 nomenklatur yakni *digital marketing*, *financial techmology*, dan *start-ups business* akan terus dielaborasi mulai sub-item topik yang berbentuk konsep dan hasil penelitian. Jika terdapat suatu sumber rujukan yang terkait Elon Musk maka sumber ini akan lebih diprioritaskan untuk dibahas, dievaluasi dan dikembangkan pada sesi *workshop* dan pendampingan antara tim PKM dan dosen-dosen FMB URINDO yang ditugaskan.

Tahapan pelaksanaan memiliki tiga bagian besar yakni pra-kegiatan, kegiatan, dan pascakegiatan. Pada tahap pra kegiatan, tim PKM akan melakukan pertemuan dan diskusi intensif dengan pihak FMB URINDO untuk mematangkan seluruh elemen kegiatan dari materi sesi webinar interaktif dan FGD, pembagian tugas dan peran, promosi agenda PKM dan penyiapan infrastruktur seperti *zoom*, *virtual backdrop*, dan *rundown* acara. Pada tahap kegiatan, dilaksanakan pengaturan tentang skenario pelaksanaan sesuai *rundown* acara yang disepakati. Secara umum *rundown* acara akan berisi: registrasi peserta, pemutaran video profil mitra, sambutan-sambutan, sesi moderator, sesi tim PKM dalam agenda webinar interaktif, FGD, dan bagian penutupan. Bagian kritis dari tahap saat kegiatan adalah bukti video kegiatan yang dalam bentuk file *.mp4* dan bukti evaluasi proses kegiatan baik saat sesi webinar interaktif dan FGD yang dapat dilakukan melalui media *Google Form*.

Saat tahap pasca kegiatan, maka akan ada pertemuan lagi antara tim PKM dengan pihak FMB URINDO untuk mengevaluasi hasil-hasil kegiatan PKM. Hasil pertama yang dapat dilihat adalah sejauhmana antusiasme dari peserta mahasiswa dan dosen. Jika hasilnya sangat antusias, maka kegiatan webinar interaktif dapat dianggap berhasil sehingga memiliki potensi kuat untuk kelanjutan kegiatan topik sejenis berikutnya. Hasil kegiatan FGD perlu dievaluasi untuk melihat sejauhmana persiapan tim kurikulum prodi bisnis digital dalam memulai realisasi nomenklatur yang dimaksud.

Secara ringkas, alur pelaksanaan PKM dapat dilihat dalam gambar 1 sebagai berikut:

**Gambar 1**  
**Alur Pelaksanaan Kegiatan PKM**



### 3. HASIL & LUARAN

#### 3.1. Hasil yang Dicapai

Kegiatan PKM yang dilakukan secara daring pada tanggal 17 November 2023 terealisasi berkat persiapan intensif rapat antara tim PKM dan FMB URINDO. Rapat pertama

tanggal 13 November 2023 pukul 13.00 – 14.00 WIB melalui Zoom FMB URINDO menghasilkan putusan soal *rundown* acara dan materi webinar. Berikutnya pada tanggal 28 Oktober 2023 melalui Zoom FMB URINDO disepakati dua jenis kegiatan dalam webinar ini yakni sesi interaktif mengenai fenomena Elon Musk bagi kawula muda serta sesi FGD (*Focus Group Discussion*) setelah webinar interaktif yang melibatkan tim PKM dan tim dosen FMB URINDO yang ditunjuk sebagai tim pengembang kurikulum prodi S1 Bisnis Digital.

Selanjutnya pada rapat ketiga tanggal 8 November 2023 dengan memakai *Google Meet* tim PKM, maka disepakati tentang flyer agenda PKM seperti terlihat pada gambar 2. Poin penting yang dihasilkan yakni adanya pembagian tugas moderator dan MC dari FMB URINDO, jumlah target peserta dari Kalanga mahasiswa (setidaknya mendekati 100 orang) dan finalisasi kata sambutan pihak structural FMB URINDO dan materi akhir tim PKM untuk webinar interaktif meliputi: Fenomena Revolusi Industri 4.0, Elon Musk & Bisnisnya, Elon Musk sang Visioner, CSR (*Corporate Social Responsibility*), dan CDR (*Corporate Digital Responsibility*) Tesla dan Kesimpulan yang diambil untuk kawula muda Indonesia.

**Gambar 2**  
**Pelaksanaan Kegiatan PKM tanggal 17 November 2023**



Seperti yang ditamikan pada gambar 1 di atas (bagian foto bersama), kegiatan webinar interaktif berlangsung sukses dan lancar dengan dihadiri 100 mahasiswa FMB URINDO dan 10 dosen FMB URINDO. Detil kegiatan webinar dapat dilihat secara *streaming* pada *link* Youtube <https://youtube.com/live/QfcGWUpdL0U?feature=share> yang berdurasi selama kurang lebih 2 jam 19 menit 35 detik. Selain itu jalannya kegiatan webinar dapat diikuti juga pada *link* zoom <https://us06web.zoom.us/j/82321382240?pwd=LwLHP47064FVU5gfChkBg4ghPggQCY.1>.

### 3.2. Luaran yang Dicapai

Ada dua jenis luaran yang didapat dari kegiatan webinar, yakni sesi diskusi dan tanya jawab peserta saat pembahasan mengenai Fenomena Elon Musk dan sesi FGD dengan tim dosen setelah webinar dilakukan. Rangkuman dari sesi tanya jawab untuk Fenomena Elon Musk dapat dilihat pada tabel 1 dan untuk ikhtisar dalam sesi diskusi FGD dapat dipaparkan secara rinci pada tabel 2. Kemudian di gambar 3 nampak ketua tim PKM yakni Bapak Ignatius Roni Setyawan sedang memberikan respon atas pertanyaan peserta mahasiswa dipandu oleh moderator Ibu Mei Supriyani (FMB URINDO). Perranyaan berkisar pada kelemahan Elon Musk, prinsip kepemimpinan di Tesla dan gaya bekerja tim atau individu serta cara pengambilan risiko bisnis yang dihadapi oleh Tesla selama ini.

**Gambar 3**  
**Pelaksanaan Kegiatan PKM 17 November 2023 (sesi Diskusi & Tanya Jawab)**



Secara umum ada 4 poin pertanyaan peserta dan deskripsi jawaban tim PKM diberikan secara rinci pada tabel 1. Jumlah pertanyaan sebanyak 4 item dengan berbagai tingkat kompleksitasnya sudah cukup memberikan bukti bahwa materi webinar direspon secara positif oleh peserta mahasiswa FMB URINDO.

**Tabel 1**  
**Diskusi Tanya Jawab dengan Audiens (Webinar Interaktif 17 November 2023)**

No	Pertanyaan Audiens (Webinar Interaktif)	Jawaban TIM PKM
1	Elon Musk, seorang pengusaha yang sangat sukses, menjadi role model di masa kini tetapi seperti manusia lainnya, ia memiliki kelemahan. apa kelemahan Elon Musk ini?	Kelemahan utama Elon Musk adalah pada tingginya ambisi bisnis yang dimiliki dan upaya untuk merealisasikan ambisinya tersebut terkadang harus sedikit melakukan konflik dan perdebatan tajam dengan para kolega dan bawahan di Tesla.
2	Apa tantangan khusus yang mungkin dihadapi oleh kawula muda di Indonesia ketika mencoba menerapkan prinsip-prinsip bisnis ala Elon Musk di lingkungan lokal?	Kawula muda Indonesia dapat mencontoh sikap dan perilaku optimis Elon Musk dalam mengatasi setiap tantangan besar yang muncul. Namun, kawula muda Indonesia harus dapat berkomunikasi dengan baik dan santun dengan setiap kolega bisnis yang dijumpai.
3	Bagaimanakah nilai kepemimpinan atau prinsip bisnis serta cara pengambilan risiko Elon Musk dapat diterapkan di Indonesia?	Kepimpinan Elon Musk bersifat transaksional karena menuntut loyalitas tinggi dari bawahan di Tesla, Namun, ada kalanya Elon Musk bergaya karismatik untuk hal-hal yang baru dan bersifat penajakan.
4	Adakah inovasi bisnis Tesla dilakukan secara personal atau didukung oleh tim yang kuat? Adakah peran lab bisnis sebagai <i>think tank</i> ?	Merupakan kombinasi keduanya. Untuk tahap awal bedirinya Tesla dan proyek lainnya, Elon Musk akan menjadi inisiator. Namun saat bisnis berkembang pesat, maka dia butuh tim kerja yang solid.

Pada saat FGD kurikulum prodi S1 bisnis digital dilakukan dari jam 16.30-18 maka dicapai beberapa item diskusi tim PKM dan tim dosen FMB URINDO yang meliputi: profil lulusan bisnis digital, profil dosen pengajar, struktur kurikulum dan bahan kajian amta kuliah. Tim PKM memberikan paparan contoh stuktur kurikulum S1 bisnis digital dari FEB UNDIP. Dalam gambar 4 terlihat rangkaian pengambilan mata kuliah semester 5 dan 6. Ada hal menarik di semester 6 semua mata kuliah bersifat laboratorium yaitu: lab. digital *start-up*, laboratorium *digital marketing*, laboratorium *fintech*, laboratorium *data science*, serta laboratorium pemrograman. Ciri khas mata kuliah lab pada kurikulum S1 Bisnis Digital sudah menjadi kewajiban. Hal ini disebabkan bisnis digital merupakan kombinasi bisnis, teknologi, dan matematika (Unesa, 2021).

**Gambar 4**  
**Satu Pokok Bahasan Utama FGD tanggal 17 November 2023**

Semester	Mata Kuliah	Semester	Mata Kuliah	Semester	Mata Kuliah
4	UI & UX	5	Machine Learning & Data Mining	6	Lab. Digital Start Up
4	Manajemen Strategik	5	Search Engine Marketing (SEO/SEA)	6	Lab Digital Marketing
4	Sistem Informasi Manajemen	5	Metodologi Penelitian	6	Lab. Fintech
4	Manajemen Lintas Budaya	5	Enterprise Resources Planning	6	Lab Data Science
4	Cloud System Server	5	Artificial Intelligence for Business	6	Lab Pemrograman
4	Pemasaran Digital	5	Anggaran dan Perencanaan Bisnis		
4	Manajemen Proyek Digital	5	Business Model		



Lebih jauh tentang respon tim PKM untuk pertanyaan audiens sehubungan dengan kurikulum bisnis S1 Bisnis Digital dapat dilihat pada tabel 2 terlampir. Bapak Titus dan bapak Sakti dari FMB Utindo menanyakan tentang profil lulusan dan dosen S1 Bisnis Digital. Tim PKM memberikan jawaban untuk profil lulusan ada tiga yakni wirausahawan muda, konsultan bisnis dan profesional pemasaran. Sedangkan untuk profil dosen adalah akademisi bidang manajemen dan IT dan lebih disukai memiliki pengalaman di industri *e-commerce* dan sebagai pemasar.

**Tabel 2**  
**Diskusi Tanya Jawab dengan Audiens (FGD) tanggal 17 November 2023**

No	Pertanyaan Audiens (FGD)	Jawaban TIM PKM
1	Bagaimana profil lulusan S1 Bisnis Digital?	Wirausahawan Muda, Konsultan Bisnis & Profesional Pemasaran
2	Bagaimana profil dosen S1 Bisnis Digital?	Akademisi bidang bisnis dan IT serta berpengalaman sebagai praktisi bidang industri <i>e-commerce</i> dan pemasar produk.
3	Bagaimana struktur kurikulum S1 Bisnis Digital?	Struktur kurikulum ada mata kuliah imti dan wajib dengan total sks minimum 144 standar SN DIKTI dan ada skema MBKM.
4	Bagaimana contoh bahan kajian terkait?	Contoh RPS mata kuliah IoT, <i>Fintech</i> , Etika Bisnis Digital, Simulasi & <i>Mentoring</i> Bisnis Digital & Pemasaran Digital.

#### 4. KESIMPULAN & SARAN

Kegiatan PKM yang dilakukan secara daring dengan media Zoom telah berlangsung sukses dan lancar. Antusiasme peserta mahasiswa dibuktikan dengan lebih dari tiga pertanyaan yang mengajukan soal bagaimana penerapan fenomena Elon Musk agar menjadi role model transformasi bisnis mereka di masa depan sudah dijawab oleh tim PKM lewat satu notifikasi khusus, yaitu *teladanilah sikap optimis dan percaya diri Elon Musk dengan bisnis Tesla namun tetaplah bersikap ramah dan rendah hati agar menjadi figure bisnis yang dicintai masyarakat luas*. Dalam hal paparan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan CDR (*Corporate Digital Responsibility*) untuk kasus Elon Musk Tesla sudah memberikan pemahaman kuat bagi peserta

mahasiswa dan dosen FM URINDO, yakni saat membangun bisnis digital yang bagus dan kuat seperti TESLA, maka calon pebisnis digital di Indonesia harus memiliki sikap tanggung jawab sosial pada seluruh *stakeholder* dan membuktikan penguasaan aspek digitalisasi dalam setiap elemen bisnis yang dijalankan.

Satu kegiatan lanjutan tentang FGD kurikulum prodi S1 bisnis digital juga dapat dilakukan dengan keterlibatan aktif diskusi tim PKM dan tim dosen FMB URINDO yang ditunjuk. Hasil penting adalah adanya pendefinisian profil lulusan S1 Bisnis Digital yang semestinya selaras dengan visi misi FMB URINDO, profil dosen akademisi dan praktisi serta struktur kurikulum bisnis digital yang dikombinasikan mata kuliah teori dan laboratorium paling tidak *start up, fintech, dan digital marketing*.

Pihak mitra FMB URINDO sangat mendukung dan mengapresiasi kegiatan PKM yang sudah berlangsung tanggal 17 November 2023. Tema Fenomena Elon Musk bagi kawula muda serta kita pendirian prodi S1 Bisnis Digital adalah hal yang relevan dan bernilai strategis bagi perkembangan mitra FMB URINDO untuk beberapa tahun mendatang. Dalam merealisasikan kegiatan PKM yang terkait fenomena kasus riil bisnis digital dan pendirian prodi S1 Bisnis Digital di URINDO, pihak mitra meminta tim PKM menyiapkan detail rincian langkah-langkah penyusunan prodi bisnis digital sesuai aturan DIKTI dan merealisasikan webinar tentang profil fenomena bisnis digital khas Indonesia seperti Gojek, Tokopedia, dan Bukalapak. Webinar diharapkan dalam bentuk luring bertempat di kampus URINDO karena dinilai akan lebih menarik dan efektif bagi kalangan peserta mahasiswa.

## 5. ACKNOWLEDGMENT

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM UNTAR atas dukungan pendanaan dan SPK kegiatan. Terkhusus untuk dukungan Bapak Titus, Bapak Sakti, Ibu Ani, dan kolega dosen FMB URINDO atas izin dan partisipasi kegiatan PKM. Terakhir ucapan terima kasih juga kepada Novrida F. Sutimorang atas kontribusi proses penyusunan dan *editing* artikel ini.

## 6. REFERENSI

- Ashlee Vance, (2015), *Elon Musk: Tesla, SpaceX, and the Quest for a Fantastic Future*, (Virgin Books)
- Carl, V.K, C. Mihale-Wilson, J. Zibunschka, and O.Hinz (2023), A Consumer Perspective on Corporate Digital Responsibility: an Empirical Evaluation of Consumer Preferences, *Journal of Business Economics*,, March, <https://doi.org/10.1007/s11573-023-01142-y>
- Carroll, A.B., (2016), Carroll's pyramid of CSR: taking another look, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1-3-0108
- Denning, S. (2023), How Tesla's management innovations operationalize its "Deep Purpose" to save the planet, *Strategy & Leadership*, Vol. 51 No. 5, pp. 3-10. <https://doi.org/10.1108/SL-07-2023-0069>
- Hapsari, C,G and I.R. Setyawan (2021), *Elon Musk Sebagai Role Model Transformator Bisnis: Analisis Corporate Social Responsibility dan Corporate Digital Responsibility*, dalam book chapter "Transformasi Bisnis Di Masa Pandemi Tnjauan dari Aspek Manajemen", *Ekonomi & Kewirausahaan*, LPPM UNTAR, hal. 33-57

- Lewrick, M., P. Link and L.Leifer (2018), *The Design Thinking Palybook, Mindfil Digital Transformation of Teams, Product, Services, Businesses and Ecosystems (Design Thinking Series)*, 1<sup>st</sup> Edition, John Wiley.
- Liu, Q.-R., Liu, J.-M. and He, Z.-P. (2023), Digital transformation ambidexterity and business performance, *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 36 No. 5, pp. 1402-1420. <https://doi.org/10.1108/JEIM-08-2022-0280>
- Lobschat, L., Mueller B., Eggers, F., Brandimarte, L., Diefenbach S., Kroschke, M., Wirtz J, (2021), Corporate Digital Responsibility, *Journal of Business Research* 122-C-08750888
- Teece, D.J, (2018), Tesla and the Reshaping of the Auto Industry, *Management and Organization Review*, 14-3-05010512
- Unesa (2021), Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi Progra Studi S1 Bisnsi Digital, *Naskah Dokumen* diajukan kepada Direktorat Pembelajaran & Kemahasiswaan, Kemdikbud RI.

**Kode Artikel : 041A**  
**Judul : ~~FENOMENA ELON MUSK SEBAGAI ROLE MODEL TRANSFORMATOR BISNIS BAGI KAWULA MUDA DI INDONESIA~~**  
**ELON MUSK SEBAGAI ROLE MODEL TRANSFORMATOR BISNIS KAWULA MUDA TERKAIT PRODI BISNIS DIGITAL DI INDONESIA**

	<b>Aspek Penilaian</b>	<b>Uraian Penilaian</b>
1	<b>Judul:</b> singkat, jelas menggambarkan isi artikel	Judul diharapkan mampu menggambarkan tentang artikelnya. <b>(SUDAH DIREVISI)</b>
2	<b>Abstrak</b> (Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris) berisi: latar belakang permasalahan, metode, solusi, hasil.	Dengan penggunaan Bahasa yang baik, abstrak menguraikan secara singkat keseluruhan artikel, sayangnya hasilnya mengarah pada pendirian prodi bukan membuktikan bahwa model Elon Musk adalah model transformasi bagi bisnis kawula muda. Perlu diperhatikan juga sebaiknya penulisan akta kunci urut abjad. <b>(SUDAH DIREVISI)</b>
3	<b>Pendahuluan:</b> berisi analisis situasi, permasalahan dan solusi mitra.	Dalam bab ini sudah mampu menggambarkan situasi awal dengan permasalahan yang ada dan harapan untuk solusi mitra.
4	<b>Metode Pelaksanaan PKM :</b> Apakah metode pelaksanaan PKM dijelaskan dengan lengkap ?	Metode pelaksanaan yang dilakukan dengan 2 tahap. Akan lebih baik setelah narasi dibuat gambar alur pelaksanaan PKM nya. Sehingga memudahkan pembaca untuk memahami. <b>(SUDAH DIREVISI)</b>
5	<b>Hasil dan pembahasan :</b> Hasil disampaikan dengan jelas, dalam urutan yang logis dan efektif. dilengkapi dengan dokumentasi pelaksanaan PKM (dicantumkan sumber yg jelas). Pembahasan dari hasil pelaksanaan PKM harus dijelaskan.	Hasil pembahasan pelaksanaan PKM ini cukup rinci melalui 2 hal, FGD tentang bagaimana Elon Musk sebagai role model digunakan dan selanjutnya dapat digunakan untuk penyiapan pembukaan Prodi baru tentang Bisnis digital. Akan lebih baik kalau judulnya disesuaikan karena terkesan jadi kurang nyambung. <b>(SUDAH DIREVISI)</b>
6	<b>Kesimpulan :</b> Apakah kesimpulan sudah menjawab permasalahan dan menjelaskan bagaimana PKM memberikan kontribusi.	Kesimpulan cukup menjawab permasalahan yang ada, namun kurang pas dengan judulnya karena di judul sama sekali tidak menyinggung adanya pembukaan prodi baru padahal dalam artikel sangat terkesan ke arah pembukaan prodi baru sampai sudah ada pembahasan tentang kurikulum walau hanya singkat. <b>(SUDAH DIREVISI)</b>
7	<b>Referensi :</b> 10 tahun terakhir, menggunakan APA Style, semua	Referensi cukup baik untuk mendukung penulisan artikel hasil PKM.

---

	referensi sudah disitasi dalam makalah.	
8	<b>Penggunaan Bahasa</b> telah sesuai dengan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI)	Cukup baik dengan berpedoman pada PUEBI.
9	<b>Rekomendasi Reviewer</b> (Pilih salah satu)	<b>Jurnal Terakreditasi/ Jurnal Belum Terakreditasi</b> Usulan : judul sebaiknya disesuaikan dengan nisi artikelnnya..

Berdasarkan hasil penilaian terhadap berbagai aspek penilaian sebagaimana diuraikan diatas, *reviewer* memutuskan bahwa artikel:

- ~~1. Diterima Tanpa Perbaikan~~
- 2. Diterima dengan Perbaikan Minor**
- ~~3. Diterima dengan Perbaikan Mayor~~
- ~~4. Ditolak~~

Hasil penilaian *reviewer* sebagaimana tersebut bersifat final, mengikat dan tidak dapat diganggu gugat.



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

LPPM UNTAR  
Lembaga Penelitian dan  
Pengabdian kepada Masyarakat

Kampus  
Merdeka  
INDONESIA JAYA



**SERINA VII**  
UNTAR 2023

# SERTIFIKAT

No: 041A/MKL/SERINA-VII/2023

DIBERIKAN KEPADA

**IGNATIUS RONI SETYAWAN**

SEBAGAI

**PEMAKALAH**

DENGAN JUDUL

**Fenomena Elon Musk Sebagai Role Model Transformator Bisnis Bagi  
Kawula Muda Di Indonesia**

**Seri Seminar Nasional Universitas Tarumanagara VII 2023**

**"STRATEGI MENCAPAI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS MELALUI PEMANFAATAN  
HASIL PENELITIAN DAN PKM PADA BIDANG SUMBER DAYA ALAM DAN MARITIM"**

**Kamis, 7 Desember 2023**



**Ir.Jap Tji Beng, MMSI., Ph.D., P.E., M.ASCE**  
Ketua LPPM Universitas Tarumanagara

**Ade Adhari S.H., M.H.**  
Ketua Panitia Serina VII Untar 2023

Jakarta, 28 November 2023

No : 041A-LOA-SerinaVII/Untar/XI/2023  
Perihal : Penerimaan Artikel  
Lampiran : Hasil *Review* dan Form Registrasi

Yth. Bapak/ Ibu **Ignatius Roni Setyawan dan Claudia Gita Hapsari**  
Universitas Tarumanagara

Dengan hormat,

Bersama ini kami informasikan bahwa artikel Bapak/Ibu dengan judul: **“FENOMENA ELON MUSK SEBAGAI ROLE MODEL TRANSFORMATOR BISNIS BAGI KAWULA MUDA DI INDONESIA”** dengan ID Artikel: **041A**

Dinyatakan: **diterima di Jurnal dengan Revisi**

Berdasarkan hasil penilaian komite ilmiah, artikel Bapak/Ibu direkomendasikan untuk dipublikasikan ke **JURNAL BAKTI MASYARAKAT INDONESIA (JBMI)**. Revisi artikel diunggah langsung ke **OJS JBMI (<https://journal.untar.ac.id/index.php/baktimas>)** dengan subjek email dan nama file NO.ID - REVISI - NAMA LENGKAP PENULIS PERTAMA paling lambat tanggal 30 November 2023.

Berikut kami lampirkan hasil *review* dari Komite Ilmiah beserta dengan form registrasi. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat segera melakukan **registrasi paling lambat tanggal 29 November 2023**.

Selanjutnya kami mengundang Bapak/Ibu hadir dan berpartisipasi untuk mempresentasikan artikel dalam acara Serina Untar VII 2023 pada tanggal 7 Desember 2023 yang dilaksanakan secara daring. Atas keikutsertaan dan perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,  
Ketua Panitia Serina Untar VII 2023



Ade Adhari, S.H., M.H.

**Lembaga**

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

**Fakultas**

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana



REPUBLIK INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

## SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002023131104, 13 Desember 2023

**Pencipta**  
Nama : Ignatius Romi Setyawan dan Claudia Gita Hapsari  
Alamat : Jl. K.H.R. Asnawi RT 002 RW 001, Damaran, Kudus Kota, Kudus, Jawa Tengah, 59316  
Kewarganegaraan : Indonesia

**Pemegang Hak Cipta**  
Nama : Ignatius Romi Setyawan dan Claudia Gita Hapsari  
Alamat : Jl. K.H.R. Asnawi RT 002 RW 001, Damaran, Kudus Kota, Kudus, Jawa Tengah, 59316  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Jenis Ciptaan : Karya Tulis Lainnya  
Judul Ciptaan : Deskripsi Dimensi CSR [Corporate Social Responsibility] & Dimensi CDR [Corporate Digital Responsibility] Dari TESLA  
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 13 Desember 2023, di Jakarta  
di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia  
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, dihitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.  
Nomor pencatatan : 000564059

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dusananto  
NIP. 196412081991031002

**Disclaimer:**

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

# Deskripsi Dimensi CSR [Corporate Social Responsibility] & Dimensi CDR [Corporate Digital Responsibility] dari TESLA

[Detail](#) [Pencipta](#) [Lampiran](#) [Approval History](#) [Pasca History](#)

## Permohonan

[📄 Sertifikat \(https://e-hakcipta.dgip.go.id/index.php/print\\_sertifikat/71f94ef9c5a0dd8deed72f4fd7af34be\)](https://e-hakcipta.dgip.go.id/index.php/print_sertifikat/71f94ef9c5a0dd8deed72f4fd7af34be)

### Nomor Aplikasi

EC002023131104

### Nomor Sertifikat

000564059

### Judul Ciptaan

Deskripsi Dimensi CSR [Corporate Social Responsibility] & Dimensi CDR [Corporate Digital Responsibility] dari TESLA

### Deskripsi

Ciptaan ini merupakan implementasi pendefinisian secara operasional 4 dimensi CSR (Corporate Social Responsibility) dari Archie B. Carroll (2016), yang terdiri dari: Economic Responsibility, Legal Responsibility, Ethics Responsibility dan Philanthropic Responsibility dan 4 tahapan CDR (Corporate Digital Responsibility) dari Lobschat, et.al. (2021) yang terdiri dari Penciptaan Teknologi & Pengambilan Data, Operasi & Pengambilan Keputusan, Inspeksi & Penilaian Dampak serta Perbaikan Teknologi & Data yang berhasil diterapkan pada model perusahaan Tesla dari Elon Musk. Hasil Ciptaan memberikan konfirmasi bahwa dengan perpaduan implementasi kedua aspek CSR dan CDR, maka Elon Musk patut dipertimbangkan sebagai role model transformasi bisnis bagi setiap pelaku usaha.

### Pengguna

Ignatius Roni Setyawan

### Tanggal Pengajuan

13-12-2023 02:27:17

### Jenis permohonan

Umum

**Jenis Ciptaan**

Karya Tulis Lainnya

**Tanggal Diumumkan**

2023-12-13

**Negara**

Indonesia

**Kota**

Jakarta

**Biaya**

Rp. 400.000

**Status Pembayaran**

Lunas Pengajuan Pencatatan Ciptaan

**Status Penerimaan**

Diterima

**Billing Code**

820231213116765



---

**Persetujuan**

**Waktu Perlindungan**

Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

## Catatan Penerimaan

Auto approve by system



# Deskripsi Dimensi CSR [*Corporate Social Responsibility*] & Dimensi CDR [*Corporate Digital Responsibility*] dari TESLA

Pencipta: Dr. Ignatius Roni Setyawan, SE, M.Si.  
Claudia Gita Hapsari, SE, MM

---

---

1. **Deskripsi Singkat Produk:**

Revolusi Industri 4.0 mengharuskan perusahaan beradaptasi dengan perubahan bisnis ke arah dunia yang serba digital. Manusia juga mengalami ancaman akibat semakin berkurangnya sumber daya alam yang jumlahnya terbatas. Bisnis harus berorientasi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, bukan hanya keuntungan. Elon Musk adalah entrepreneur yang mengubah industri otomotif jadi lebih ramah lingkungan dengan mobil listrik yang bersistem autopilot. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menganalisis Elon Musk dan Tesla melalui dimensi *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Digital Responsibility*. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa sosok entrepreneur dan pemimpin seperti Elon Musk memiliki 2 dimensi tersebut sangat dibutuhkan setiap negara, seperti Indonesia. Kedua elemen ini akan dibuatkan matriks dalam tabel 1 dan 2.

2. **Proses Pendeskripsian Elemen CSR**

Berdasarkan empat dimensi CSR dari Archie B. Carroll (2016), Carroll's pyramid of CSR: taking another look, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1-3-0108 maka kegiatan CSR Tesla dapat ditinjau sesuai dalam tabel 1. di bawah:

**Tabel 1. Corporate Social Responsibility yang diterapkan untuk Tesla**

Dimensi CSR Archie B. Carroll (2016)	Deskripsi CSR untuk Tesla
<i>Economic Responsibilities</i>	<i>Tesla selalu berupaya mencari cara untuk menurunkan biaya sehingga dapat meningkatkan laba, salah satunya melalui kegiatan mass produksi di China. Pemasaran Tesla juga dapat dibidang sangat berhasil dengan didukung sosok seperti Elon Musk yang memiliki tingkat pengaruh tinggi dengan visinya, mengingat Brand Awareness yang sangat tinggi dibandingkan perusahaan lainnya. Pendapatan penjualan Tesla juga sangat tinggi dibandingkan pesaing,. Akibatnya, tingkat profitabilitas Tesla semakin meningkat (mencapai 1,1 miliar US Dollar pada kuartal kedua tahun 2021). Keberhasilan Tesla juga merupakan hasil dari strateginya yang efektif, melalui strategi diferensiasi dengan menawarkan mobil yang ramah lingkungan, bermode autopilot, dan bermodel menarik untuk menembus industri otomotif yang sarat akan mobil konvensional. Untuk jangka panjangnya, Tesla didukung oleh keberhasilan strategi pemasarannya yang agresif dengan figure Elon Musk sehingga mampu memanfaatkan brand image yang sudah ada dengan produk yang dikembangkannya. Harga saham Tesla meningkat pesat dan drastis dibandingkan 10 tahun sebelumnya, sehingga investor memperoleh keuntungan melalui peningkatan harga saham yang sangat signifikan.</i>
<i>Legal Responsibilities</i>	<i>Tesla menaati peraturan di tempat-tempat perusahaannya beroperasi, termasuk untuk pabrik-pabriknya. Sebagai contoh, Tesla mematuhi Foreign Corrupt Practices Act (FCPA), membuat statement berdasarkan California Transparency in Supply Chains Act dan UK Modern Slavery Act 2015 sebagai bentuk komitmen terhadap anti perbudakan. Tesla selalu mematenkan produk-produknya secara resmi. Tesla mendukung mandat penjualan Zero-</i>

	<i>Emission Vehicle (ZEV) yang ingin dicapai pada tahun 2035 di beberapa negara bagian seperti California di Amerika Serikat. Tesla juga bekerja sama dengan pemerintah seperti di Tiongkok untuk menginvestigasi kecelakaan mobil Tesla.</i>
<i>Ethical Responsibilities</i>	<i>Tesla memastikan bahwa mobilnya ramah lingkungan sehingga tidak menambah emisi greenhouse gas jika dibandingkan dengan mobil konvensional. Tindakan yang menjaga kelestarian lingkungan ini tentunya bermanfaat bagi lingkungan, planet secara keseluruhan, dan generasi berikutnya. Tesla yang kini memiliki SolarCity (sekarang bernama Tesla Energy) juga selalu mengembangkan tenaga surya sebagai tenaga alternatif untuk kehidupan manusia yang sangat ramah lingkungan. Tesla memastikan bahwa ada kompensasi yang menarik bagi karyawan dan masuk dalam daftar 25 besar perusahaan dengan gaji terbaik untuk intern pada tahun 2021. Tesla selalu berusaha mengembangkan tingkat keamanan dan Kesehatan para pelanggan, salah satunya adalah dengan bergabung dalam OSHA's Voluntary Protection Program yang mengevaluasi perusahaan dalam menerapkan program manajemen keamanan dan kesehatan. Tesla juga memperhatikan kesejahteraan konsumen dengan berusaha memberikan harga baterai dan mobil yang lebih terjangkau, salah satunya melalui partnership dengan Panasonic yang memproduksi baterai untuk EV. Pengembangan Tesla Bot juga diharapkan mampu menggantikan manusia untuk melakukan tugas-tugas yang berbahaya dan membantu pembelinya untuk menghemat waktu dalam menjalankan tugas sehari-hari.</i>
<i>Philanthropic Responsibilities</i>	<i>Tesla menyumbang ratusan mesin ventilator kepada New York untuk memenuhi kebutuhan mesin tersebut dalam pandemi COVID-19 pada bulan Maret tahun 2020. CEO Tesla, Elon Musk, menyumbangkan 20 juta US Dollar untuk pembangunan sekolah di Cameron County dan 10 juta Dollar AS untuk revitalisasi kota Brownsville di Texas, Amerika Serikat pada bulan April tahun 2021. Elon Musk juga mengumumkan kepada jutaan followers-nya di Twitter bahwa ia akan menyumbangkan sebesar 100 juta Dollar AS kepada teknologi terbaik untuk menangkap CO2 pada bulan Januari 2021. Elon Musk juga berjanji melalui Giving Pledge bahwa ia akan menyumbangkan setengah dari kekayaannya.</i>

### 3. Proses Pendeskripsian Elemen CDR

Berdasarkan keempat tahap CDR (Corporate Digital Responsibility) dari Lobschat, L., Mueller B., Eggers, F., Brandimarte, L., Diefenbach S., Kroschke, M., Wirtz J, 2021, Corporate Digital Responsibility, *Journal of Business Research* 122-C-08750888 penerapan CDR Tesla dapat dilihat dalam tabel 2. di bawah sebagai berikut:

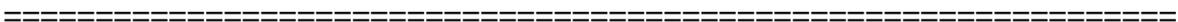
**Tabel 2. Bentuk CDR yang Diterapkan oleh Tesla**

<b>Tahap CDR Lobschat, et.al. (2021)</b>	<b>Implementasi CDR oleh Tesla</b>
<i>Penciptaan teknologi dan pengambilan data</i>	<i>Tesla sudah menjelaskan bahwa perusahaannya mengumpulkan data mengenai: (1) pengguna dan device yang digunakan pengguna, seperti nama, alamat, nomor telepon, e-mail, informasi pembayaran, Surat Izin</i>

	<p>Mengemudi, dan lainnya (2) mobil Tesla pengguna, seperti nomor identifikasi kendaraan, kecepatan, pembacaan odometer, riwayat isi ulang baterai, pengelolaan penggunaan baterai, riwayat service mobil, dan lainnya (3) produk energi Tesla pengguna, dimensi atap, konfigurasi sistem listrik, kapasitas sistem panel surya yang ada, tanggal instalasi, jumlah produk yang terpasang, nomor serial, konsumsi energi rumah, dan lainnya. Ketiga jenis informasi tersebut dapat dikumpulkan melalui beberapa media, seperti website Tesla, software, sosial media, email, newsletter, aplikasi kredit, Tesla Account, public database, marketing partner, kunjungan ke toko Tesla, kunjungan acara, cookies, dan lainnya.</p>
Operasi dan pengambilan keputusan	<p>Tesla menjelaskan bahwa data tersebut digunakan untuk (1) Berkomunikasi dengan pelanggan, seperti mengirimkan informasi mengenai acara, produk, keamanan, perubahan tentang terms &amp; conditions, kontes, produk yang disesuaikan dengan kebutuhan, menghubungi first responder apabila terjadi kecelakaan, (2) Memenuhi produk dan jasa, seperti penyelesaian pembayaran, pengiriman barang, customer service, service produk Tesla, dan memonitor kinerja produk Tesla (3) Meningkatkan pengembangan produk dan jasa Tesla, seperti mengembangkan dan mempromosikan produk dan jasa baru, memodifikasi produk dan jasa yang sudah ada, menganalisis dan meningkatkan keamanan produk dan jasa yang ada, analisis data, audit, pengawasan dan pencegahan fraud, dan menentukan efektifitas promosi. (4) Tesla tidak menjual data konsumen ke pihak lain</p>
Inspeksi dan penilaian dampak	<p>(1) Tesla menerapkan berbagai tindakan secara organisasi, teknis, dan administratif untuk melindungi informasi tersebut dalam perusahaan (2) Tesla tidak menawarkan produk pada individu di bawah usia 16 tahun dan tidak mengumpulkan data dari individu tersebut (3) Apabila ada individu yang merasa bahwa datanya tidak aman di Tesla, maka dapat menghubungi Tesla</p>
Perbaikan teknologi dan data	<p>(1) Tesla memungkinkan penduduk California untuk mengakses dan menghapus data berdasarkan California Consumer Privacy Act (2) Apabila ada konsumen yang ingin mengakses dan mengontrol mengenai data yang diambil oleh Tesla, maka dapat menghubungi Tesla dan juga melalui device permissions, in-app settings, marketing opt-outs, dan menonaktifkan pengambilan data kendaraan tertentu.</p>

#### 4. Kesimpulan:

Elon Musk dengan bisnis TESLA adalah sosok visioner yang menerapkan bisnis dengan dimensi *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Digital Responsibility*. Dalam menghadapi Industri 4.0., setiap negara akan membutuhkan sosok seperti Elon Musk yang mampu berperan sebagai role model transformator bisnis dengan membawa perubahan dalam skala besar yang tidak hanya berbasis keuntungan, namun dapat mengembangkan kehidupan manusia dan generasi berikutnya ke arah yang lebih baik



**Uraian singkat ciptaan:**

Ciptaan ini merupakan implementasi pendefinisian secara operasional 4 dimensi CSR (*Corporate Social Responsibility*) dari Archie B. Carroll (2016), yang terdiri dari: *Economic Responsibility*, *Legal Responsibility*, *Ethics Responsibility* dan *Philanthropic Responsibility* dan 4 tahapan CDR (*Corporate Digital Responsibility*) dari Lobschat, et.al. (2021) yang terdiri dari Penciptaan Teknologi & Pengambilan Data, Operasi & Pengambilan Keputusan, Inspeksi & Penilaian Dampak serta Perbaikan Teknologi & Data yang berhasil diterapkan pada model perusahaan Tesla dari Elon Musk. Hasil Ciptaan memberikan konfirmasi bahwa dengan perpaduan implementasi kedua aspek CSR dan CDR, maka Elon Musk patut dipertimbangkan sebagai *role model* transformasi bisnis bagi setiap pelaku usaha.

# ELON MUSK SEBAGAI ROLE MODEL TRANSFORMATOR BISNIS KAWULA MUDA TERKAIT PRODI BISNIS DIGITAL DI INDONESIA

Ignatius Roni Setyawan, 0318037301, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara

Claudia Gita Hapsari, 118212002, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara)

Novrida Fransisca Situmorang, 117211037, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara)

## Pendahuluan

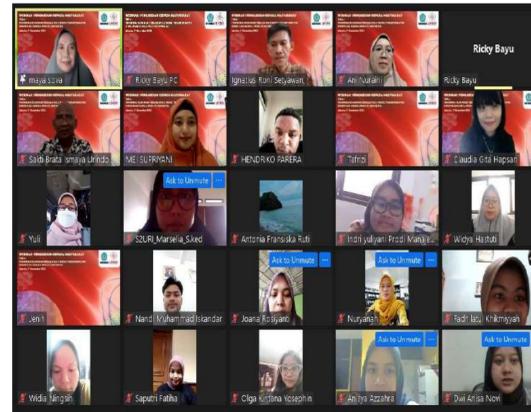
Fenomena pengusaha inovatif Elon Musk yang sangat menginspirasi generasi muda di Indonesia mendorong tim PKM untuk membantu perguruan tinggi di Jakarta dalam mengembangkan prodi bisnis digital. Dari sekian banyak lembaga pendidikan tinggi di Jakarta, PKM diadakan di Universitas Respati Indonesia (URINDO) di Jakarta Timur yang memiliki minat tinggi mengembangkan satu prodi bisnis digital.

## Metode

Guna merealisasikan solusi permasalahan mitra FMB URINDO yang memiliki minat pendirian prodi bisnis digital atas dasar fenomena Elon Musk, maka tim PKM merencanakan dua jenis solusi, yaitu Webinar Interaktif dan Focus Group Discussion

## Hasil dan Pembahasan

Tim PKM dan tim dosen FMB URINDO berhasil mencapai kesamaan pandangan tentang 4 hal penting dalam pendirian prodi bisnis digital. Keempat hal penting ini adalah profil lulusan, profil dosen, struktur kurikulum, dan bahan kajian. Dengan didasari oleh definisi CSR dan CDR dari Elon Musk (Tesla) di sesi webinar, dapat ditulis bahan kajian mata kuliah yaitu Etika Bisnis Digital, Simulasi dan Mentoring Bisnis Digital, Pemasaran Digital, serta Fintech.



## Kesimpulan

Kegiatan ini memberikan pemahaman kuat bagi peserta mahasiswa dan dosen FM URINDO untuk memiliki sikap tanggung jawab sosial pada seluruh stakeholder dan membuktikan penguasaan aspek digitalisasi dalam setiap elemen bisnis yang dijalankan.

Hasil penting dari kegiatan ini adalah adanya pendefinisian profil lulusan S1 Bisnis Digital yang semestinya selaras dengan visi misi FMB URINDO, profil dosen akademisi dan praktisi serta struktur kurikulum bisnis digital yang dikombinasikan mata kuliah teori dan laboratorium start up, fintech, dan digital marketing.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM UNTAR atas dukungan pendanaan dan SPK kegiatan. Terkhusus untuk dukungan Bapak Titus, Bapak Sakti, Ibu Ani, dan kolega dosen FMB URINDO atas izin dan partisipasi kegiatan PKM.

## Referensi

Ashlee Vance, (2015), *Elon Musk: Tesla, SpaceX, and the Quest for a Fantastic Future*, (Virgin Books)

Carl, V.K, C. Mihale-Wilson, J. Zibunschka, and O.Hinz (2023), *A Consumer Perspective on Corporate Digital Responsibility: an Empirical Evaluation of Consumer Preferences*, *Journal of Business Economics*, March, <https://doi.org/10.1007/s11573-023-01142-y>

Denning, S. (2023), *How Tesla's management innovations operationalize its "Deep Purpose" to save the planet*, *Strategy & Leadership*, Vol. 51 No. 5, pp. 3-10. <https://doi.org/10.1108/SL-07-2023-0069>