

Peran Strategi dan Mindset Kewirausahaan dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital

Nur Aida Basir¹, Rachmad Arief Sunaryo², Raihan Dary Wiguna³, Surya Hari al Amin S⁴, Wahyu Bimantara Hadi S⁵, Feti F^{6*}

^{1,2,3,4,5,6}Politeknik Penerbangan Indonesia curug

Email : nuraidabasir100@gmail.com, r.ariefsunaryo@gmail.com

raihan.wiguna55@gmail.com, suryaharialamin@gmail.com

wahyubimantara88@gmail.com, feti_fatonah@yahoo.co.id

Abstract: The digital era has fundamentally transformed how businesses operate, compete, and create value. Rapid technological advancements, digital platforms, and changing consumer behavior have forced entrepreneurs to continuously adapt in order to remain relevant and competitive. Modern entrepreneurship therefore requires not only adaptive and flexible strategies but also an innovative and growth-oriented mindset to effectively navigate the challenges and opportunities brought by digital transformation. This article aims to examine the role of entrepreneurial strategies and mindsets in managing organizational change, fostering continuous innovation, and enhancing business competitiveness in the digital age. This study employs a qualitative research approach using a literature review method, drawing on various theoretical frameworks and empirical studies related to entrepreneurship, digital transformation, and innovation. The findings indicate that a digital-based entrepreneurial strategy, supported by an adaptive and proactive entrepreneurial mindset, plays a crucial role in enhancing innovation capacity, improving decision-making, and strengthening business resilience in the face of technological disruption and market uncertainty. Furthermore, the integration of digital technologies enables entrepreneurs to identify new business opportunities and improve operational efficiency. The findings of this study are expected to serve as a valuable reference for policymakers, academics, and practitioners in advancing the development of digital entrepreneurship, particularly in the context of Indonesia..

Keywords: Entrepreneurship Strategy, Mindset, Innovation, Digital Era

Abstrak: Era digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara bisnis beroperasi, bersaing, dan menciptakan nilai. Perkembangan teknologi yang pesat, pemanfaatan platform digital, serta perubahan perilaku konsumen menuntut para pelaku usaha untuk terus beradaptasi agar tetap relevan dan kompetitif. Oleh karena itu, kewirausahaan modern tidak hanya memerlukan strategi yang adaptif dan fleksibel, tetapi juga mindset kewirausahaan yang inovatif dan berorientasi pada pertumbuhan guna menghadapi berbagai tantangan dan peluang yang muncul akibat transformasi digital. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji peran strategi dan mindset kewirausahaan dalam mengelola perubahan, mendorong inovasi berkelanjutan, serta meningkatkan daya saing bisnis di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur, yang mengacu pada berbagai karya teoretis dan empiris yang telah dipublikasikan. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi kewirausahaan berbasis digital yang didukung oleh mindset kewirausahaan yang adaptif dan proaktif berperan penting dalam meningkatkan kapasitas inovasi, kualitas pengambilan keputusan, serta ketahanan bisnis dalam menghadapi disrupsi teknologi dan ketidakpastian pasar. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi, praktisi, dan pembuat kebijakan dalam mendorong pengembangan kewirausahaan digital, khususnya di Indonesia

Kata kunci: Strategi Kewirausahaan, Mindset, Inovasi, Era Digital

Pendahuluan

Menjadi seorang pengusaha yang berhasil di masa digital adalah proses yang penuh tantangan, tetapi juga membawa banyak peluang yang tidak terbatas. Berwirausaha dapat membantu meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi dalam jangka panjang dengan berbagai dampak, seperti menciptakan pekerjaan, memperluas pasar, mengalirkan informasi, memberikan kesempatan kerja, serta mendorong munculnya inovasi. (Marni et al., 2024)

Dalam dunia bisnis yang semakin berkembang, kemajuan teknologi dan perubahan cara orang berbelanja menjadi hal penting yang memengaruhi cara berbisnis. Para pengusaha harus bisa menyesuaikan diri dengan perubahan pasar yang terus berubah, serta mampu memprediksi



tren dan kebutuhan pelanggan. Kegiatan ini bertujuan untuk melatih cara berpikir seperti para pengusaha, agar bisa berpikir kreatif dan strategis dalam menghadapi bisnis. Teknologi modern telah memberikan dampak besar terhadap kelangsungan usaha dan kewirausahaan saat ini. Teknologi membuat proses globalisasi lebih cepat dan mengubah cara orang berkomunikasi, berinteraksi, serta membelanjakan uang. Saat ini, Bisnis tidak hanya berlomba dengan perusahaan di dalam negeri, tetapi juga dengan perusahaan luar negeri yang punya sumber daya lebih banyak dan teknologi lebih maju. (Marni et al., 2024)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam tatanan ekonomi global. Era digital tidak hanya menghadirkan kemudahan akses informasi, tetapi juga melahirkan tantangan baru bagi dunia kewirausahaan. Pengusaha dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan yang cepat, memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi bisnis, serta memiliki pola pikir yang terbuka terhadap inovasi dan transformasi (Drucker, 2014).

Perkembangan kewirausahaan digital di Indonesia menunjukkan tren yang semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, hingga Desember 2023 tercatat sebanyak 25,2 juta UMKM atau sekitar 39,5 % dari total pelaku usaha telah bergabung ke dalam ekosistem digital melalui berbagai platform daring (Kemenkop UKM, 2023). Angka ini terus bertambah hingga mencapai 25,5 juta unit pada Juli 2024, menandakan adanya percepatan transformasi digital yang signifikan di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (Kemenkop UKM, 2024a). Meskipun demikian, rasio kewirausahaan nasional masih tergolong rendah, yaitu sekitar 3,35 % dari total penduduk Indonesia, jauh tertinggal dibandingkan negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura (Kemenkop UKM, 2024b). Kondisi ini menunjukkan bahwa potensi pengembangan kewirausahaan digital di Indonesia masih sangat besar, sekaligus menegaskan pentingnya penguatan strategi dan mindset wirausaha agar mampu beradaptasi dengan dinamika era digital.

Dalam konteks ekonomi modern, kewirausahaan tidak lagi hanya dipahami sebagai kegiatan menciptakan usaha baru, melainkan juga sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi peluang melalui pendekatan strategis berbasis data dan teknologi (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2013). Transformasi digital mendorong munculnya model bisnis baru seperti e-commerce, platform digital, dan ekosistem startup yang mengandalkan kreativitas dan inovasi berkelanjutan.

Mindset kewirausahaan menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan adaptasi terhadap era digital. Menurut Dweck (2016), individu dengan growth mindset memiliki kecenderungan untuk terus belajar dan beradaptasi dalam menghadapi perubahan. Hal ini relevan dengan kondisi bisnis saat ini, di mana dinamika teknologi memerlukan pemikiran yang fleksibel, kreatif, dan visioner.

Selain mindset, strategi kewirausahaan juga memegang peranan penting. Strategi yang dirancang secara sistematis dapat membantu pengusaha dalam mengelola risiko, mengalokasikan sumber daya secara efisien, serta mengembangkan nilai tambah melalui inovasi produk dan layanan. Porter (1996) menegaskan bahwa strategi merupakan upaya untuk menciptakan posisi unik dan berkelanjutan dalam persaingan bisnis.

Di sisi lain, tantangan yang muncul di era digital tidak hanya terkait dengan teknologi, tetapi juga dengan perubahan perilaku konsumen, ketidakpastian pasar, dan kompetisi global yang semakin ketat. Oleh karena itu, strategi kewirausahaan yang efektif harus mencakup pendekatan adaptif, kolaboratif, dan berbasis teknologi digital (Teece, 2010).

Artikel ini akan mengkaji secara mendalam mengenai peran strategi dan mindset kewirausahaan dalam menghadapi tantangan untuk dapat meraih sukses di era digital, serta bagaimana mereka dapat memanfaatkan berbagai peluang yang muncul dalam perjalanan

mereka.

Kajian Teori

1. Mindset

Mindset atau pola pikir dipahami sebagai kumpulan keyakinan yang membentuk cara seseorang memahami, menafsirkan, dan merespons lingkungannya, yang pada gilirannya memengaruhi pengambilan Keputusan. Paradigma bahwa wirausaha harus berbakat sejak lahir telah bergeser; kewirausahaan kini dipandang sebagai disiplin ilmu yang dapat dipelajari dan diajarkan, sehingga setiap individu berpeluang menjadi entrepreneur. (Ibrahim et al., 2025).

Pola pikir seorang wirausaha sangat penting dalam membentuk cara seseorang berpikir ketika menghadapi peluang dan risiko dalam dunia bisnis. Wirausaha yang sukses biasanya memiliki pola pikir inovatif, berorientasi pada solusi, serta mampu mengubah tantangan menjadi peluang. Selain itu, beberapa karakteristik seperti keberanian, kreativitas, ketekunan, dan kemampuan adaptif juga menjadi dasar utama dalam membangun dan mengembangkan usaha. Meskipun banyak orang mencoba membuat usaha atau memulai kegiatan bisnis, nyatanya banyak yang mengalami kegagalan. Hal ini terjadi karena mereka kurang mampu memanfaatkan peluang dalam berwirausaha. Penyebab utamanya adalah kesalahan dalam pola pikir para pelaku usaha, yaitu kurang memahami tantangan yang ada dan adanya rasa keterbatasan terhadap kemampuan diri sendiri, sehingga menyebabkan ketidakmampuan untuk mengikuti perkembangan zaman. (Rosmiati et al., 2022).

Mindset inovatif adalah sikap penting bagi setiap pengusaha dalam menghadapi risiko dan kegagalan. Di dunia bisnis yang terus berkembang, ketidakpastian adalah hal yang biasa terjadi. Pengusaha yang berhasil adalah mereka yang mampu melihat tantangan sebagai kesempatan untuk belajar dan melakukan inovasi, bukan sebagai hambatan. Sikap terbuka terhadap risiko menjadi bagian inti dari mindset tersebut. Mengambil risiko mungkin tidak selalu menyenangkan, tetapi sering kali diperlukan untuk mencapai kemajuan. Schilling dan Hill (2018) menunjukkan bahwa inovasi sering kali melibatkan ketidakpastian, dan mereka yang mampu mengelola risiko secara baik biasanya lebih berhasil dalam menciptakan produk atau layanan baru. Pengusaha dengan mindset inovatif berani melakukan langkah- langkah berani, meskipun mereka tahu ada kemungkinan gagal. Mereka memandang kegagalan sebagai bagian penting dari proses belajar, bukan sebagai akhir dari segalanya. (Marni et al., 2024)

2. Strategi Kewirausahaan

Strategi bisnis dan teknologi informasi saling mendukung untuk menjaga kelangsungan bisnis dan meningkatkan kinerja organisasi. Teknologi digital membantu memperluas akses informasi melalui internet, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan. Di era digital, penggunaan media sosial menjadi cara efektif untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan yang memiliki akses internet. Perkembangan digital dianggap sebagai solusi yang mendukung proses digitalisasi bisnis. Bagi para investor dan manajer perusahaan, penting untuk merencanakan dan menerapkan strategi yang tepat, serta mengadopsi teknologi informasi untuk meningkatkan keuntungan usaha. (Zaenal Asikin & Fadilah, 2024).

3. Inovasi

Inovasi menurut Goman (Rusdiana, 2014) adalah cara menerapkan ide kreatif secara nyata. Inovasi bisa terwujud jika seseorang memiliki kreativitas yang tinggi. Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghadirkan sesuatu yang baru dalam kehidupan. Banyak perusahaan yang mampu berkembang hingga saat ini karena menerapkan kreativitas dan inovasi. Banyak merek dari luar negeri juga menggunakan hal tersebut dalam menjalankan bisnisnya, sehingga mampu bertahan hingga hari ini. Contoh yang sederhana adalah seorang

pengusaha yang menjual singkong keju. Setelah diuji pasar, para pelanggan sangat menyukainya, sehingga produk tersebut ludes terjual.

Menurut (Harsoyo Dwijo Wiyono et al, 2020) Proses dalam menemukan inovasi dapat dibagi berdasarkan tingkat nasional, kelompok, atau individu. Untuk itu, seorang wirausaha harus mampu mengelola empat tahapan dalam pembuatan inovasi, yaitu:

- a) Mengamati dan melakukan penelitian terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan
- b) Memilih pemicu inovasi yang ada
- c) Memilih sumber daya dan membuat produk atau jasa melalui penelitian
- d) Memberikan perhatian pada berbagai dimensi tipe inovasi, tahapan inovasi, dan tingkat analisisnya.

Berikut penjelasannya:

- a) Inovasi produk adalah hasil dari seluruh karyawan di dalam perusahaan
- b) Inovasi administrasi adalah inovasi yang berkaitan dengan manajemen, proses struktur, dan manajemen sumber daya manusia (SDM), serta sistem akuntansi
- c) Inovasi kontinum adalah perubahan yang berlangsung secara bertahap dari perubahan kecil hingga perubahan besar
- d) Inovasi proses adalah upaya untuk menciptakan produk dan layanan yang berkualitas. Inovasi teknik merupakan jenis inovasi yang berkaitan secara langsung dengan proses pembuatan sebuah produk.

4. Era Digital

Era digital memberikan banyak peluang dan juga tantangan bagi para pengusaha di seluruh dunia. Kemajuan teknologi, munculnya platform digital, serta perubahan selera pelanggan membuat persaingan semakin ketat. Meskipun era ini membuka jalan besar bagi wirausaha, banyak orang masih kesulitan mencapai kesuksesan. Salah satu hal penting yang memengaruhi keberhasilan usaha di masa kini adalah sikap wirausaha itu sendiri. Di era digital, para pengusaha harus bisa beradaptasi dengan perubahan teknologi yang cepat dan selera pelanggan yang terus berubah. Teknologi terbaru seperti komputasi awan, kecerdasan buatan, dan blockchain menciptakan peluang bisnis yang baru, sehingga wirausaha harus lebih kreatif, proaktif, dan berani mengambil risiko. Platform digital seperti media sosial dan e-commerce memberikan cara baru bagi pengusaha untuk menjangkau pasar dan konsumen. Meskipun terdapat banyak kesempatan, masih banyak pengusaha yang menghadapi tantangan dalam memperoleh kesuksesan bisnis mereka. (Zulkifli et al., 2023).

Konsep Digital Entrepreneurship menurut Nambisan (2017) menjelaskan bahwa kewirausahaan di era digital tidak hanya berfokus pada penciptaan produk atau jasa baru, tetapi juga pada bagaimana teknologi digital menjadi sumber utama nilai dan inovasi bisnis. Teknologi digital memungkinkan terbentuknya model bisnis yang lebih fleksibel, terhubung, dan cepat beradaptasi terhadap perubahan pasar. Dalam konteks ini, pengusaha tidak lagi bergantung sepenuhnya pada sumber daya fisik, melainkan pada pemanfaatan platform digital, data, dan jaringan kolaboratif untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, kemampuan adaptif terhadap teknologi digital dan penerapan strategi berbasis data menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan wirausaha modern.

5. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengandalkan studi kepustakaan. (Marni et al., 2024) menjelaskan bahwa metode ini dilakukan secara terstruktur dengan menerapkan teknik tertentu untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyimpulkan data guna menjawab pertanyaan penelitian. Studi kepustakaan melibatkan pengumpulan data melalui penulisan ilmiah yang menggunakan literatur sebagai bahan analisis, serta

menganalisis secara kritis dan mendalam sumber-sumber relevan seperti buku, artikel, dan karya ilmu pengetahuan lainnya. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi strategi dan pola berpikir yang diperlukan agar berhasil menjadi entrepreneur dalam menghadapi tantangan di masa digital.

Pembahasan

Era digital telah mengubah lanskap bisnis global secara fundamental melalui percepatan inovasi teknologi, pergeseran perilaku konsumen, dan meningkatnya intensitas persaingan. Dalam konteks ini, keberhasilan kewirausahaan tidak lagi hanya bergantung pada kemampuan teknis, tetapi juga pada penerapan strategi adaptif dan mindset kewirausahaan yang terbuka terhadap perubahan dan inovasi. Berdasarkan hasil kajian literatur, terdapat tiga komponen utama yang menentukan keberhasilan pengusaha di era digital, yaitu mindset kewirausahaan, strategi kewirausahaan berbasis digital, dan kapabilitas inovatif.

1. Mindset Kewirausahaan sebagai Fondasi Adaptasi

Mindset kewirausahaan merupakan faktor psikologis dan kognitif yang memengaruhi cara seseorang memandang peluang, risiko, dan perubahan lingkungan bisnis. Dweck (2016) menjelaskan bahwa individu dengan *growth mindset* memiliki kemampuan untuk terus belajar, beradaptasi, dan berkembang dari pengalaman, termasuk dalam menghadapi kegagalan. Dalam konteks digital, pengusaha dengan pola pikir terbuka mampu memanfaatkan teknologi baru, memahami perilaku konsumen digital, serta menyesuaikan model bisnis secara kreatif dan responsif.

Selain itu, *entrepreneurial mindset* yang berorientasi pada inovasi dan solusi memungkinkan pelaku usaha mengubah tantangan menjadi peluang. Sejalan dengan pandangan Rosmiati et al. (2022), kegagalan banyak dialami oleh pelaku usaha bukan karena kurangnya modal atau sumber daya, melainkan karena keterbatasan pola pikir dalam membaca dinamika pasar dan memanfaatkan perkembangan teknologi. Dengan demikian, mindset kewirausahaan yang positif dan adaptif menjadi modal utama dalam menghadapi ketidakpastian di era digital.

2. Strategi Kewirausahaan Berbasis Digital

Strategi kewirausahaan di era digital menuntut pendekatan yang sistematis, berbasis data, dan berorientasi pada nilai tambah. Porter (1996) menegaskan bahwa strategi merupakan upaya untuk menciptakan posisi yang unik dan berkelanjutan dalam persaingan. Dalam konteks digital, strategi kewirausahaan harus mampu mengintegrasikan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Pemanfaatan *big data analytics*, media sosial, *search engine optimization* (SEO), dan platform e-commerce menjadi instrumen penting dalam membangun strategi bisnis modern. Menurut Teece (2010), keberhasilan strategi adaptif terletak pada kemampuan organisasi untuk merespons perubahan dengan cepat melalui pembelajaran dinamis dan inovasi berkelanjutan. Strategi berbasis teknologi memungkinkan pengusaha untuk memahami pola perilaku konsumen secara real time, melakukan segmentasi pasar yang lebih akurat, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang personal.

Dalam konteks Indonesia, penerapan strategi digital juga terbukti mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif dan UMKM. Data Kemenkop UKM (2024a) menunjukkan peningkatan signifikan jumlah UMKM yang telah bergabung dalam ekosistem digital. Hal ini mencerminkan keberhasilan strategi kewirausahaan berbasis teknologi dalam meningkatkan daya saing bisnis di tingkat nasional maupun global.

3. Inovasi sebagai Hasil Sinergi Strategi dan Mindset

Inovasi merupakan manifestasi nyata dari sinergi antara mindset kewirausahaan dan strategi bisnis yang adaptif. Schilling dan Hill (2018) menekankan bahwa inovasi tidak hanya berkaitan dengan penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup perbaikan proses,

pengembangan organisasi, dan pengelolaan sumber daya secara efisien. Pengusaha yang memiliki visi jangka panjang akan menjadikan inovasi sebagai budaya perusahaan yang berkelanjutan, bukan sekadar proyek jangka pendek.

Dalam praktiknya, sejumlah wirausaha digital Indonesia seperti Gojek dan Tokopedia telah menunjukkan keberhasilan dalam menggabungkan inovasi teknologi dengan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pasar domestik. Kedua perusahaan tersebut memanfaatkan *platform-based business model* untuk menciptakan ekosistem bisnis digital yang berkelanjutan. Di tingkat mikro, banyak UMKM lokal juga berhasil bertransformasi dengan memanfaatkan media sosial dan e-commerce dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi produksi, serta memperkuat relasi dengan pelanggan.

Sejalan dengan pandangan Nambisan (2017), kewirausahaan digital bukan hanya tentang menciptakan produk atau jasa baru, tetapi tentang bagaimana teknologi digital menjadi sumber utama nilai, inovasi, dan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, kemampuan berinovasi menjadi indikator utama ketahanan dan keberlanjutan usaha di tengah disrupsi digital yang cepat.

4. Sinergi Strategi dan Mindset dalam Peningkatan Daya Saing

Sinergi antara strategi dan mindset kewirausahaan membentuk dasar bagi keberhasilan adaptasi terhadap perubahan digital. Strategi memberikan arah dan struktur dalam pengambilan keputusan bisnis, sedangkan mindset menentukan cara pandang dan keberanian dalam mengambil risiko. Kombinasi keduanya menciptakan daya saing berkelanjutan melalui inovasi, efisiensi, dan orientasi pasar yang kuat.

Dalam menghadapi era digital yang penuh ketidakpastian, pengusaha dituntut untuk tidak hanya mampu menyesuaikan strategi bisnis, tetapi juga membangun budaya pembelajaran yang berkelanjutan. Seperti ditegaskan oleh Drucker (2014), kewirausahaan modern adalah tindakan sistematis untuk mengubah peluang menjadi bisnis yang menguntungkan melalui inovasi dan adaptasi. Dengan demikian, keberhasilan wirausaha di era digital bergantung pada kemampuan mengintegrasikan strategi berbasis teknologi, mindset inovatif, dan orientasi pembelajaran berkelanjutan.

Kesimpulan

- a. Pada zaman digital, para pengusaha dituntut untuk memiliki cara berpikir yang kreatif, fleksibel, dan fokus pada pembelajaran yang terus menerus, cara berpikir ini membantu untuk melihat masalah sebagai peluang yang bermafaat.
- b. Strategi bisnis yang berhasil di zaman digital harus didasarkan pada teknologi dan data, dengan menekankan kerjasama, inovasi, dan efisiensi dalam menghadapi perubahan pasar yang cepat.
- c. Inovasi adalah hasil dari gabungan antara strategi dan cara berfikir wirausaha, yang sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan kekuatan bisnis menghadapi guncangan teknologi.
- d. Keberhasilan kewirausahaan di zaman sekarang tidak hanya bergantung pada kemampuan modal dan sumber daya, namun juga pada kemampuan untuk beradaptasi dengan transformasi digital secara kreatif dan berkelanjutan. Dengan demikian, strategi dan mindset kewirausahaan yang terintegrasi dengan teknologi digital menjadi kunci faktor utama dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis di era modern.

Daftar Pustaka

- Drucker, P. F. (2014). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Routledge.
- Dweck, C. S. (2016). *Mindset: The new psychology of success*. Ballantine Books.
- Harsoyo, D. W., Nurlaela, L., & Nurhadi, D. (2020). Inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan daya saing usaha kecil menengah. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*,

- 22(2), 121–134.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2013). *Entrepreneurship* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Ibrahim, M. M., Utami, R. A., Rahayu, W. P., & Winarno, A. (2025). Pola pikir, karakter, dan motivasi sebagai penentu keberhasilan wirausaha. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 112–120. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i2.3407>
- Ibrahim, M., Hidayat, S., & Ramadhani, A. (2025). Mindset kewirausahaan sebagai fondasi pembentukan jiwa wirausaha muda di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Indonesia*, 8(1), 45–58.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024, Oktober 14). Rasio pengusaha RI tertinggal dari Malaysia, Singapura, dan AS. *Bisnis.com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20241014/12/1807405/kemenkop-ukm-ungkap-rasio-pengusaha-ri-tertinggal-dari-malaysia-singapura-dan-as>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023, Desember 20). 25,2 juta UMKM go digital hingga Desember 2023, reseller mendominasi. *VOI*. <https://voi.id/ekonomi/404469/25-2-juta-ukm-go-digital-hingga-desember-2023-kemenkop-ukm-reseller-mendominasi>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024, Juli 15). 25,5 juta UMKM telah go digital. *Antara News*. <https://m.antaranews.com/amp/berita/4397157/kemenkop-ukm-255-juta-ukm-telah-go-digital>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Laporan perkembangan UMKM tahun 2023*. Kemenkop UKM.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024a). *Transformasi digital UMKM dan ekosistem e-commerce nasional*. Kemenkop UKM.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024b). *Statistik kewirausahaan nasional tahun 2024*. Kemenkop UKM.
- Marni, M., Belo, Y., & Liber, P. (2024). Menjadi entrepreneur sukses: Strategi dan mindset untuk menghadapi tantangan di era digital. *Journal of Student Research*, 2(6), 1–12.
- Marni, S., Fitriani, L., & Sulastri, R. (2024). Membangun minat dan jiwa wirausaha mahasiswa di era digital: Peran self-efficacy dan dukungan keluarga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kreatif Inovatif (JPMKI)*, 7(2), 112–122.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Porter, M. E. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, 74(6), 61–78.
- Rosmiati, S., Hamidah, R., & Wulandari, P. (2022). Pola pikir dan inovasi dalam membangun kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 6(1), 23–35.
- Schilling, M. A., & Hill, C. W. L. (2018). Managing innovation and entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 39(3), 707–729.
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>
- Zaenal Asikin, M., & Fadilah, N. (2024). Strategi bisnis digital untuk meningkatkan daya saing UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 9(1), 88–101.
- Zaenal Asikin, M., & Fadilah, M. O. (2024). Masa depan kewirausahaan dan inovasi: Tantangan dan dinamika dalam era digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303–310. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i1.1023>
- Zulkifli, R., Rahmawati, D., & Siregar, H. (2023). Tantangan dan peluang kewirausahaan di era digital. *Jurnal Ekonomi Digital dan Inovasi*, 5(3), 145–159
- Zulkifli, Sugiarto, I., Napu, F., Rukmana, A. Y., & Hastuti, P. (2023). Kesuksesan wirausaha di era digital dari perspektif orientasi kewirausahaan (studi literatur). *Sanskara Ekonomi dan*

Kewirausahaan, 1(2), 81–96. <https://doi.org/10.58812/sek.v1i02.87>