

Peran Kewirausahaan Berbasis Digital Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia

Adlin Nahar Lubis¹, Imsar²

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

Corresponding author e-mail: adlinlubis50@gmail.com

Article History: Received on 03 Agustus 2025, Revised on 18 Agustus 2025,
Published on 31 Agustus 2025

Abstrak: Pesatnya perkembangan teknologi digital pada era Revolusi Industri 4.0 telah mendorong lahirnya kewirausahaan berbasis digital yang memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kontribusi kewirausahaan digital dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional melalui studi pustaka. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis tematik terhadap berbagai literatur akademik, laporan industri, dan dokumen kebijakan yang diterbitkan pada periode 2015–2025. Hasil kajian menunjukkan bahwa kewirausahaan digital memberikan dampak positif terhadap perekonomian melalui peningkatan akses pasar, efisiensi distribusi, penciptaan lapangan kerja, serta akselerasi inklusi keuangan. Namun, sejumlah tantangan masih dihadapi, antara lain rendahnya literasi digital, kesenjangan infrastruktur antarwilayah, serta regulasi yang belum sepenuhnya adaptif terhadap inovasi. Penelitian ini juga menemukan bahwa literatur yang ada masih dominan bersifat deskriptif, berfokus pada sektor e-commerce, dan kurang mengeksplorasi aspek kualitas pekerjaan maupun pemerataan pertumbuhan antarwilayah. Kebaruan penelitian ini terletak pada sintesis literatur yang tidak hanya merangkum temuan empiris, tetapi juga mengidentifikasi gap riset, mengkritisi metodologi, serta menawarkan kerangka konseptual yang menekankan pentingnya kualitas pertumbuhan dan inklusi digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan akademis dan praktis dalam merumuskan kebijakan serta strategi pengembangan kewirausahaan berbasis digital di Indonesia.

Kata Kunci: Ekonomi Digital, Kewirausahaan Digital, Pertumbuhan Ekonomi

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital pada era Revolusi Industri 4.0 telah membawa dampak signifikan terhadap perubahan pola ekonomi global, termasuk di Indonesia (Simba, 2024). Digitalisasi menciptakan peluang baru bagi lahirnya wirausaha yang memanfaatkan teknologi informasi dalam menciptakan produk, layanan, dan inovasi bisnis (Kurniawan & Putra, 2022). Fenomena ini dikenal dengan kewirausahaan berbasis digital (*digital entrepreneurship*), yakni aktivitas kewirausahaan yang

memanfaatkan teknologi digital untuk mengoptimalkan proses bisnis, memperluas pasar, dan meningkatkan nilai tambah ekonomi.

Dalam konteks Indonesia, kewirausahaan digital menjadi salah satu motor penggerak transformasi ekonomi, terutama di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Lestari & Hidayat, 2023). Kehadiran platform digital seperti e-commerce, *financial technology* (fintech), aplikasi layanan berbasis daring, serta media sosial, telah membuka akses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi, dan mempercepat inovasi produk (Mochtar & Zahara, 2024). Hal ini sejalan dengan program pemerintah dalam mendorong ekonomi digital sebagai salah satu strategi peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional.

Namun demikian, perkembangan kewirausahaan berbasis digital juga menghadapi tantangan yang kompleks, seperti keterbatasan literasi digital, ketimpangan akses teknologi antarwilayah, serta kurangnya kesiapan regulasi yang adaptif. Oleh karena itu, penelitian berbasis studi pustaka diperlukan untuk menelaah sejauh mana peran kewirausahaan berbasis digital dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, sekaligus mengidentifikasi faktor pendorong, penghambat, dan peluang yang dapat dimanfaatkan.

Pertumbuhan ekonomi suatu negara ditentukan oleh kemampuan dalam mengelola sumber daya produktif, inovasi, serta adaptasi terhadap perubahan global. Di era digital, kewirausahaan menjadi salah satu instrumen penting dalam meningkatkan daya saing bangsa. Menurut laporan (Perdana & Sulisty, 2023), ekonomi digital Indonesia berpotensi mencapai nilai lebih dari USD 130 miliar pada tahun 2025, di mana peran wirausahawan digital dan UMKM berbasis teknologi menjadi faktor dominan.

Kewirausahaan digital mendorong pertumbuhan ekonomi melalui beberapa mekanisme utama. Pertama, menciptakan lapangan kerja baru dengan memanfaatkan platform digital. Kedua, meningkatkan efisiensi distribusi barang dan jasa melalui inovasi teknologi. Ketiga, memperluas akses pasar domestik dan global, khususnya bagi UMKM yang sebelumnya terbatas oleh ruang dan modal. Keempat, mendukung inklusi keuangan melalui pemanfaatan layanan fintech yang mampu menjangkau masyarakat di luar sistem perbankan konvensional (Wicaksono & Aditya, 2025).

Di sisi lain, keberhasilan kewirausahaan digital tidak hanya ditentukan oleh faktor individu, tetapi juga oleh ekosistem pendukung yang mencakup kebijakan pemerintah, infrastruktur digital, akses pembiayaan, serta kapasitas sumber daya manusia (Anggraini & Novianti, 2023). Tantangan seperti kesenjangan digital antarwilayah, rendahnya literasi digital di sebagian masyarakat, serta regulasi yang belum sepenuhnya mendukung inovasi digital, menjadi isu yang perlu diperhatikan secara serius.

Perkembangan kewirausahaan berbasis digital di Indonesia memang menunjukkan tren positif, namun literatur masih menyisakan sejumlah kekosongan penelitian

(Gunawan, 2023). Pertama, terdapat keterbatasan bukti kausalitas yang jelas antara pertumbuhan kewirausahaan digital dan peningkatan indikator makroekonomi. Sebagian besar penelitian hanya menunjukkan korelasi tanpa menguji hubungan sebab-akibat secara longitudinal. Laporan (Fadli & Yuniarti, 2024) menegaskan potensi ekonomi digital Indonesia yang diperkirakan mencapai USD 130 miliar pada 2025, tetapi kajian tersebut lebih bersifat proyeksi daripada analisis kausal berbasis data empiris.

Sebagian besar studi masih berfokus pada e-commerce umum, sementara kajian mendalam oleh (Darmawan & Saptaningrum, 2022) terkait sektor spesifik seperti agritech, fintech syariah, maupun industri kreatif digital masih terbatas. Begitu pula dengan kesenjangan wilayah antara Jawa yang relatif maju dengan luar Jawa yang tertinggal, masih jarang dieksplorasi secara mendalam. Penelitian sebelumnya cenderung menekankan penciptaan lapangan kerja, tetapi belum banyak yang mengukur kualitas pekerjaan dan inklusi digital. Laporan (Anggraini & Novianti, 2023) menyoroti bahwa digitalisasi memang meningkatkan partisipasi UMKM, namun belum ada bukti konsisten apakah hal tersebut berdampak pada peningkatan kesejahteraan pekerja dan pengurangan ketimpangan pendapatan.

Selain itu, studi tentang literasi digital dan kapabilitas sumber daya manusia juga masih minim. (Fariski & Pratiwi, 2023) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan digital berpengaruh terhadap minat berwirausaha, namun penelitian yang menilai efektivitas program pelatihan dan vokasi secara luas terhadap kinerja usaha masih terbatas. Terakhir, evaluasi atas kebijakan dan regulasi pemerintah terkait ekosistem digitalisasi UMKM masih jarang dilakukan dengan metodologi evaluasi dampak yang komprehensif.

Studi pustaka ini menawarkan beberapa kebaruan. Pertama, penelitian ini tidak hanya merangkum temuan empiris, tetapi juga mengkritisi metodologi yang digunakan oleh studi terdahulu, sehingga dapat menyusun rekomendasi metodologis bagi riset lanjutan, khususnya yang menguji hubungan kausal. Kedua, penelitian ini berupaya mengorganisir literatur berdasarkan sektor dan wilayah, sehingga dapat menunjukkan di mana kewirausahaan digital paling efektif mendorong pertumbuhan ekonomi.

Ketiga, penelitian ini memberikan penekanan khusus pada dimensi kualitas pekerjaan dan inklusi digital yang masih jarang dibahas secara mendalam dalam literatur. Keempat, penelitian ini mengintegrasikan bukti dari kajian akademis dengan laporan industri dan kebijakan, sehingga menghasilkan gambaran yang lebih utuh mengenai kontribusi kewirausahaan digital terhadap ekonomi nasional. Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada sintesis literatur yang lebih kontekstual terhadap Indonesia, berfokus pada kualitas pertumbuhan, inklusi, serta penyusunan indikator pengukuran kewirausahaan digital yang lebih terpadu, sehingga dapat menjadi rujukan akademis dan praktis bagi pengembangan kebijakan ekonomi digital.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka (literature review) untuk menelaah peran kewirausahaan berbasis digital dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Studi pustaka dipilih karena mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai perkembangan teori, hasil temuan empiris, serta arah kebijakan di bidang ekonomi digital. Selain itu, metode ini memungkinkan peneliti menyajikan sintesis pengetahuan yang tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga kritis dan analitis (Creswell, 2020).

Bahan penelitian diperoleh dari artikel jurnal nasional dan internasional yang terindeks Scopus, ScienceDirect, Taylor & Francis, SpringerLink, dan Google Scholar, serta laporan resmi lembaga internasional seperti McKinsey, Google-Temasek-Bain, World Bank, dan dokumen kebijakan pemerintah Indonesia. Pemilihan rentang waktu publikasi dibatasi pada periode 2015–2025, sesuai dengan fase pertumbuhan ekonomi digital yang semakin menonjol di Indonesia (Sugiyono, 2022).

Pencarian literatur dilakukan dengan kombinasi kata kunci: *“digital entrepreneurship in Indonesia”*, *“entrepreneurship and digital economy”*, *“SMEs digitalization and growth”*, serta *“e-commerce and economic development”*. Boolean operator *“AND”* dan *“OR”* digunakan untuk memperluas dan mempersempit hasil pencarian. Strategi ini memungkinkan peneliti menemukan literatur yang lebih relevan dan beragam.

Untuk menjaga relevansi, penelitian menerapkan kriteria inklusi dan eksklusi. Inklusi meliputi literatur yang (a) meneliti kewirausahaan digital atau UMKM berbasis teknologi di Indonesia, (b) membahas kontribusi ekonomi baik di level mikro (kinerja usaha, pendapatan, lapangan kerja) maupun makro (pertumbuhan PDB, investasi), serta (c) tersedia dalam akses teks penuh. Adapun eksklusi meliputi literatur yang hanya berfokus pada aspek teknologi tanpa keterkaitan kewirausahaan, studi yang tidak relevan dengan konteks Indonesia, dan artikel opini tanpa dasar empiris (Arikunto, 2021).

Literatur yang terpilih dianalisis menggunakan analisis tematik. Tahapan analisis mencakup reduksi data, yaitu mengidentifikasi inti informasi dari setiap artikel. Kategorisasi tema, dengan mengelompokkan temuan berdasarkan faktor pendorong, hambatan, dampak ekonomi, serta kebijakan yang mendukung. Sintesis temuan, yakni menyusun gambaran menyeluruh tentang kontribusi kewirausahaan digital terhadap pertumbuhan ekonomi. Identifikasi gap penelitian, untuk menemukan ruang kosong yang dapat dijadikan agenda riset berikutnya. Analisis tematik dianggap relevan karena mampu mengolah data kualitatif dalam jumlah besar menjadi tema yang bermakna dan mudah dipahami (Miles & Saldaña, 2024).

Untuk memastikan validitas, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber, dengan membandingkan literatur akademik, laporan industri, dan dokumen kebijakan. Selain itu, proses seleksi literatur mengikuti pedoman PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) agar transparansi alur penelitian lebih

terjamin (Moleong, 2000). Dengan rancangan metode tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sintesis literatur yang tidak hanya komprehensif, tetapi juga kritis, sehingga dapat menjadi dasar akademis dan praktis bagi pengembangan kebijakan kewirausahaan digital di Indonesia.

C. Hasil dan Pembahasan

Perkembangan kewirausahaan digital di era revolusi industri 4.0 telah membawa transformasi besar dalam sistem perekonomian global, termasuk di Indonesia. Kehadiran teknologi informasi, big data, kecerdasan buatan (AI), dan blockchain tidak hanya memengaruhi cara bisnis dijalankan, tetapi juga membuka peluang baru dalam menciptakan inovasi, efisiensi, serta daya saing ekonomi. Menurut (Bhinekawati & Suryono, 2022), kewirausahaan merupakan aktivitas inovatif yang berorientasi pada penciptaan peluang. Dalam konteks digital, pernyataan ini semakin relevan karena teknologi memungkinkan setiap individu, bahkan dengan modal terbatas, untuk memulai usaha yang dapat menjangkau pasar global.

Hasil survei BPS tahun 2018 yang mencatat 14,5 juta merchant online dengan lebih dari 52 juta pembeli daring menjadi bukti konkret bahwa kewirausahaan digital berkembang pesat di Indonesia. Temuan ini memperlihatkan bahwa adopsi teknologi digital oleh pelaku usaha mampu memperluas akses pasar dan meningkatkan skala usaha, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut (Nabila, Chaidir, & Suprpti, 2022), e-commerce telah menjadi instrumen strategis dalam mendorong pertumbuhan UMKM karena memberikan kemudahan dalam pemasaran, distribusi, dan transaksi yang sebelumnya terbatas oleh ruang dan waktu.

Lebih jauh, kontribusi kewirausahaan digital terhadap pertumbuhan ekonomi juga dapat dianalisis melalui kerangka teori pertumbuhan ekonomi Simon Kuznets. Kuznets menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi adalah proses jangka panjang yang ditopang oleh inovasi teknologi dan perubahan kelembagaan. Hal ini terbukti dalam konteks Indonesia, di mana perkembangan teknologi digital disertai kebijakan pemerintah, seperti Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, telah menciptakan landasan hukum bagi penguatan ekosistem kewirausahaan digital (Tanjung & Mardiana, 2021). Dengan adanya regulasi ini, konsumen memperoleh kepastian hukum, sedangkan pelaku usaha mendapatkan lingkungan yang lebih kondusif untuk mengembangkan bisnis digital.

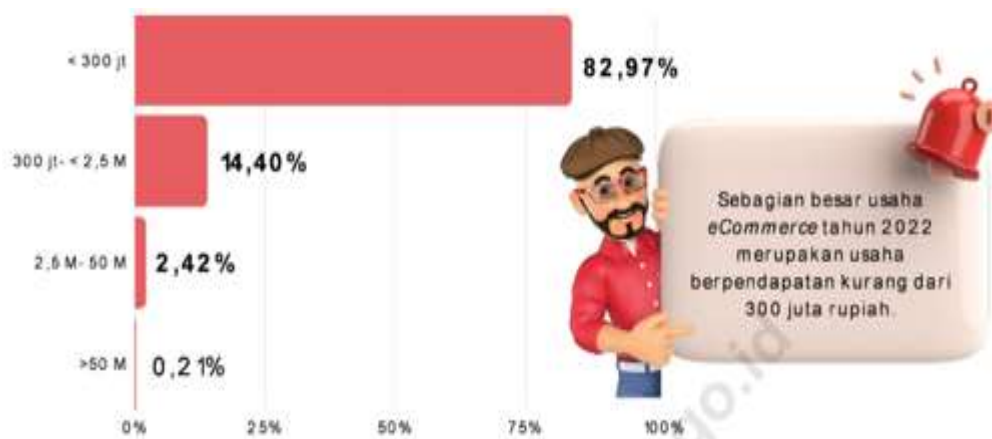
Dari sisi makroekonomi, perkembangan ekonomi digital di Indonesia menunjukkan tren positif yang signifikan. Nilai ekonomi digital Indonesia pada 2022 tercatat mencapai Rp714,4 triliun dengan pertumbuhan 27,6% dari tahun sebelumnya, dan diproyeksikan meningkat menjadi Rp1.700 triliun pada 2025 (BPS, 2022). Data ini memperkuat hasil penelitian (Wahyuningsih, Shanti, & Hanifah, 2024) yang menekankan bahwa peningkatan literasi digital masyarakat dan penetrasi internet yang luas menjadi faktor utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital nasional. Selain itu, laporan (Berliyani, Yuliawan, & Gunarto, 2024) juga

menunjukkan bahwa sektor e-commerce Indonesia diperkirakan mencapai nilai US\$95 miliar pada tahun 2025, menempatkan Indonesia sebagai salah satu pasar digital terbesar di Asia Tenggara dengan tingkat pertumbuhan tercepat kedua setelah Vietnam.

Selain kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, kewirausahaan digital juga berdampak pada penciptaan lapangan kerja baru. Studi (Zulpatli, Lubis, & Hasibuan, 2025) menegaskan bahwa platform digital berbasis sharing economy telah menciptakan peluang ekonomi inklusif, di mana masyarakat tidak hanya bertindak sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen atau penyedia jasa. Contoh nyata dapat dilihat dari maraknya bisnis berbasis platform seperti marketplace, transportasi daring, dan layanan freelance digital yang menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Dengan demikian, kewirausahaan digital memiliki fungsi ganda: meningkatkan produktivitas sekaligus mengurangi tingkat pengangguran.

Namun, pertumbuhan kewirausahaan digital di Indonesia juga menghadapi sejumlah tantangan. Menurut (Kristyanto & Jamil, 2022), tantangan terbesar adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, keterbatasan infrastruktur digital di wilayah pedesaan, serta risiko keamanan siber yang masih tinggi. Jika tidak diatasi, masalah ini dapat memperlebar kesenjangan digital (digital divide) yang berpotensi menghambat inklusivitas pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, strategi kebijakan pemerintah yang berfokus pada pemerataan akses internet, pelatihan literasi digital, serta penguatan regulasi keamanan siber menjadi faktor penting untuk memastikan keberlanjutan kewirausahaan digital.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan digital memiliki peran strategis dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui inovasi teknologi yang mendukung penciptaan produk dan layanan baru. Penguatan UMKM melalui akses pasar yang lebih luas dan efisiensi distribusi. Dukungan kebijakan pemerintah yang menciptakan ekosistem digital kondusif. Penciptaan lapangan kerja melalui model bisnis berbasis platform dan sharing economy. Dengan sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat, potensi kewirausahaan digital dapat dimaksimalkan sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi berkelanjutan di Indonesia.



Gambar 1. Persentase Usaha Ecommerce Menurut Nilai Pendapatan Total Dan Ecommerce Tahun 2022

Hasil survei tahun 2022 menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha e-commerce di Indonesia masih berada pada kategori berpendapatan rendah, yakni 82,97% dengan omzet tahunan kurang dari Rp300 juta. Hanya 0,21% usaha yang mampu menembus pendapatan di atas Rp50 miliar per tahun. Fakta ini menggambarkan adanya ketimpangan yang cukup signifikan dalam ekosistem kewirausahaan digital. Walaupun jumlah toko online terus meningkat, sebagian besar pelaku usaha masih berjuang dalam tahap awal pertumbuhan, terutama karena keterbatasan literasi digital dan strategi pemasaran yang belum optimal.

Temuan tersebut sejalan dengan studi (Haliza, Mulyana, & Indika, 2024), yang menegaskan bahwa pemanfaatan marketplace memiliki peran strategis dalam memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan UMKM. Sayangnya, 95,25% usaha berpendapatan rendah masih mengandalkan media non-marketplace, seperti pesan instan, yang membatasi jangkauan pasar. Penelitian (Nabila, Nungki, Chaidir, Ayu, & Suprpti, 2022) menambahkan bahwa hambatan terbesar pelaku usaha kecil bukan hanya soal akses teknologi, tetapi juga keterbatasan kapasitas sumber daya manusia dalam memahami strategi digitalisasi. Dengan demikian, literasi digital dan pendampingan menjadi faktor kunci agar pelaku usaha tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam ekonomi digital.

Dari perspektif makro, pertumbuhan e-commerce di Indonesia memberikan dampak signifikan bagi perekonomian nasional. Penelitian (Fariski, Safa, & Pratiwi, 2023) menunjukkan bahwa meningkatnya jumlah toko online telah membuka lapangan kerja baru, baik secara langsung dalam operasional toko maupun secara tidak langsung melalui rantai pasok digital. Hal ini berdampak pada berkurangnya tingkat pengangguran, sehingga e-commerce bukan hanya menjadi sarana perdagangan, melainkan juga instrumen sosial-ekonomi yang mendukung inklusivitas pembangunan. Pandangan ini diperkuat oleh (Kasidi, 2020), yang menekankan bahwa digitalisasi UMKM selama pandemi COVID-19 menjadi strategi efektif dalam menjaga keberlanjutan bisnis sekaligus menggerakkan kembali ekonomi lokal yang sempat terpuruk.

Namun, perkembangan kewirausahaan digital juga tidak lepas dari tantangan. Persaingan usaha yang semakin ketat dapat menekan pelaku usaha kecil yang kurang inovatif. Selain itu, tingginya risiko tindak kriminal siber, seperti penipuan online dan pencurian data, menjadi masalah serius yang mengganggu kepercayaan konsumen. (Marselino, Wati, & Fau, 2022) mencatat bahwa kesenjangan antara usaha digital besar dengan usaha kecil berpotensi memperlebar ketidaksetaraan ekonomi jika tidak diimbangi dengan regulasi dan kebijakan afirmatif dari pemerintah.

Dalam konteks global, tren serupa juga ditemukan di kawasan Asia Tenggara. Laporan (Risa & Suryono, 2022) memperlihatkan bahwa Vietnam dan Thailand berhasil meningkatkan pendapatan e-commerce mereka melalui strategi digitalisasi yang lebih agresif dan dukungan infrastruktur digital yang merata. Dibandingkan dengan Indonesia, penetrasi digital di negara-negara tersebut lebih difokuskan pada penguatan UMKM melalui program pelatihan berskala nasional. Hal ini menjadi pembelajaran penting bagi Indonesia untuk memperkuat literasi digital sebagai pondasi bagi transformasi ekonomi digital yang lebih inklusif.

Berdasarkan uraian di atas, kewirausahaan digital di Indonesia dapat dipandang sebagai “paradoks pertumbuhan”: di satu sisi memberikan peluang besar untuk pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan inklusivitas sosial; namun di sisi lain masih menghadapi keterbatasan dalam akses pasar, literasi digital, dan regulasi yang melindungi pelaku usaha kecil. Oleh karena itu, sinergi multi pihak sangat diperlukan: pemerintah perlu memperluas kebijakan literasi dan keamanan digital, pelaku usaha harus meningkatkan investasi dalam teknologi dan inovasi, sementara masyarakat didorong untuk memanfaatkan teknologi secara produktif dan etis.

Dengan dukungan tersebut, kewirausahaan digital bukan hanya menjadi instrumen ekonomi, tetapi juga motor transformasi sosial yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia menuju target ekonomi digital sebesar Rp1.700 triliun pada tahun 2025, serta menempatkan Indonesia sebagai pusat ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara.

D. Kesimpulan

Kewirausahaan berbasis digital berperan signifikan dalam memperkuat pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui perluasan pasar, peningkatan efisiensi, penciptaan lapangan kerja, dan akselerasi inklusi keuangan. Meski demikian, tantangan seperti rendahnya literasi digital, kesenjangan infrastruktur, serta regulasi yang belum optimal masih menjadi hambatan utama. Penelitian ini menegaskan perlunya kebijakan pemerintah yang adaptif, peningkatan kapasitas literasi digital masyarakat, penguatan inovasi pelaku usaha, serta dukungan akademisi dalam memperdalam kajian kewirausahaan digital untuk mendorong ekonomi berkelanjutan. Literatur yang ada masih dominan bersifat deskriptif, terbatas pada sektor e-commerce, serta kurang menyoroti perbedaan wilayah dan dampak kualitas

kerja digital. Penelitian ke depan perlu menekankan aspek kuantitatif-kausal, memperluas fokus pada sektor dan wilayah tertentu, serta mendorong kolaborasi multipihak untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan digital yang inklusif dan berdaya saing global.

Daftar Pustaka

- Amanda Afriza Putri, L. R. (2024). Analisis Perilaku Mahasiswi Sebagai Konsumen Muslim Terhadap Daya Beli Produk Online Di E-Commerce Shopee. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 27(2), 8-24. Retrieved from <https://esensijournal.com/index.php/esensi/article/view/33>
- Anggraini, D., & Novianti, S. (2023). Analisis peran teknologi informasi dalam pengembangan UMKM digital di era pandemi. *Jurnal Teknologi dan Inovasi Bisnis*, 12(2), 89-100.
- Arikunto, S. (2021). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Berliyani, D., Yuliawan, D., & Gunarto, T. (2024). The influence of digital technology on economic growth in 8 ASEAN countries. *Revenue Journal: Management and Entrepreneurship*, 2(2), 122-128. doi:10.61650/rjme.v2i2.564
- Bhinekawati, R., & Suryono, S. (2022). Implementasi masalah performa berdasarkan pandangan maqasid syariah pada koperasi kopi alam Korintji. *Jesya*, 5(2), 1512-1526.
- Creswell, J. (2020). *Desain Penelitian: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (edisi ke-4)*. Thousand Oaks: CA: Publikasi Sage.
- Darmawan, R., & Saptaningrum, I. (2022). Efek digital marketing terhadap ekspansi pasar UMKM di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 4(1), 45-57.
- Fadli, I., & Yuniarti, A. (2024). Peran fintech dalam meningkatkan inklusi keuangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Digital*, 9(3), 205-218.
- Fariski, A. S., & Pratiwi, V. (2023). Pengaruh quarter-life crisis, pendidikan kewirausahaan, dan entrepreneurial self-efficacy terhadap keputusan berwirausaha digital. *Edunomia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 115-127.
- Fariski, Safa, A., & Pratiwi, V. (2023). Pengaruh Quarter-Life Crisis, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Entrepreneurial Self-Efficacy Terhadap Keputusan Berwirausaha Digital. *EDUNOMIA: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 115-127.
- Gunawan, T. (2023). Start-up digital sebagai pendorong inovasi sektor ekonomi kreatif di Bandung. *Jurnal Wirausaha dan Ekonomi Digital*, 7(2), 123-136.

- Haliza, A. P., Mulyana, A., & Indika, D. R. (2024). Pengaruh digitalisasi dan pelatihan entrepreneurship terhadap kinerja bisnis UMKM peserta Kampus UMKM Shopee di Kota Jakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 35–46. doi:10.38035/jemsi.v6i1.2741
- Kasidi. (2020). Tantangan Kewirausahaan Di Era Ekonomi Digital. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 8(1), 17-30.
- Kristyanto, V. S., & Jamil, H. (2022). Digital transformation and its impact on inclusive growth: a four-decade experience in Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 24(2), 1-14. doi:10.18196/jesp.v24i2.19919
- Kurniawan, A., & Putra, G. (2022). E-commerce cross-border dan dampaknya terhadap pertumbuhan ekspor UMKM Indonesia. *Jurnal Bisnis Internasional dan E-Perdagangan*, 5(4), 324–339.
- Lestari, N., & Hidayat, R. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai kanal distribusi oleh wirausahawan digital perkotaan. *Jurnal Media Strategi Digital*, 3(1), 78–91.
- Marselino, W., Wati, L., & Fau, J. F. (2022). *Teori Pertumbuhan Ekonomi (Kajian Konseptual Dan Empirik)*. Jakarta Utara: Eureka Media Aksara.
- Miles, H., & Saldaña. (2024). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. New York: SAGE Publications.
- Mochtar, R., & Zahara, E. (2024). Kajian model bisnis agritech digital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi pedesaan. *Jurnal Agritech dan Pemberdayaan*, 6(2), 147–163.
- Moleong, L. J. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nabila, H. N., Chaidir, T., & Suprpti, I. A. (2022). Analisis pengaruh ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia tahun 2017–2021. *Jurnal Konstanta*, 2(1), 50–63.
- Nabila, Nungki, H., Chaidir, T., Ayu, I., & Suprpti, P. (2022). Analisis Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 2017–2021. *Jurnal Konstanta*, 2(1), 50–63.
- Perdana, A., & Sulisty, D. (2023). Analisis kesenjangan digital antarwilayah dalam adopsi kewirausahaan digital di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Ekonomi Digital*, 2(2), 95–110.
- Rahmad Hidayat, T. I. (2022). Strategi Meningkatkan Penghasilan untuk Kesejahteraan Keluarga Pedagang. *Inovatif: Jurnal Ekonomi, Manajemen,*

- Akuntansi, Bisnis Digital dan Kewirausahaan*, 1(4), 305-315.
doi:<https://doi.org/10.55983/inov.v1i4.197>
- Risa, B., & Suryono. (2022). Implementasi Masalah Performa Berdasarkan Pandangan Maqasid Syariah Pada Koperasi Kopi Alam Korintji. *Jesya*, 5(2), 1512-1525.
- Simba, J. (2024). Perbandingan efektivitas pelatihan kewirausahaan berbasis digital dan konvensional di Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan dan Pengembangan Wirausaha*, 11(1), 60-72.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tanjung, I., & Mardiana, D. (2021). Digitalisasi sebagai strategi revitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di masa pandemi COVID-19. *Jurnal EMT KITA*, 5(2), 131-139. doi:10.35870/emt.v5i2.431
- Wahyuningsih, R. D., Shanti, N. P., & Hanifah, R. A. (2024). Peran kontributif entrepreneurship ecosystem dan embedded finance terhadap transformasi bisnis digital UMKM Kota Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(4), 983-994. doi:10.24912/jmbk.v8i4.29493
- Wicaksono, Y., & Aditya, T. (2025). Startup digital di sektor pendidikan (edutech) sebagai katalis pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi. *Jurnal Inovasi dan Ekonomi Digital*, 1(1), 1-14.
- Zulpatli, R., Lubis, A. B., & Hasibuan, B. (2025). Peran kewirausahaan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di era digital. *Factory Jurnal Industri, Manajemen dan Rekayasa Sistem Industri*, 3(2), 51-64. doi:10.56211/factory.v3i2.737