

Menggali Potensi Kewirausahaan di Era Digital: Tantangan dan Peluang

Sofia Zahra¹, Zyhan Risty Andini², Leoni Sabrilina Putri³, Mansur Keling⁴,

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Korespondensi penulis: sofiazahramedan@gmail.com

Abstract. *Modern technology is developing very rapidly. The impact of artificial intelligence on economic activity. This also happens in web-based applications. Rapid progress makes company competition increasingly tighter and more intense. The aim of this research is to see how entrepreneurship has increased in the current digital era and what opportunities and challenges are faced. The method in this research is library research using book literature, journals and other electronic records. Technology in this digital era is developing very rapidly, but there are challenges and opportunities in this digital era, namely the high level of competition among business opportunities entrepreneurs. The younger generation now has more opportunities to develop their entrepreneurial skills thanks to digital technology.*

Keywords: *Entrepreneurship, Opportunities, Challenges, Digital Era*

Abstrak. Teknologi modern berkembang sangat pesat. Dampak perkembangan kecerdasan buatan terhadap aktivitas ekonomi. Hal ini juga terjadi pada aplikasi berbasis web. Kemajuan yang pesat membuat persaingan perusahaan semakin ketat dan intens. tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana peningkatan kewirausahaan di era digital saat ini serta bagaimana peluang dan tantangan yang di hadapi. adapun metode dalam penelitian ini yaitu library research dimana menggunakan literatur buku, jurnal, dan catatan elektronik lainnya. teknologi pada era digital ini sangat berkembang pesat namun terdapat tantangan serta peluang pada era digital ini yaitu tingkat persaingan yang tinggi di antara para pengusaha peluang usaha pada Generasi muda kini memiliki lebih banyak kesempatan untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaannya berkat teknologi digital.

Kata kunci: Kewirausahaan, Peluang, Tantangan, Era Digital

LATAR BELAKANG

Teknologi modern berkembang sangat pesat. Dampak perkembangan kecerdasan buatan terhadap aktivitas ekonomi. Hal ini juga terjadi pada aplikasi berbasis web. Kemajuan yang pesat membuat persaingan perusahaan semakin ketat dan intens, khususnya di bidang e-commerce. Kehadiran ini diperlukan bagi para pelaku bisnis segala skala untuk menghubungi klien dan memberikan pelayanan terbaik, berkat kemajuan beberapa pihak. (Sartono, 2021)

Saat ini, kita dapat mengamati pertumbuhan ekonomi digital, di mana sejumlah industri inti seperti ritel, perjalanan, dan akomodasi berkembang dengan cepat dan rumit, sementara industri-industri seperti hiburan, media, dan periklanan mengalami perkembangan yang dinamis. Semua ini sangat tergantung pada kemajuan teknologi (Kaur et al., 2016) Pengamatan terhadap bagaimana pengusaha digital mengadopsi teknologi menghasilkan perkembangan dalam industri-industri pokok dan menciptakan fenomena yang dikenal dengan sejumlah istilah baru yang merujuk pada pemanfaatan teknologi dalam proses bisnis. (Aini et al., 2023)

Pengusaha mencari transformasi digital untuk menangkap peluang ini. Selain mengacu pada transformasi bisnis, kata "transformasi digital" juga dapat diterapkan pada perubahan teknologi yang sedang berlangsung dan mentransformasi masyarakat kita. Mendesain ulang prosedur bisnis untuk mengintegrasikan teknologi digital ke dalam setiap aspek perusahaan dikenal sebagai transformasi digital.

Kewirausahaan digital, yang sering disebut sebagai kewirausahaan berbasis digital, merupakan kesempatan bagi individu untuk memulai bisnis baru dengan memanfaatkan teknologi internet yang memberikan dampak global (Zizeh, 2018). Menghadapi persaingan yang ketat, pemilik bisnis dan UKM kini memilih menggunakan platform digital guna memperluas jangkauan perusahaan mereka dan merancang strategi untuk menjaga keberlanjutan usaha di berbagai situasi. Melalui teknologi yang dikenal sebagai platform digital, bisnis dapat meningkatkan visibilitasnya, merancang strategi pemasaran, dan mengelola data dalam skala besar yang belum pernah terjadi sebelumnya. (Perwita, 2021)

Kapasitas untuk memproses dan mendistribusikan informasi dengan lebih cepat, serta fleksibilitas dan digitalisasi proses dan aktivitas, merupakan fitur utama dari perkembangan kompetitif yang disebabkan oleh ekonomi digital. Hal ini dapat diterapkan untuk menyebarkan hasil usaha kewirausahaan dan menciptakan peluang baru bagi wirausaha digital.

KAJIAN TEORITIS

Konteks kewirausahaan era digital melibatkan pemahaman mendalam tentang peran teknologi digital dalam menciptakan peluang bisnis baru. Ini mencakup aspek-aspek seperti penggunaan platform e-commerce, strategi pemasaran digital, adaptasi terhadap tren teknologi terbaru, serta manfaat kolaborasi dan konektivitas global dalam meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, kerangka teori ini melibatkan pemahaman mendalam tentang interaksi antara inovasi teknologi, perkembangan pasar digital, dan strategi bisnis yang adaptif dalam menghadapi perubahan yang cepat di dunia digital.

Menurut Hull, C.E (2007) dan Le Dinh, T., and Ayayi (2018) kewirausahaan digital adalah subkategori kewirausahaan di mana perusahaan yang melakukan kewirausahaan tradisional melalui mobilitas fisik mendigitalkannya. Hal ini mengarah pada transformasi kewirausahaan tradisional menjadi bisnis baru di era digital, baik dari segi produk, distribusi, dan lokasi usaha. (Hair, dkk, 2012)

Menurut Davidson, E. and Vaast (2010), wirausaha digital juga berupaya memanfaatkan peluang bisnis baru yang disajikan oleh media baru dan teknologi internet. Richter (2017) menguraikan bahwa kewirausahaan digital mencakup upaya mengejar peluang

usaha yang menghasilkan keuntungan dan memperluas kreativitas, radikalisme, dan kemauan mengambil risiko.

Menurut Sussan dan Acs (2017), kewirausahaan digital mengacu pada agen di pemerintahan dan industri pemerintah yang terlibat dalam kegiatan komersial atau sosial. (Caniago & Hayati, 2019)

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam kajian ini disebut penelitian kepustakaan, atau library research.. Penelitian Kepustakaan dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan, analisis, dan interpretasi data serta pengorganisasian bahan studi (Zed, 2003:3). Berdasarkan hal tersebut di atas, pengumpulan data untuk penelitian dilakukan dengan cara menelaah dan/atau menelusuri beberapa jurnal, buku, dan dokumen (baik kertas maupun elektronik) serta ringkasan data dan informasi lain yang sejalan dengan penelitian atau analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kewirausahaan Digital

Menurut Davidson & Vaast (2010), kewirausahaan digital mengacu pada usaha mengejar peluang bisnis baru dengan memanfaatkan internet dan teknologi media terbaru. Kehadiran teknologi internet dalam menjalankan kegiatan bisnis dikenal dengan istilah 'kewirausahaan digital'. Ini berbeda dengan kewirausahaan tradisional yang tidak selalu mengandalkan internet. Dengan demikian, perbedaan utama antara kewirausahaan digital dan tradisional terletak pada penggunaan teknologi digital dalam berbagai aspek operasional dalam rantai nilai bisnis. (Aini et al., 2023)

Kewirausahaan digital merujuk pada pendirian perusahaan secara daring dan penjualan produk atau layanan tanpa perlu berinvestasi dalam properti fisik. Contoh bisnis digital mencakup blog, kanal YouTube, platform e-commerce, kursus online, dan solusi teknologi umum lainnya. Istilah 'kewirausahaan digital' mencerminkan bagaimana kewirausahaan berkembang sejalan dengan perubahan teknologi digital yang terus mempengaruhi dunia bisnis dan masyarakat. Konsep kewirausahaan digital mencakup kemajuan dalam teori, pendidikan, dan praktik bisnis. (Vikrant, 2021) Peluang kewirausahaan yang dikejar melalui pemanfaatan platform teknologi, alat komunikasi, dan sumber daya informasi lainnya dikenal sebagai 'kewirausahaan digital'.

Fenomena ini membuka peluang yang lebih luas bagi kesuksesan kewirausahaan, baik di negara maju maupun negara berkembang. Data menunjukkan bahwa regulasi dan kebijakan yang diterapkan untuk mendukung media digital secara alamiah mendorong pertumbuhan kewirausahaan. Dari sisi positif, situasi ini memberikan peluang besar bagi para wirausahawan untuk memulai dan mengembangkan bisnis baru. Namun, tingkat persaingan yang tinggi di antara para pengusaha juga menjadi faktor yang signifikan yang tidak boleh diabaikan. (Perwita, 2021)

Karakteristik Digital Marketing

Menurut Don Tapscott, terdapat sembilan karakteristik penting dalam pemasaran digital. Beberapa di antaranya adalah:

1. Pengetahuan

Kemahiran yang krusial bagi pebisnis dan individu yang berada di industri ini adalah memiliki pengetahuan mendalam tentang pemasaran digital. Pengetahuan ini memberdayakan pesaing bisnis dengan informasi terbaru mengenai peluang inovasi yang kompetitif melalui berbagai saluran.

2. Digitalisasi

Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran dikenal sebagai "digitalisasi". Proses pertukaran informasi menjadi lebih efisien melalui kemajuan teknologi ini, memungkinkan komunikasi cepat dan mudah melalui email yang dapat diakses di seluruh dunia.

3. Virtualisasi (Digital Emulation)

Pelanggan dapat berinteraksi dengan bisnis, bertransaksi, dan melihat iklan melalui internet. Ini mendorong kerja sama bisnis melalui platform digital.

4. Jaringan Internet (Internetworking)

Kerjasama internasional adalah kunci sukses dalam pemasaran digital. Pihak publik, seperti pedagang dan pemasok, bekerja sama dalam kerangka mitra bisnis.

5. Disintermediasi

Fenomena "disintermediasi" menunjukkan tren fokus pada fasilitator yang lebih sedikit dalam transaksi antara pemasok dan pelanggan.

6. Harmonisasi

Pemasaran digital mencakup integrasi industri komputer, telekomunikasi, dan konten. Pusat pemrosesan data dan informasi yang diperlukan adalah komputer, yang membentuk inti dari digitalisasi.

7. Orisinalitas (Kecerdasan)

Dalam lingkungan pemasaran digital yang terus bergerak, mempertahankan keunggulan kompetitif menjadi sangat sulit. Inovasi dan kreativitas menjadi kunci bagi bisnis untuk membedakan diri mereka dan bertahan dalam ekosistem digital.

8. Perdagangan Dunia

Globalisasi merujuk pada perpindahan nilai-nilai tradisional ke arena global. Ketergantungan pada pengetahuan sebagai sumber daya utama membuat batasan-batasan negara menjadi tidak relevan dalam bisnis online.

9. Kesenjangan Pengetahuan (Discordance)

Kesenjangan ini mengacu pada perbedaan dalam pengetahuan teknologi antara para profesional yang mahir dan yang tidak. Keterampilan teknologi yang mutakhir diperlukan agar bisnis dapat mengikuti perkembangan teknologi yang berkaitan dengan keamanan, integrasi, dan interaksi dalam dunia digital. (Aprilia et al., 2022)

James waat menambahkan bahwasannya ada 12 karakteristik kewirausahaan yaitu:

1. Molekulerisasi

Bisnis yang bisa sukses dalam ekonomi digital hanya bisa mencapai kesuksesan jika mereka bisa menerapkan bentuk molekuler. Arti sebenarnya dari konsep biologi molekuler ini adalah sistem fleksibel yang dapat menyesuaikan diri dengan perubahan keadaan dan melakukan penyesuaian sendiri bila diperlukan untuk mencegah bencana. Bagi dunia usaha, organisasi yang dibentuk dengan menggunakan prinsip struktur hierarki atau struktur metrik yang sangat bernilai dalam lingkungan bisnis mampu beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang terus berubah, sehingga berpotensi mengurangi pangsa pasar. Bisnis yang beroperasi di dunia Maya bersaing langsung dengan pemilik bisnis di seluruh dunia. Struktur pasar dan industri akan sangat mempengaruhi kinerjanya sebagai akibat dari bebas persaingan. Strategi efektif untuk mendongkrak penjualan dengan tujuan meningkatkan pangsa pasar yang lebih besar

2. Harmonisasi

Pelaku bisnis dapat berhasil dalam menjalankan bisnis online jika mereka berhasil mengintegrasikan (menyatukan) tiga elemen kunci: konten, komunikasi, dan komputasi. Saat hal ini terjadi, komputer memproses data dan informasi sensitif yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi bisnis. Infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK) merupakan produk yang paling dibutuhkan dalam industri komunikasi karena memungkinkan data dan informasi terdistribusi secara global. Persaingan sebenarnya terdapat pada layanan

yang diberikan kepada pasar melalui dunia maya, khususnya di industri konten. Persyaratannya adalah tiga "C". Dalam ekonomi digital saat ini, penguasaan dan penerapannya merupakan suatu keharusan untuk kesuksesan bisnis.

3. Seni kolaboratif

Selain dua ciri di atas yang patut diperhatikan saat berbisnis, satu lagi ciri yang tampaknya mampu meningkatkan penjualan adalah cocreation. Kolaborasi saja tidak selalu cukup untuk menangani perubahan yang menantang, namun harus selalu dilakukan sebagai upaya tim. Produk dan jasa yang telah dihasilkan melalui kolaborasi perlu dimodifikasi melalui cocreation agar dapat menghasilkan produk baru yang sesuai dari segi bentuk, warna, kualitas, daya tahan, dan akurasi. Sebagai contoh, ketika jasa transportasi dipadukan dengan jasa lain, maka terciptalah jasa bersama seperti gojek, gofood, gosend, gotik, goclean, dan mungkin jasa pada akhirnya akan berkembang menjadi jasa lain. Bisnis yang sebelumnya telah berdiri dan mendominasi pasar, termasuk bisnis monopoli, seringkali harus menggunakan kerja sama, komunikasi, dan kerja sama tim agar dapat terus merespons fluktuasi pasar yang sedang berlangsung. (Kasidi, 2020)

Tantangan Kewirausahaan Digital

Era industri 4.0 menghadirkan sejumlah kesulitan, antara lain kebisingan dan keamanan teknologi informasi. Stabilitas mesin produksi akibat kurangnya tenaga kerja yang kompeten, resistensi pemangku kepentingan terhadap perubahan, dan hilangnya banyak pekerjaan akibat sistem yang terotomatisasi. Tentang bagaimana menghadapi tantangan bisnis dan memanfaatkan peluang bagi Generasi Milenial dalam konteks Industri 4.0, khususnya mengenai peluang dan tantangan yang terkait dengan "Perkembangan teknologi informasi saat ini", otomatisasi terjadi dengan cepat di segala bidang, menggabungkan dunia digital dan nyata dengan teknologi dan pendekatan baru. (Wicaksono, dkk, 2021)

Adapun tantangan dalam wirausaha di era digital yaitu:

1. Konversi Digital

Dengan transformasi digital yang semakin hari semakin kompleks, kekhawatiran dapat muncul jika perubahan tersebut tidak berhasil. Jika para pelaku usaha menyerah dan tetap menjaga optimismenya, hal ini bisa dikurangi.

2. Kecepatan

Seperti halnya teknologi, masyarakat juga mengharapkan barang dan jasa yang cepat dan bermanfaat. Jika pengusaha tidak mampu memenuhi hal ini, pelanggan secara bertahap akan berhenti berbisnis dengan mereka. Oleh karena itu, agar bisnis ini bisa berkembang lebih cepat, teknologi harus terintegrasi dengannya.

3. Sumber Daya Pekerja

Agar pembaruan teknologi yang dimiliki perusahaan dapat bermanfaat, maka sumber daya manusianya harus mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Selain itu, bisnis dapat secara teratur melatih anggota staf mereka tentang kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.

4. Zero Supervision

Hilangnya seorang pemimpin, dimana pemilik perusahaan hanya berbicara kepada stafnya mengenai permasalahan pekerjaan. Pada kenyataannya, untuk membangun hubungan yang positif, karyawan perlu merasa dekat dengan pemimpinnya, sama seperti orang biasa.

Dalam pengembangan kewirausahaan, kendala yang paling berat adalah niat yang tidak tertarik pada usaha, produksi modal, keahlian kerja, kualitas produk, jaminan pasar produk, dan minimnya kemitraan. Tentu saja ada sejumlah persoalan. Bagi orang yang ingin menumbuhkan jiwa wirausaha dalam jiwa, ini merupakan tugas yang menantang. (Santosa, 2014)

Bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat seseorang di era milenial untuk memulai usaha sendiri. Pertama, minat seseorang dalam berwirausaha dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh pembelajaran kewirausahaan. Kedua, minat berwirausaha dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh rasa efikasi diri mereka. Ketiga, pemikiran kreatif secara signifikan dan positif mempengaruhi bakat dan minat mereka dalam berwirausaha. Keempat, berpikir kreatif, efikasi diri, dan pembelajaran kewirausahaan yang semuanya berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha (Sentosa 2020).

Menurut penelitian Nidya Waras Sayekti (2018) Hanya 7,5% dari seluruh pengguna layanan internet yang menggunakan jaringan internet untuk transaksi elektronik, , salah satu dari beberapa kesulitan yang ditimbulkan ekonomi digital terhadap perekonomian Indonesia. Hal ini karena ketidakpercayaan masyarakat terhadap keamanan data pribadinya dipicu oleh cara penanganan kejahatan dunia maya. Selain itu, pemerintah juga belum memiliki kebijakan yang mampu mengatasi ledakan pertumbuhan ekonomi digital. (Aysa, 2021)

Peluang Usaha Digital

Menurut Mariotti, peluang bisnis merujuk pada potensi pasar yang memungkinkan suatu perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Beliau menyatakan bahwa peluang bisnis muncul saat seorang wirausaha memiliki gagasan bisnis, meneliti apakah gagasan tersebut memiliki potensi keuntungan, dan kemudian mengembangkan ide tersebut jika memiliki nilai komersial yang bisa dijual. Pandangan ini juga diperkuat oleh Bygrave dan Zacharakis, yang mendefinisikan peluang bisnis sebagai rangkaian ide dan langkah-langkah

untuk menciptakan konsep bisnis berdasarkan kondisi pembeli atau pasar lokal. (Miftitah & Mashudi, 2023)

Dari kedua teori ini, dapat disimpulkan bahwa peluang bisnis bermula dari proses pemikiran yang kemudian menjadi dasar strategi pengembangan bisnis berdasarkan potensi pasar yang ada. Generasi muda kini memiliki lebih banyak kesempatan untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaannya berkat teknologi digital. (Hapsari et al., 2023)

Kesuksesan sebagai wirausaha tidak dapat dicapai oleh satu orang saja; tentu membutuhkan bantuan banyak orang, baik dari dalam maupun luar organisasi, dengan cara menggerakkan tangan. Melebarkan sayap dan membentuk jaringan adalah cara bersosialisasi yang lebih efektif daripada mencoba mencapai semua tujuan sendirian. Oleh karena itu, jaringan, pengumpulan orang, kepemimpinan, motivasi, gerakan persatuan, dan komunikasi sangatlah penting. Berikut beberapa ide atau peluang bagi Anda untuk menekuni wirausaha. (Fadiati, A., & Purwana, 2011)

1. Barang dagangan terkini Produk yang akan dijual dapat berupa barang atau jasa. Produk harus menonjol dari persaingan dan memiliki fitur unik yang memudahkan pelanggan mengingat manfaatnya. Variasi ini dapat terwujud sebagai manfaat dalam hal biaya dan kualitas (utilitas, kemudahan, atau kelemahan).
2. Pameran yang diadakan setelah pameran dagang dan dipersembahkan oleh pemilik bisnis yang ingin memberi tahu Anda tentang produk baru. Tidak menutup kemungkinan untuk berkolaborasi dengan pengusaha lain melalui kegiatan ini.
3. Pendirian Pemerintahan Tujuan dari sejumlah organisasi pemerintah adalah untuk mendukung bisnis di masyarakat dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
4. Lembaga Akademik Tujuan dari lembaga yang mirip perguruan tinggi ini adalah untuk membina penelitian dan memberikan pengabdian pembelajaran kepada individu yang dapat membantu pengembangan usaha masyarakat.
5. Media Informasi Informasi dapat diperoleh melalui media informasi yang meliputi buku, surat kabar, majalah, dan internet.
6. Memanfaatkan rumah tinggal sebagai lokasi warung tradisional; membuka kantin di dekat sekolah, kampus, atau kantor;
7. beternak ikan hias atau lele; beternak ayam, bebek, dan kambing; dan beternak ikan hias atau lele. (Farida et al., 2020)

KESIMPULAN

Dalam era digital ini, kewirausahaan mengalami transformasi signifikan dengan munculnya kewirausahaan digital. Kewirausahaan digital melibatkan penggunaan internet dan teknologi media terbaru untuk mengejar peluang bisnis baru. Penggunaan teknologi digital dalam operasional bisnis, yang dikenal sebagai kewirausahaan digital, membedakannya dari kewirausahaan tradisional. Peluang kewirausahaan melalui platform digital menciptakan kemungkinan baru untuk para wirausahawan di berbagai latar belakang.

Namun, ada sejumlah tantangan yang perlu dihadapi dalam kewirausahaan era digital. Konversi digital, kecepatan dalam memberikan layanan, pengelolaan sumber daya manusia yang sesuai dengan perkembangan teknologi, serta keamanan informasi adalah beberapa di antaranya. Disamping itu, kepercayaan masyarakat terhadap keamanan data dalam transaksi digital masih menjadi kendala yang perlu diatasi.

SARAN

Adapun saran untuk pengusaha di era digital ini ialah Pengusaha perlu memiliki keahlian dalam kewirausahaan digital dan memenuhi kualifikasi yang dibutuhkan untuk menghadapi transformasi digital di berbagai sektor kehidupan, seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat. Mereka harus mengenali digitalisasi sebagai peluang untuk meningkatkan pendapatan penjualan serta memacu inovasi guna meraih kesuksesan perusahaan, baik dalam konteks saat ini maupun masa mendatang.

DAFTAR REFERENSI

- Aini, N., Martha, D., Amanah, N., & Putri, N. K. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Digital di Indonesia. *COOPETITION: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 243–252.
- Aprilia, R., Wibowo, P., & Sitorus, F. (2022). Implementation Of Digital Marketing In Maintaining MSMEs During The Covid-19 Pandemic Penerapan Digital Marketing Dalam Mempertahankan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2283–2291. <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Aysa, imma R. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia Challenges of Digital Transformation for Indonesia's Economic Progress. *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 140–153.
- Caniago, I., & Hayati, K. (2019). Kewirausahaan Teknologi Digital. *Pemberdayaan Pebisnis Milenial*, 3(1).
- Davidson, E. and Vaast, E. (2010). Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment. *Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, 1–10.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). Menjadi Wirausaha Sukses. PT Remaja Rosdakarya Offset.

- Farida, S. I., Prasetyani, D., Safiih, A. R., Prasada, D., & Ismanto, B. (2020). Humanis Humanis. *Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2), 127–135. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/4991>
- Hair, N., Wetsch, L., Hull, C., Perotti, V. and Hung, Y.-T. (2012). Market orientati on digital entrepreneurship: advantages and challengesa web 2.0 networked world. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 9(6), 1–17.
- Hapsari, V. R., Usman, U. U., & Atlantika, Y. N. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Peluang Usaha Oleh Umkm Di Wilayah Perbatasan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 495–500. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3187>
- Hull, C.E., Hung, Y.-T.C., Hair, N., Perotti, V. and DeMartino, R. (2007). Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organizations*, 4(3), 290–303.
- Kasidi, K. (2020). Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(1), 17. <https://doi.org/10.31331/jeeee.v1i1.1223>
- Kaur, P., Dhir, A., Chen, S., & Rajala, R. (2016). Flow in context: Development and validation of the flow experience instrument for social networking. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.039>
- Keling, Mansur dan Sri Ulfa Sentosa. (2020) “The Influence of Enterpreneur Learning, Self-Efficacy and Creativity Toward Students Enterpreneurial Interests of Tarbiyah and Teachers Training Facult, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.” ATLANTIS PRESS, .
- Le Dinh, T., Vu, M.C. and Ayayi, A. (2018). Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1–17.
- Miftitah, F. A. N., & Mashudi, M. (2023). Peluang Bisnis Bagi Umkm Di Era Digital (Studi Kasus Pada Umkm Sheo Sweet Di Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(1), 358–365.
- Perwita, D. (2021). Telaah Digital Entrepreneurship: Suatu Implikasi Dalam Mengatasi Permasalahan Ekonomi. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 9(2), 40–51. <https://doi.org/10.24127/pro.v9i2.4511>
- Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S. and G. (2017). Digital entrepreneurship: innovative business models for the sharing economy. *Creativity and Innovation Management*, 26(3), 300–310.
- Santosa, I. (2014). Masalah dan Tantangan Pengembangan. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 3(3), 203–207.
- Sartono, S. (2021). Kewirausahaan Digital. *JURNAL BENEFIT*, 10(2), 6.
- Vikrant, N. (2021). Digital entrepreneurship. *Information Systems Journal*, 28(6), 1125– 1128. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/isj.12219>
- Widhi Wicaksono, Suyatin, Heri Murtiyoko, A. A. E. (2021). Peluang dan Tantangan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Perkusi*, 3(3), 1. <https://voi.id/ekonomi/147117/peluang-dan-tantangan-bisnis-di-era-digital-apa-saja>