

BISNIS SEBAGAI LANDASAN PENGEMBANGAN KOMPETENSI ENTREPRENEUR

Eva Sri Utami¹, Mega Mayang Sari², Salsa Billa Nuri Pratiwi³,
Cindy Shefrina Amelia⁴, Bunga Ananda⁵

250302032)¹, (250302019)², (250302002)³, (250302055)⁴, (250302069)⁵

*Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, Sumatera Utara*

E-Mail: riskiasendi@insan.ac.id

Abstrak

Bisnis merupakan salah satu instrumen strategis dalam membentuk dan mengembangkan kompetensi entrepreneur yang komprehensif dan adaptif. Di era ekonomi digital yang terus berkembang, individu yang memiliki jiwa kewirausahaan dituntut untuk tidak hanya memahami konsep bisnis secara teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikan nilai-nilai bisnis dalam praktik nyata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran bisnis sebagai landasan pengembangan kompetensi entrepreneur, mencakup identifikasi dimensi kompetensi yang dibangun melalui praktik bisnis, tantangan yang dihadapi, serta strategi pengembangan yang relevan dalam konteks transformasi digital. Metode yang digunakan adalah studi pustaka (*library research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui analisis berbagai literatur ilmiah yang terbit pada tahun 2020 ke atas. Hasil kajian menunjukkan bahwa bisnis secara langsung membentuk kompetensi entrepreneur melalui proses pembelajaran berbasis pengalaman, pengambilan risiko yang terkalkulasi, inovasi berkelanjutan, dan kolaborasi lintas ekosistem. Implikasi penelitian ini memberikan panduan strategis bagi calon entrepreneur, lembaga pendidikan, dan pemangku kepentingan dalam merancang program pengembangan kompetensi yang mampu menghasilkan wirausahawan yang tangguh, inovatif, dan berdaya saing global.

Kata Kunci: Bisnis; Kompetensi Entrepreneur; Kewirausahaan; Transformasi Digital; Pengembangan Usaha

Abstract

Business is a strategic instrument for shaping and developing comprehensive and adaptive entrepreneurial competencies. In the ever-evolving digital economy, individuals with an entrepreneurial spirit are required not only to understand business concepts theoretically but also to be able to implement business values in practical applications. This study aims to analyze the role of business as a foundation for developing entrepreneurial competencies, including identifying competency dimensions built through business practices, the challenges faced, and relevant development strategies in the context of digital transformation. The method used was library research with a descriptive qualitative approach through analysis of various scientific literature published in 2020 and later. The results of the study indicate that business directly shapes entrepreneurial competencies through experiential learning processes, calculated risk-taking, continuous innovation, and cross-ecosystem collaboration. The implications of this research provide strategic guidance for aspiring entrepreneurs, educational institutions, and stakeholders in designing competency development programs capable of producing resilient, innovative, and globally competitive entrepreneurs.

Keywords: Business; Entrepreneurial Competence; Entrepreneurship; Digital Transformation; Business Development

A. PENDAHULUAN

Bisnis merupakan salah satu fondasi utama dalam kehidupan ekonomi modern yang tidak hanya berfungsi sebagai sumber penghasilan, tetapi juga sebagai arena pembelajaran yang membentuk karakter, kemampuan, dan kompetensi seorang entrepreneur. Dalam praktiknya, bisnis tidak sekadar dipahami sebagai aktivitas jual beli atau pencarian keuntungan semata, melainkan sebagai sistem yang kompleks yang mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, pengambilan keputusan, pengelolaan risiko, hingga evaluasi keberlanjutan usaha. Dalam konteks perkembangan zaman yang semakin dinamis, peran bisnis sebagai landasan pengembangan kompetensi kewirausahaan semakin mendapatkan perhatian dari berbagai kalangan akademisi, praktisi, maupun pemangku kebijakan. Hal ini didasarkan pada pemahaman bahwa seorang entrepreneur yang tangguh tidak terbentuk hanya melalui pendidikan formal di kelas, melainkan melalui pengalaman langsung dalam mengelola dan mengembangkan bisnis secara nyata, di mana proses

pembelajaran berlangsung secara kontekstual, adaptif, dan berkelanjutan (Amilia et al., 2024). Dengan demikian, bisnis dapat dipandang sebagai ruang pembelajaran nyata yang membentuk pola pikir kritis, inovatif, serta berorientasi pada solusi dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi yang semakin kompleks.

Kompetensi entrepreneur dapat dipahami sebagai seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang memungkinkan seseorang untuk mengidentifikasi peluang, menciptakan nilai, mengelola sumber daya secara efektif, serta menghadapi ketidakpastian dalam lingkungan bisnis yang terus berubah. Kompetensi ini mencakup aspek teknis seperti manajemen keuangan, pemasaran, dan operasional, sekaligus mencakup aspek non-teknis seperti kreativitas, kepemimpinan, komunikasi, serta kemampuan mengambil keputusan secara cepat dan tepat dalam situasi yang dinamis. Dalam perspektif ini, bisnis menjadi laboratorium nyata tempat berbagai kompetensi tersebut diuji, diasah, dan dikembangkan secara berkelanjutan melalui pengalaman langsung yang tidak dapat sepenuhnya digantikan oleh teori. Setiap tantangan yang muncul dalam dunia bisnis, mulai dari persaingan pasar yang ketat, perubahan preferensi konsumen, hingga disrupsi teknologi, pada hakikatnya merupakan kesempatan bagi entrepreneur untuk memperkuat kapasitas dirinya, meningkatkan daya tahan mental, serta mengembangkan strategi adaptif yang lebih efektif dalam jangka panjang (Indraswanti & Sunoto, 2024).

Di era ekonomi digital yang ditandai dengan revolusi industri 4.0, transformasi bisnis berlangsung sangat cepat dan membawa perubahan mendasar pada cara usaha dijalankan di berbagai sektor. Perubahan tersebut tidak hanya terjadi pada aspek produksi dan distribusi, tetapi juga pada pola pemasaran, interaksi dengan konsumen, hingga pengambilan keputusan berbasis data. Platform digital, kecerdasan buatan, big data, dan berbagai inovasi teknologi lainnya telah mengubah lanskap persaingan bisnis secara fundamental, sehingga menuntut pelaku usaha untuk lebih adaptif, inovatif, dan responsif terhadap perubahan yang terjadi secara cepat. Dalam kondisi ini, kompetensi entrepreneur yang relevan tidak hanya terbatas pada kemampuan mengelola bisnis konvensional, tetapi juga mencakup kemampuan digital yang memungkinkan entrepreneur memanfaatkan teknologi sebagai instrumen pengembangan usaha yang lebih efektif, efisien, dan berdaya saing tinggi baik di tingkat lokal maupun global (Faturrahman et al., 2025).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengalaman langsung dalam dunia bisnis memberikan kontribusi yang jauh lebih signifikan terhadap pembentukan kompetensi entrepreneur dibandingkan dengan pendekatan pembelajaran berbasis teori semata. Hal ini disebabkan karena dunia bisnis nyata menghadirkan situasi yang kompleks, tidak terstruktur, dan penuh ketidakpastian yang menuntut kemampuan berpikir kritis serta keterampilan pemecahan masalah yang tinggi. Proses trial and error, pengambilan keputusan di bawah tekanan, negosiasi dengan mitra bisnis, hingga pengelolaan krisis

merupakan bentuk pengalaman yang secara langsung melatih dan membentuk kompetensi entrepreneur secara menyeluruh. Pengalaman tersebut tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga membangun ketahanan mental, rasa percaya diri, serta kemampuan adaptasi yang sangat penting dalam menghadapi dinamika dunia usaha (Haris et al., 2025).

Oleh karena itu, kajian mengenai peran bisnis sebagai landasan pengembangan kompetensi entrepreneur menjadi semakin relevan dan penting untuk dilakukan, baik dalam konteks akademik maupun praktis. Pemahaman yang mendalam mengenai dimensi-dimensi kompetensi yang terbentuk melalui praktik bisnis, serta strategi yang efektif untuk mengoptimalkan proses tersebut, sangat diperlukan agar dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ekosistem kewirausahaan yang lebih kuat dan berkelanjutan di Indonesia. Selain itu, kajian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi lembaga pendidikan, pelaku usaha, maupun pembuat kebijakan dalam merancang program pembelajaran kewirausahaan yang lebih berbasis pengalaman, sehingga mampu mencetak entrepreneur yang tidak hanya unggul secara teori, tetapi juga tangguh dalam menghadapi dinamika dunia usaha yang semakin kompetitif.

Tabel 1.

Dimensi Kompetensi Entrepreneur Berbasis Pengalaman Bisnis

Indikator	Persentase/Jumlah	Keterangan
Kontribusi terhadap PDB	> 60%	Sumber pertumbuhan ekonomi inklusif
Penyerapan Tenaga Kerja	± 97%	Backbone ketenagakerjaan nasional
Jumlah Unit Usaha	> 65 Juta Unit	Tersebar di seluruh wilayah Indonesia
Kontribusi Ekspor	± 14–15%	Potensi besar yang belum teroptimalkan
Tingkat Digitalisasi UMKM	± 20–25%	Masih sangat rendah, peluang sangat besar

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2026

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa kompetensi entrepreneur yang dibangun melalui pengalaman bisnis mencakup berbagai dimensi yang saling berkaitan, saling melengkapi, dan saling memperkuat satu sama lain dalam membentuk kemampuan kewirausahaan yang utuh. Dimensi-dimensi tersebut tidak berdiri secara terpisah, melainkan terintegrasi dalam praktik nyata yang dihadapi seorang pelaku usaha sehari-hari. Kontribusi bisnis dalam membentuk

kompetensi kewirausahaan sangat besar dan tidak dapat diabaikan, karena proses pembelajaran yang terjadi dalam dunia bisnis bersifat langsung, kontekstual, dan berbasis pengalaman nyata. Bisnis memberikan pengalaman empiris yang membentuk lebih dari 60 persen kapabilitas praktis seorang entrepreneur, sehingga menjadikannya sebagai motor utama dalam pengembangan kompetensi yang bersifat inklusif, adaptif, dan berkelanjutan. Selain itu, kemampuan bisnis dalam menyerap pembelajaran dari berbagai situasi nyata juga sangat tinggi, karena setiap keberhasilan maupun kegagalan dalam aktivitas usaha selalu menghasilkan refleksi yang dapat digunakan untuk perbaikan strategi di masa depan. Hal ini menjadikan bisnis sebagai tulang punggung utama dalam proses pembentukan jiwa kewirausahaan yang matang, tangguh, dan mampu bertahan dalam berbagai kondisi pasar yang dinamis.

Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini tidak hanya berfokus pada identifikasi aspek-aspek kompetensi entrepreneur semata, tetapi juga menekankan pada bagaimana proses pembentukan kompetensi tersebut terjadi secara nyata melalui praktik bisnis. Adapun rumusan masalah yang diajukan meliputi apa saja dimensi kompetensi entrepreneur yang dapat dikembangkan melalui praktik bisnis, bagaimana bisnis berperan sebagai landasan yang efektif dalam pembentukan kompetensi wirausaha, serta bagaimana strategi pengembangan kompetensi entrepreneur yang relevan di era transformasi digital dapat diimplementasikan secara optimal, sistematis, dan berkelanjutan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dirumuskan untuk memberikan arah kajian yang lebih terstruktur sehingga penelitian dapat menghasilkan temuan yang tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis dan aplikatif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mensintesis berbagai kajian teoritis maupun empiris mengenai peran bisnis dalam pengembangan kompetensi entrepreneur, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif, mendalam, dan terintegrasi bagi seluruh pemangku kepentingan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai bagaimana pengalaman bisnis dapat menjadi sarana utama dalam pembentukan kompetensi kewirausahaan yang relevan dengan kebutuhan era modern, khususnya di tengah percepatan transformasi digital yang menuntut entrepreneur untuk lebih adaptif, inovatif, dan berdaya saing tinggi (Siregar et al., 2026).

B. KAJIAN TEORI

A. Konsep Bisnis dan Kompetensi Entrepreneur

Bisnis secara konseptual dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas terorganisir yang diarahkan untuk menciptakan nilai melalui produksi, distribusi, dan pertukaran barang atau jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Aktivitas ini mencakup berbagai proses manajerial seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengendalian sumber daya agar tujuan usaha dapat tercapai secara efektif dan efisien. Namun, dalam perspektif kewirausahaan, bisnis memiliki makna yang jauh lebih luas dari sekadar aktivitas komersial. Bisnis merupakan arena pembentukan karakter yang kompleks, tempat berbagai kompetensi diuji, diasah, dan dikembangkan melalui interaksi langsung dengan realitas pasar yang penuh ketidakpastian, persaingan, serta perubahan yang sangat cepat. Dalam konteks ini, pelaku bisnis tidak hanya dituntut untuk mencari keuntungan, tetapi juga untuk mampu beradaptasi, berinovasi, dan mengambil keputusan strategis yang berdampak pada keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Putra et al., 2025).

Sementara itu, kompetensi entrepreneur dapat didefinisikan sebagai kombinasi yang terintegrasi dari pengetahuan, keterampilan, kemampuan, serta atribut personal yang memungkinkan seseorang untuk secara efektif mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang bisnis, menciptakan nilai bagi berbagai pemangku kepentingan, serta membangun dan mengelola usaha secara berkelanjutan. Kompetensi ini tidak bersifat tunggal, melainkan multidimensional, karena mencakup aspek kognitif seperti kemampuan berpikir analitis dan strategis, aspek psikomotor seperti keterampilan teknis dalam menjalankan usaha, serta aspek afektif seperti sikap, motivasi, dan nilai-nilai kewirausahaan yang melekat dalam diri individu. Ketiga aspek tersebut saling berinteraksi dan membentuk profil seorang entrepreneur yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga memiliki kepekaan sosial, daya tahan mental, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang dinamis (Onasih et al., 2024).

Keterkaitan antara bisnis dan kompetensi entrepreneur membentuk hubungan yang bersifat dialektis dan saling mempengaruhi secara berkelanjutan. Di satu sisi, bisnis membutuhkan individu dengan kompetensi entrepreneur yang memadai agar dapat berjalan secara efektif, kompetitif, dan mampu menghasilkan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pasar maupun pemangku kepentingan lainnya. Tanpa kompetensi yang memadai, aktivitas bisnis cenderung tidak terarah dan berisiko mengalami kegagalan dalam menghadapi tantangan pasar. Di sisi lain, praktik bisnis itu sendiri secara aktif berperan sebagai media pembelajaran yang membentuk dan mengembangkan kompetensi entrepreneur melalui proses pengalaman langsung yang berlangsung secara kontinu, reflektif, dan adaptif. Hubungan timbal balik ini menciptakan suatu ekosistem pembelajaran yang sangat dinamis, di mana pengalaman nyata menjadi sumber utama pengembangan kemampuan, sehingga mampu membentuk wirausahawan yang lebih tangguh, adaptif, dan berdaya saing tinggi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis global (Ananda et al., 2021).

B. Peran Bisnis dalam Pembentukan Kompetensi Entrepreneur

Peran bisnis dalam pembentukan kompetensi entrepreneur sangat penting karena aktivitas bisnis tidak hanya berfungsi sebagai sarana memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai media pembelajaran langsung yang membentuk berbagai kemampuan kewirausahaan secara nyata dan berkelanjutan. Dalam praktiknya, dunia bisnis menghadirkan berbagai situasi yang kompleks, mulai dari perencanaan usaha, pengelolaan sumber daya, interaksi dengan pelanggan, hingga pengambilan keputusan dalam kondisi penuh risiko dan ketidakpastian. Seluruh pengalaman tersebut memberikan pembelajaran kontekstual yang tidak dapat sepenuhnya diperoleh melalui teori di ruang kelas. Oleh karena itu, bisnis dapat dipandang sebagai lingkungan belajar yang dinamis, di mana kompetensi entrepreneur terbentuk melalui proses pengalaman, refleksi, dan adaptasi yang terus-menerus (Amilia et al., 2024).

Adapun peran bisnis dalam pembentukan kompetensi entrepreneur dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. **Pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*)**
Bisnis menjadi sarana utama pembelajaran yang bersifat langsung dan kontekstual, di mana entrepreneur belajar dari pengalaman nyata yang terjadi dalam kegiatan usaha sehari-hari. Proses ini mencakup keberhasilan maupun kegagalan yang dialami, yang keduanya memiliki nilai pembelajaran yang sangat penting. Kegagalan memberikan kesempatan untuk evaluasi mendalam terhadap strategi, sedangkan keberhasilan memperkuat praktik yang efektif. Melalui refleksi berkelanjutan, entrepreneur mampu mengembangkan wawasan yang lebih matang dan aplikatif dibandingkan pembelajaran teori semata (Amilia et al., 2024).
2. **Pengembangan kemampuan pengambilan risiko**
Dalam dunia bisnis, setiap keputusan selalu mengandung unsur ketidakpastian. Oleh karena itu, bisnis berperan dalam melatih entrepreneur untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola risiko secara efektif. Pengalaman menghadapi fluktuasi pasar, perubahan permintaan, dan kendala operasional membentuk kemampuan berpikir strategis dalam pengambilan keputusan yang tepat. Seiring waktu, entrepreneur terbiasa mengambil risiko yang terukur dan rasional sebagai bagian dari strategi bisnis (Haris et al., 2025).
3. **Pembentukan kemampuan inovasi**
Bisnis mendorong munculnya inovasi sebagai respons terhadap perubahan pasar dan perkembangan teknologi yang cepat. Entrepreneur dituntut untuk terus menciptakan ide baru dalam produk, layanan, maupun strategi pemasaran agar tetap kompetitif. Proses inovasi yang berkelanjutan ini membentuk kemampuan

berpikir kreatif, fleksibilitas, serta daya adaptasi yang tinggi dalam menghadapi tantangan bisnis modern (Faturrahman et al., 2025).

4. Penguatan kemampuan pemecahan masalah (*problem solving*)
Dalam praktik bisnis, berbagai masalah muncul secara tidak terduga. Hal ini menjadikan bisnis sebagai sarana penting dalam melatih kemampuan pemecahan masalah secara langsung. Entrepreneur harus mampu mengidentifikasi akar masalah, menganalisis penyebab, serta menentukan solusi yang paling efektif. Proses ini melatih kemampuan berpikir kritis, sistematis, dan berbasis keputusan yang cepat dan tepat (Faturrahman et al., 2025).
5. Pengembangan kemampuan manajerial
Bisnis juga berperan dalam membentuk kemampuan mengelola sumber daya seperti modal, tenaga kerja, waktu, dan bahan baku secara efisien. Entrepreneur belajar menyusun perencanaan, mengorganisasi aktivitas usaha, serta mengontrol jalannya bisnis agar tujuan tercapai. Pengalaman langsung dalam manajemen usaha meningkatkan kemampuan strategis dan operasional secara berkesinambungan (Haris et al., 2025).
6. Penguatan kemampuan komunikasi dan negosiasi
Interaksi bisnis dengan berbagai pihak seperti pelanggan, supplier, dan mitra usaha melatih kemampuan komunikasi yang efektif dan keterampilan negosiasi. Entrepreneur belajar menyampaikan ide dengan jelas, membangun kepercayaan, serta mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan dalam kerja sama bisnis (Syakirotul Hayati et al., 2024).
7. Pembentukan kemampuan membangun jaringan (*networking*)
Bisnis membantu entrepreneur memperluas jaringan dengan berbagai pihak seperti pelanggan, investor, komunitas, dan mitra strategis. Jaringan ini menjadi aset penting dalam pengembangan usaha karena memberikan akses informasi, peluang bisnis, dan dukungan sumber daya yang lebih luas (Syakirotul Hayati et al., 2024).

C. Peluang Pengembangan Kompetensi di Era Digital

Di balik berbagai tantangan tersebut, era ekonomi digital sesungguhnya menyimpan peluang yang jauh lebih besar dan kompleks bagi pengembangan kompetensi entrepreneur, khususnya bagi mereka yang memiliki kesiapan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi yang sangat cepat. Perubahan ini tidak hanya menghadirkan tantangan dalam bentuk persaingan yang semakin ketat dan dinamis, tetapi juga membuka ruang pembelajaran yang jauh lebih luas dibandingkan era sebelumnya. Dalam konteks ini, kemampuan adaptasi, literasi

digital, serta kemauan untuk terus belajar menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan seorang entrepreneur dalam memanfaatkan peluang yang tersedia. Oleh karena itu, era digital tidak hanya dipandang sebagai era disrupsi, tetapi juga sebagai era akselerasi pembelajaran kewirausahaan yang sangat kaya akan sumber pengetahuan dan pengalaman praktis.

Pertama, akses terhadap pengetahuan dan pembelajaran digital merupakan peluang paling nyata yang ditawarkan oleh era digital dalam mendukung pengembangan kompetensi entrepreneur. Melalui berbagai platform edukasi online, webinar, podcast bisnis, kursus daring, serta komunitas entrepreneur digital, seorang calon entrepreneur kini dapat mengakses pengetahuan, strategi bisnis, dan pengalaman praktis dari para praktisi maupun ahli bisnis terbaik di seluruh dunia tanpa dibatasi oleh faktor geografis dan waktu. Kondisi ini memberikan keuntungan besar karena proses belajar tidak lagi terbatas pada ruang kelas formal, tetapi dapat dilakukan secara fleksibel, mandiri, dan berkelanjutan sesuai kebutuhan individu. Selain itu, interaksi dalam komunitas digital juga memungkinkan terjadinya pertukaran ide, diskusi kasus nyata, serta pembelajaran berbasis pengalaman yang semakin memperkaya wawasan dan mempercepat proses pengembangan kompetensi kewirausahaan (Putrie et al., 2026).

Kedua, platform digital membuka peluang yang sangat luas bagi entrepreneur pemula untuk memulai dan mengembangkan bisnis dengan modal yang jauh lebih kecil dibandingkan era sebelumnya. Kehadiran marketplace online, media sosial bisnis, serta berbagai platform digital lainnya telah mengubah cara bisnis dijalankan secara fundamental, di mana seorang entrepreneur tidak lagi harus memiliki toko fisik atau modal besar untuk memulai usaha. Melalui platform tersebut, entrepreneur dapat menguji ide bisnis secara langsung, membangun brand secara bertahap, melakukan promosi secara masif, serta menjangkau pelanggan dalam skala yang lebih luas hanya dengan investasi awal yang relatif minimal. Kondisi ini secara signifikan menurunkan barrier to entry dalam dunia bisnis dan memberikan lebih banyak kesempatan bagi calon entrepreneur untuk memperoleh pengalaman bisnis nyata sejak tahap awal perjalanan kewirausahaan mereka (Iskandar et al., 2025).

Ketiga, perkembangan teknologi finansial (fintech) juga membuka akses pembiayaan yang lebih inklusif bagi entrepreneur pemula yang selama ini sering kali tersisihkan dari sistem perbankan konvensional. Dalam sistem tradisional, akses terhadap modal usaha sering kali menjadi hambatan utama bagi pelaku usaha baru karena adanya persyaratan administrasi, jaminan, dan rekam jejak usaha yang ketat. Namun, dengan hadirnya platform peer-to-peer lending, crowdfunding, serta berbagai produk keuangan digital lainnya, entrepreneur kini memiliki alternatif sumber pendanaan yang lebih fleksibel, cepat, dan mudah diakses. Sistem ini tidak hanya mempercepat proses pendanaan, tetapi juga memberikan kesempatan yang lebih adil bagi ide-ide bisnis inovatif untuk

berkembang meskipun berasal dari pelaku usaha yang masih memiliki track record terbatas (Hamid et al., 2025).

Tabel 2.

Perbandingan Tantangan dan Peluang Pengembangan Kompetensi Entrepreneur di Era Digital

Dimensi	Tantangan	Peluang
Pasar	Persaingan ketat dari platform asing	Akses pasar nasional dan global tanpa batas
Modal	Biaya adopsi teknologi tinggi	Fintech lending dan crowdfunding lebih mudah
SDM	Rendahnya literasi digital	Pelatihan digital murah via platform online
Infrastruktur	Ketimpangan konektivitas daerah	Penetrasi smartphone yang terus meningkat
Regulasi	Regulasi digital yang masih berkembang	Kebijakan afirmatif pemerintah untuk UMKM
Pemasaran	Brand awareness yang lemah	Media sosial berbiaya rendah dan berdampak luas

Sumber: Diolah dari berbagai literatur, 2026

D. Model Strategi Pengembangan Kompetensi Entrepreneur Berbasis Bisnis

Berbagai penelitian telah mengembangkan model strategi untuk mendukung pengembangan kompetensi entrepreneur melalui bisnis. Model Kompetensi Entrepreneur Terpadu yang dikembangkan oleh Ananda et al., (2021) menekankan pentingnya pendekatan holistik yang mencakup empat pilar utama: kapabilitas bisnis digital, ekosistem pendukung kewirausahaan, model pembelajaran inovatif, dan kerangka regulasi yang kondusif. Keempat pilar ini harus dikembangkan secara simultan dan sinergis untuk menghasilkan dampak yang optimal terhadap kompetensi entrepreneur.

Sementara itu, Sanda et al., (2025) mengusulkan model transformasi kompetensi bertahap yang memungkinkan entrepreneur mengembangkan kompetensi secara gradual sesuai dengan kapasitas dan kesiapan masing-masing. Model ini terdiri dari tiga tahap: pengembangan kompetensi dasar bisnis, penguatan ekosistem kewirausahaan digital, dan inovasi berbasis data dan

teknologi. Pendekatan bertahap ini dinilai lebih realistis dan berkelanjutan dibandingkan pendekatan pengembangan total yang membutuhkan investasi besar secara sekaligus.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (*library research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode studi pustaka dipilih karena topik peran bisnis dalam pengembangan kompetensi entrepreneur merupakan bidang kajian yang telah banyak diteliti oleh para akademisi, sehingga tersedia korpus literatur ilmiah yang kaya dan beragam untuk disintesis secara sistematis. Pendekatan kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan, menginterpretasikan, dan memahami fenomena yang dikaji secara mendalam berdasarkan teori dan temuan dari berbagai sumber (Sugiyono, 2020).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahapan. Pertama, identifikasi dan pencarian literatur menggunakan kata kunci yang relevan seperti 'kompetensi entrepreneur', 'bisnis dan kewirausahaan', 'transformasi digital UMKM', 'pengembangan kompetensi wirausaha', dan 'kewirausahaan digital Indonesia'. Analisis data menggunakan pendekatan analisis isi (*content analysis*) dan analisis komparatif. Hasil sintesis kemudian disusun menjadi narasi akademik yang sistematis, kohesif, dan komprehensif, diperkuat dengan pengorganisasian berdasarkan tema-tema utama yang telah teridentifikasi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

A. Kondisi Terkini Pengembangan Kompetensi Entrepreneur di Indonesia

Berdasarkan sintesis dari berbagai literatur yang telah dikaji, kondisi pengembangan kompetensi entrepreneur di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan namun masih menghadapi berbagai tantangan yang kompleks. Di satu sisi, terdapat gelombang kesadaran berwirausaha yang semakin kuat, terutama di kalangan generasi muda yang didorong oleh kemudahan akses terhadap informasi dan platform digital. Di sisi lain, kesenjangan antara entrepreneur yang telah memiliki kompetensi bisnis yang matang dengan yang masih dalam tahap pengembangan semakin terlihat jelas, menciptakan dualisme yang perlu ditangani secara sistematis.

Pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia sejak awal tahun 2020 secara paradoks menjadi akselerator pengembangan kompetensi kewirausahaan

yang sangat signifikan. Tekanan ekonomi yang ditimbulkan oleh pandemi mendorong banyak individu untuk mengembangkan usaha baru sebagai alternatif pendapatan, sehingga secara masif meningkatkan jumlah entrepreneur pemula yang berusaha mengembangkan kompetensi bisnis mereka dalam waktu yang singkat (Putra et al., 2025).

Gambaran ini menunjukkan bahwa meskipun kesadaran mengenai pentingnya kompetensi bisnis telah meningkat secara dramatis, kemampuan dan kesiapan calon entrepreneur dalam mengimplementasikan strategi bisnis yang komprehensif masih sangat beragam. Sebagian besar entrepreneur pemula yang telah 'go digital' baru sebatas membuka toko di marketplace atau memiliki akun media sosial bisnis, tanpa disertai strategi pemasaran yang terstruktur, pengelolaan data pelanggan yang sistematis, atau integrasi sistem bisnis yang menyeluruh (Iskandar et al., 2025).

B. Strategi Pengembangan Kompetensi Entrepreneur Melalui Bisnis

Berdasarkan sintesis komprehensif dari berbagai literatur yang dikaji, penelitian ini mengidentifikasi lima strategi utama yang saling berkaitan dan harus diimplementasikan secara terpadu untuk mendorong pengembangan kompetensi entrepreneur yang efektif melalui landasan bisnis.

1. Peningkatan Literasi dan Kapabilitas Digital Bisnis

Strategi pertama dan paling fundamental adalah peningkatan literasi digital bisnis seluruh calon entrepreneur. Literasi digital bisnis yang dimaksud tidak sekadar kemampuan menggunakan gadget atau mengakses internet, tetapi mencakup pemahaman mendalam tentang ekosistem bisnis digital, kemampuan memanfaatkan berbagai platform secara strategis, serta kecakapan dalam mengelola data dan keamanan siber. Program pelatihan bisnis digital yang efektif harus dirancang secara bertahap sesuai dengan tingkat kesiapan digital masing-masing calon entrepreneur. Pelatihan dasar mencakup pengenalan platform digital, cara berjualan online, dan manajemen media sosial bisnis. Pelatihan lanjutan mencakup strategi pemasaran digital, analisis data konsumen, dan manajemen keuangan digital. Pelatihan tingkat mahir mencakup pengembangan model bisnis inovatif, kecerdasan buatan untuk bisnis, dan skalabilitas usaha berbasis data (Amilia et al., 2024).

2. Pengembangan Kurikulum Bisnis Berbasis Kompetensi

Strategi kedua adalah pengembangan kurikulum dan program pembelajaran bisnis yang secara khusus dirancang untuk membangun kompetensi entrepreneur secara holistik. Program ini harus mengintegrasikan pembelajaran teoritis dengan pengalaman bisnis nyata melalui berbagai pendekatan seperti project-based learning,

business simulation, mentoring oleh praktisi berpengalaman, dan magang di perusahaan yang sedang berkembang. Kehadiran di platform marketplace utama seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Blibli merupakan bagian dari pembelajaran praktik yang esensial. *Search Engine Optimization* (SEO) dan *Search Engine Marketing* (SEM) juga menjadi instrumen penting yang seringkali diabaikan oleh entrepreneur pemula. Dengan memastikan produk dan bisnis mereka mudah ditemukan di mesin pencari, entrepreneur dapat meningkatkan visibilitas digital secara organik tanpa biaya yang besar. Di samping itu, pemanfaatan influencer marketing melalui kolaborasi dengan kreator konten lokal terbukti efektif meningkatkan brand awareness dengan biaya yang relatif terjangkau (Siregar et al., 2026).

3. Penguatan Akses Pembiayaan Berbasis Teknologi Finansial

Strategi ketiga adalah penguatan akses terhadap sumber pembiayaan yang memanfaatkan teknologi finansial (*fintech*). Ekosistem fintech di Indonesia telah berkembang pesat dengan munculnya berbagai layanan yang secara spesifik menargetkan segmen entrepreneur pemula, mulai dari platform peer-to-peer lending seperti Modalku dan Amartha, layanan invoice financing, hingga kredit berbasis data transaksi digital yang disediakan oleh platform e-commerce itu sendiri. Keunggulan fintech dibandingkan perbankan konvensional bagi entrepreneur pemula terletak pada proses pengajuan yang lebih sederhana, persyaratan agunan yang lebih fleksibel, dan keputusan kredit yang lebih cepat berdasarkan analisis data digital. Model credit scoring berbasis data transaksi digital memungkinkan entrepreneur yang tidak memiliki laporan keuangan formal tetap dapat mengakses pembiayaan yang mereka butuhkan untuk mengembangkan bisnis (Tustiati, 2025).

4. Pengembangan Ekosistem Kewirausahaan dan Kolaborasi

Strategi keempat adalah pengembangan ekosistem kewirausahaan yang mendukung dan membangun jejaring kolaborasi yang kuat antar pemangku kepentingan. Pengembangan kompetensi entrepreneur tidak dapat dilakukan secara parsial oleh satu pihak saja, melainkan membutuhkan sinergi yang erat antara calon entrepreneur, pemerintah, akademisi, lembaga keuangan, perusahaan teknologi, dan organisasi masyarakat sipil. Model ekosistem kewirausahaan yang ideal mencakup beberapa elemen kunci: pusat inkubasi dan akselerasi bisnis digital, program mentoring dan pendampingan oleh praktisi berpengalaman, platform agregasi entrepreneur yang memudahkan kolaborasi antar pelaku usaha, serta program kemitraan dengan perusahaan besar. Kolaborasi antar entrepreneur dalam bentuk konsorsium atau koperasi digital juga terbukti meningkatkan daya

tawar dan kemampuan kompetitif secara kolektif (Syakirotul Hayati et al., 2024).

5. Dukungan Kebijakan dan Regulasi yang Kondusif

Strategi kelima adalah advokasi dan implementasi kebijakan pemerintah yang secara proaktif mendukung pengembangan kompetensi entrepreneur melalui bisnis. Peran pemerintah sangat krusial dalam menciptakan ekosistem yang kondusif melalui berbagai instrumen kebijakan, mulai dari pengembangan infrastruktur digital, penyederhanaan regulasi perizinan usaha, hingga pemberian insentif fiskal bagi entrepreneur yang melakukan adopsi teknologi.

Program pemerintah seperti Wirausaha Muda Mandiri, program digitalisasi UMKM, dan berbagai inisiatif kewirausahaan yang diluncurkan oleh berbagai kementerian merupakan langkah positif yang perlu terus diperkuat. Koordinasi antar kementerian dan lembaga juga perlu ditingkatkan untuk menghindari tumpang tindih program dan memastikan efektivitas penggunaan anggaran dalam mendukung pengembangan kompetensi entrepreneur (Onasih et al., 2024).

Tabel 3.

Sintesis Strategi Pengembangan Kompetensi Entrepreneur Melalui Bisnis di Era Digital

Strategi	Komponen Utama	Indikator Keberhasilan
Peningkatan Literasi Digital	Pelatihan, pendampingan, sertifikasi digital	Peningkatan indeks literasi digital entrepreneur
Pengembangan Kurikulum Bisnis	Modul bisnis digital, mentoring wirausaha	Jumlah peserta tersertifikasi kompetensi bisnis
Pembiayaan Berbasis Fintech	P2P lending, invoice financing, kredit digital	Peningkatan akses kredit wirausaha formal
Kolaborasi Ekosistem	Inkubator, akselerator, program mentoring	Jumlah entrepreneur yang berhasil scale-up
Dukungan Kebijakan	Regulasi, insentif, infrastruktur digital	Peningkatan persentase entrepreneur go digital

Sumber: Hasil sintesis literatur penelitian, 2026

C. Perspektif Ekonomi Syariah dalam Pengembangan Kompetensi Entrepreneur

Dalam konteks Program Studi Ekonomi Syariah, pengembangan kompetensi entrepreneur melalui bisnis perlu juga dikaji melalui lensa prinsip-prinsip ekonomi Islam. Bisnis yang dijalankan oleh entrepreneur Muslim idealnya tidak hanya mengejar profitabilitas semata, tetapi juga harus memenuhi prinsip-prinsip syariah yang mencakup keadilan (*al-'adl*), kejujuran (*al-amanah*), dan kepedulian sosial (*takaful ijtimai'*). Era digital sesungguhnya membuka peluang yang lebih luas bagi implementasi prinsip-prinsip ini melalui transparansi informasi yang lebih tinggi dan mekanisme transaksi yang lebih adil.

Platform bisnis digital berbasis syariah, seperti marketplace halal dan aplikasi keuangan syariah digital, menjadi wahana baru yang sangat potensial untuk mengembangkan ekosistem kewirausahaan syariah di Indonesia. Dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi pasar halal digital yang sangat besar dan masih sangat belum tereksplorasi secara optimal. Entrepreneur yang mampu memposisikan diri dalam ekosistem halal digital ini akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan, tidak hanya di pasar domestik tetapi juga di pasar internasional (Haris et al., 2025).

PEMBAHASAN

Hasil kajian literatur yang telah dipaparkan sebelumnya memberikan gambaran yang cukup komprehensif mengenai dinamika yang terjadi dalam pengembangan kompetensi entrepreneur melalui landasan bisnis di era ekonomi digital. Kajian tersebut tidak hanya menyoroti aspek perkembangan dan peluang yang muncul, tetapi juga menguraikan berbagai tantangan struktural maupun non-struktural yang dihadapi oleh calon entrepreneur dalam proses pembentukan kompetensi bisnis mereka. Oleh karena itu, pada bagian pembahasan ini, peneliti melakukan proses sintesis, interpretasi, dan analisis yang lebih mendalam untuk membangun pemahaman yang bersifat holistik dan integratif (Iskandar et al., 2025).

Temuan pertama yang paling menonjol dari hasil sintesis berbagai literatur adalah bahwa keberhasilan pengembangan kompetensi entrepreneur tidak dapat dipahami sebagai suatu proses yang sederhana atau hanya ditentukan oleh satu faktor tunggal. Sebaliknya, pengembangan kompetensi entrepreneur melalui bisnis merupakan sebuah fenomena yang bersifat multifaktorial, kompleks, dan saling berkaitan satu sama lain. Proses pembentukan kompetensi tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman bisnis itu sendiri, tetapi juga ditentukan oleh interaksi antara faktor individu, lingkungan

sosial, serta dukungan ekosistem yang membentuk kondisi berwirausaha secara keseluruhan (Putra et al., 2025).

Berbeda dengan pandangan yang masih sering menyederhanakan bahwa kompetensi entrepreneur hanya berkaitan dengan kemampuan teknis dalam mengelola bisnis, kajian ini justru menegaskan bahwa faktor manusia (*human factor*) memiliki peranan yang jauh lebih dominan dan strategis. Manusia sebagai pelaku utama dalam bisnis menjadi penentu apakah pengalaman bisnis tersebut benar-benar dapat diterjemahkan menjadi kompetensi yang bermakna atau justru hanya menghasilkan rutinitas tanpa pertumbuhan. Oleh karena itu, aspek sumber daya manusia menjadi pusat utama dalam proses pembentukan kompetensi entrepreneur (Sanda et al., 2025).

Lebih lanjut, aspek-aspek seperti pola pikir kewirausahaan (*entrepreneurial mindset*), tingkat literasi digital, kemampuan untuk terus belajar (*lifelong learning*), keterampilan adaptif terhadap perubahan teknologi, serta kemampuan mengambil keputusan berbasis informasi menjadi fondasi penting yang menentukan keberhasilan pengembangan kompetensi entrepreneur melalui bisnis. Pelaku bisnis yang memiliki mindset inovatif dan terbuka terhadap perubahan umumnya lebih cepat dalam memahami serta mengadopsi berbagai bentuk inovasi yang tersedia dalam ekosistem bisnis digital (Putrie et al., 2026).

Selain itu, literatur juga menunjukkan adanya perbedaan yang cukup signifikan antara entrepreneur yang adaptif terhadap perubahan dengan mereka yang masih mempertahankan pola pikir konvensional. Entrepreneur yang adaptif cenderung lebih responsif terhadap perkembangan teknologi, lebih berani mengambil risiko terkalkulasi dalam inovasi, serta lebih cepat dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam sistem bisnis mereka. Kondisi ini pada akhirnya dapat menyebabkan kesenjangan kompetensi yang semakin lebar di antara pelaku usaha dan menciptakan disparitas dalam ekosistem kewirausahaan (Indraswanti & Sunoto, 2024).

Di sisi lain, faktor eksternal juga memiliki peran yang tidak kalah penting dalam menentukan keberhasilan pengembangan kompetensi entrepreneur melalui bisnis. Dukungan kebijakan pemerintah, ketersediaan infrastruktur digital yang memadai, akses terhadap pelatihan dan pendampingan, serta keberadaan ekosistem kewirausahaan yang inklusif menjadi faktor penunjang yang dapat mempercepat proses pembentukan kompetensi. Tanpa adanya dukungan eksternal yang kuat, calon entrepreneur akan menghadapi kesulitan yang lebih besar dalam mengoptimalkan pengalaman bisnis mereka sebagai instrumen pembentukan kompetensi (Faturrahman et al., 2025).

Model konseptual pengembangan kompetensi entrepreneur berbasis bisnis dapat dipahami sebagai suatu sistem yang tersusun secara berlapis dan saling berhubungan, mulai dari input, proses, hingga menghasilkan dampak jangka pendek maupun jangka panjang. Pada level awal, yaitu input internal, keberhasilan pengembangan kompetensi sangat ditentukan oleh kondisi yang

melekat pada calon entrepreneur itu sendiri. Faktor-faktor seperti literasi bisnis digital, ketersediaan modal, kualitas sumber daya manusia, serta mindset kewirausahaan menjadi elemen fundamental yang membentuk kesiapan dasar dalam menghadapi perubahan dan peluang bisnis.

Pada level berikutnya, yaitu input eksternal, perkembangan kompetensi entrepreneur tidak dapat dilepaskan dari peran lingkungan luar yang membentuk ekosistem kewirausahaan secara keseluruhan. Faktor seperti ketersediaan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK), kebijakan pemerintah, kondisi ekosistem digital, serta akses terhadap layanan keuangan berbasis teknologi menjadi penentu penting dalam memperkuat atau melemahkan proses pembentukan kompetensi entrepreneur (Hamid et al., 2025).

Pada level proses transformasi, terjadi perubahan nyata dalam cara calon entrepreneur mengelola dan mengembangkan bisnis mereka. Proses ini mencakup adopsi berbagai platform digital, kegiatan pelatihan dan peningkatan kapasitas, serta restrukturisasi model bisnis agar lebih sesuai dengan tuntutan pasar digital. Pada level output dan outcome, hasil dari proses pembentukan kompetensi mulai terlihat dalam bentuk kinerja bisnis yang lebih baik, keberlanjutan usaha yang lebih kuat, serta kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal dan nasional (Ananda et al., 2021).

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian pustaka yang telah dilakukan secara sistematis dan komprehensif, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan penting yang relevan bagi pengembangan teori dan praktik kewirausahaan di era digital. Pertama, bisnis terbukti berperan sebagai landasan yang sangat efektif dalam pengembangan kompetensi entrepreneur yang komprehensif dan adaptif. Melalui pengalaman langsung dalam mengelola bisnis, seorang calon entrepreneur dapat membangun berbagai kompetensi kritis yang mencakup aspek kognitif, psikomotor, dan afektif secara bersamaan dan saling memperkuat.

Kedua, strategi pengembangan kompetensi entrepreneur melalui bisnis yang efektif harus mencakup lima pilar yang saling terintegrasi: peningkatan literasi dan kapabilitas digital bisnis, pengembangan kurikulum bisnis berbasis kompetensi, penguatan akses pembiayaan berbasis fintech, pengembangan ekosistem kewirausahaan dan kolaborasi, serta dukungan kebijakan dan regulasi yang kondusif. Kelima pilar ini tidak dapat diimplementasikan secara parsial karena keberhasilannya bersifat sinergis dan saling mempengaruhi satu sama lain.

Ketiga, pendekatan yang kontekstual dan adaptif sangat diperlukan mengingat keragaman kondisi calon entrepreneur di Indonesia. Tidak ada strategi yang bersifat one-size-fits-all. Setiap calon entrepreneur perlu melakukan asesmen kesiapan diri secara jujur dan kemudian menyusun roadmap

pengembangan kompetensi yang realistis sesuai dengan kapasitas, sumber daya, dan konteks bisnis masing-masing.

Keempat, dari perspektif Ekonomi Syariah, pengembangan kompetensi entrepreneur melalui bisnis harus diimbangi dengan penguatan nilai-nilai etika bisnis Islam yang mencakup kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Era digital sesungguhnya membuka peluang yang lebih besar untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dalam ekosistem bisnis yang lebih transparan dan inklusif. Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai studi pustaka yang bersifat konseptual. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan pengujian empiris terhadap model konseptual yang diusulkan, khususnya melalui survei lapangan terhadap pelaku bisnis dan entrepreneur di wilayah Sumatera Utara.

F. SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan dan keterbatasan dari penelitian ini, maka diajukan beberapa saran penting bagi para pemangku kepentingan dan akademisi. Bagi para calon entrepreneur, disarankan untuk melakukan asesmen mandiri secara jujur guna menyusun *roadmap* pengembangan kompetensi yang realistis dan adaptif, dengan tetap mengintegrasikan nilai-nilai etika bisnis Islam seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam ekosistem digital. Bagi lembaga pendidikan dan pengambil kebijakan, perlu adanya rekonstruksi kurikulum berbasis pengalaman serta penyusunan regulasi yang mendukung penguatan lima pilar kewirausahaan secara sinergis, terutama pada aspek literasi digital, ekosistem kolaboratif, dan akses pembiayaan berbasis *fintech*. Mengingat penelitian ini masih terbatas pada kajian pustaka yang bersifat konseptual, penelitian selanjutnya sangat disarankan untuk melakukan pengujian empiris terhadap model konseptual yang diusulkan. Pengujian tersebut sebaiknya dilakukan melalui survei lapangan atau studi kasus mendalam terhadap pelaku bisnis dan entrepreneur secara spesifik di wilayah Sumatera Utara, guna memvalidasi model sekaligus menangkap karakteristik serta dinamika kontekstual yang ada di daerah tersebut.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. N., Zahro, A. H., Sari, F. S. B., Maharanie, P., Hidayat N, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Pengembangan UMKM dalam strategi digitalisasi dan adaptasi terhadap perubahan era digital. *Jurnal Media Akademik*, 2(4).
- Ananda, D. S., Alfandi, I. D., & Yusida, E. (2021). Kajian strategi pengembangan UMKM dalam menghadapi era digital (Studi kasus UMKM keripik apel Delicious Kota Batu). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 19.

- Faturrahman, F., Subhan, E. S., & Shoalihin, S. (2025). Pengembangan UMKM berbasis transformasi digital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. *Advances in Management & Financial Reporting*, 3(3), 990–1008.
- Hamid, B. F., Hidayat, F. S., Sajidah, N. A., Hidayat, T., Pratama, A. J., Nurulhaq, M. I., Budiarto, T., Situmeang, W. H., Dewi, R. K., Mumpuni, R. P., & Wiraguna, E. (2025). Implementasi dan strategi pengembangan digital marketing pada UMKM di Desa Sinarsari, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor. *Bumi: Jurnal Hasil Kegiatan Sosialisasi Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(3), 24–35. <https://doi.org/10.61132/bumi.v3i3.809>
- Haris, A. T. E., Tahir, R., Haris, A. T. L. P., & Gunawan, M. T. (2025). Strategi pemasaran usaha mikro kecil menengah pada era digital di Kota Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 5(1), 98–108. <https://doi.org/10.31963/jba.v5i1.5479>
- Indraswanti, B. I. E., & Sunoto. (2024). Strategi pengembangan UMKM Kota Bengkulu di era ekonomi digital. *Convergence: The Journal of Economic Development*, 6(1), 50–69.
- Iskandar, A., Gazali, S., & Prihanisetyo, A. (2025). Strategi pengembangan UMKM berbasis digitalisasi: Implementasi program pelatihan dan pendampingan digital marketing untuk meningkatkan daya saing UMKM Kota Balikpapan. *Kegiatan Positif: Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 39–54. <https://doi.org/10.61132/kegiatanpositif.v3i2.1969>
- Onasih, O., Zahra, F. U., Nuraeni, N., & Dasman, S. (2024). Strategi pengembangan UMKM di era digital menggunakan pendekatan Delphi. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 5(4). <https://ejournals.com/ojs/index.php/jmi/article/view/650>
- Putra, D. P., Alfikri, N. S., Novita, Y., & Rahmat, Z. (2025). Strategi kewirausahaan dalam mengembangkan UMKM di era digital. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi, Manajemen & Bisnis (MUANOMI)*, 1(4), 193–203. <https://doi.org/10.64365/muanomi.v1i4.134>
- Putrie, R. A., Adinata, U., Rika, M., Indrianti, M. A., & Dwipurwani, O. (2026). Strategi pengembangan SDM UMKM di era digitalisasi ekonomi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(4), 22965–22975. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5911>
- Sanda, F. F., Dewi, R., & Fitriana, A. Q. Z. (2025). Tantangan dan peluang UMKM di tengah tren ekonomi digital. *Inflasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 2(2), 124–128.
- Siregar, F. A., Kristin, O. V., Lubis, N. B., Indah, A. N., Sembiring, O., & Harahap, L. M. (2026). Transformasi digital dan strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi era ekonomi digital di Indonesia. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 9(2).

Sugiyono. (2020). Metode penelitian kualitatif untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, interpretatif, interaktif, dan konstruktif. Alfabeta.

Syakirotul Hayati, Intan Wiani, Daniar Bihas Nana, Rusdi Hidayat, & Maharani Ikaningtyas. (2024). Perencanaan dan pengembangan bisnis UMKM menuju era digital melalui platform E-Peken di Kota Surabaya. MERDEKA: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(4).

Tustiati. (2025). Strategi inovasi produk dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 2(2).