

## BISNIS DIGITAL SEBAGAI LANDASAN PENGEMBANGAN KOMPETENSI WIRAUSAHA

Bunga Indah Lestari<sup>1</sup>, Widya Rohana<sup>2</sup>, Rosmelina<sup>3</sup>  
(250302089)<sup>1</sup>, (250302010)<sup>2</sup>, (250302075)<sup>3</sup>

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, Sumatera Utara  
E-Mail: [riskiaseandi@insan.ac.id](mailto:riskiaseandi@insan.ac.id)

### Abstrak

*Bisnis digital merupakan salah satu instrumen strategis dalam membentuk dan mengembangkan kompetensi wirausaha yang komprehensif, adaptif, dan relevan dengan tuntutan era ekonomi modern. Di tengah akselerasi transformasi digital yang semakin masif, individu dengan jiwa kewirausahaan dituntut tidak hanya memahami konsep bisnis secara teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikan nilai-nilai bisnis digital dalam praktik nyata yang berorientasi pada inovasi dan keberlanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran bisnis digital sebagai landasan pengembangan kompetensi wirausaha, mencakup identifikasi dimensi kompetensi yang terbentuk melalui praktik bisnis digital, tantangan yang dihadapi wirausahawan di era digital, serta strategi pengembangan kompetensi yang relevan dan dapat diimplementasikan secara sistematis. Metode yang digunakan adalah studi pustaka (library research) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil kajian menunjukkan bahwa bisnis digital secara langsung membentuk kompetensi wirausaha melalui proses pembelajaran berbasis pengalaman, adopsi teknologi, pengambilan risiko yang terkalkulasi, inovasi produk dan layanan yang berkelanjutan, serta kolaborasi lintas ekosistem digital. Implikasi penelitian ini memberikan panduan strategis bagi calon wirausahawan, lembaga pendidikan Islam, dan pemangku kepentingan dalam merancang program pengembangan kompetensi yang mampu menghasilkan wirausahawan yang tangguh, inovatif, dan berdaya saing global.*

**Kata Kunci:** *Bisnis Digital; Kompetensi Wirausaha; Kewirausahaan; Transformasi Digital; Pengembangan Usaha*

### Abstract

*Digital business is one of the strategic instruments in shaping and developing comprehensive, adaptive, and relevant entrepreneurial competencies in accordance with the demands of the modern economic era. Amid the accelerating digital transformation, individuals with*

*entrepreneurial spirit are required not only to understand business concepts theoretically but also to implement digital business values in real practice oriented toward innovation and sustainability. This study aims to analyze the role of digital business as a foundation for developing entrepreneurial competencies, encompassing the identification of competency dimensions formed through digital business practices, challenges faced by entrepreneurs in the digital era, and relevant development strategies that can be implemented systematically. The method used is library research with a descriptive qualitative approach. The implications of this research provide strategic guidance for prospective entrepreneurs, Islamic educational institutions, and stakeholders in designing competency development programs capable of producing resilient, innovative, and globally competitive entrepreneurs.*

**Keywords:** *Digital Business; Entrepreneurial Competency; Entrepreneurship; Digital Transformation; Business Development*

## **A. PENDAHULUAN**

Bisnis digital 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 wirausahawan secara komprehensif dan berkelanjutan. Dalam praktiknya, bisnis digital tidak sekadar dipahami sebagai aktivitas jual beli melalui platform daring atau pencarian keuntungan semata, melainkan sebagai sistem yang kompleks dan terintegrasi yang mencakup proses perencanaan strategis, pengorganisasian sumber daya digital, pengambilan keputusan berbasis data, pengelolaan risiko digital, hingga evaluasi keberlanjutan usaha secara menyeluruh. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat telah mengubah paradigma bisnis secara fundamental, sehingga wirausahawan masa kini tidak hanya dituntut memiliki kemampuan manajerial konvensional, tetapi juga harus menguasai ekosistem bisnis digital yang terus berevolusi.

Dalam konteks perkembangan zaman yang semakin dinamis dan penuh ketidakpastian, peran bisnis digital sebagai landasan pengembangan kompetensi wirausaha semakin mendapatkan perhatian dari berbagai kalangan akademisi, praktisi, maupun pemangku kebijakan. Hal ini didasarkan pada pemahaman mendalam bahwa seorang wirausahawan yang tangguh tidak terbentuk hanya melalui pendidikan formal di kelas, melainkan melalui pengalaman langsung dalam mengelola dan mengembangkan bisnis secara nyata di lingkungan digital, di mana proses pembelajaran berlangsung secara kontekstual, adaptif, dan berkelanjutan. Pengalaman bisnis digital menghadirkan situasi-situasi yang tidak dapat sepenuhnya disimulasikan dalam ruang kelas, mulai dari dinamika pasar yang berubah cepat, interaksi langsung dengan konsumen digital, hingga persaingan dengan pelaku usaha dari berbagai penjuru dunia yang tidak mengenal batas geografis (Amilia et al., 2024).

Kompetensi wirausaha dapat dipahami sebagai seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang memungkinkan seseorang untuk mengidentifikasi peluang bisnis, menciptakan nilai tambah, mengelola sumber daya secara efektif,

serta menghadapi ketidakpastian dalam lingkungan bisnis yang terus berubah. Dalam konteks digital, kompetensi ini mencakup aspek teknis seperti manajemen keuangan digital, pemasaran berbasis data, dan operasional platform digital, sekaligus mencakup aspek non-teknis seperti kreativitas digital, kepemimpinan virtual, komunikasi daring. yang efektif, serta kemampuan mengambil keputusan secara cepat dan tepat berdasarkan analisis data (Indraswanti & Sunoto, 2024).

Di era ekonomi digital yang ditandai dengan revolusi industri 4.0 dan akselerasi transformasi menuju industri 5.0, perubahan bisnis berlangsung sangat cepat dan membawa perubahan mendasar pada cara usaha dijalankan di berbagai sektor. Platform digital, kecerdasan buatan, big data, Internet of Things, dan berbagai inovasi teknologi lainnya telah mengubah lanskap persaingan bisnis secara fundamental. Wirausahawan yang mampu mengintegrasikan teknologi digital ke dalam model bisnisnya terbukti memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dibandingkan mereka yang masih mengandalkan pendekatan konvensional. Dalam kondisi ini, kompetensi wirausaha yang relevan tidak hanya terbatas pada kemampuan mengelola bisnis konvensional, tetapi juga mencakup kemampuan digital yang memungkinkan wirausahawan memanfaatkan teknologi sebagai instrumen pengembangan usaha yang lebih efektif, efisien, dan berdaya saing tinggi (Faturrahman et al., 2025).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengalaman langsung dalam dunia bisnis digital memberikan kontribusi yang jauh lebih signifikan terhadap pembentukan kompetensi wirausaha dibandingkan dengan pendekatan pembelajaran berbasis teori semata. Hal ini disebabkan karena dunia bisnis digital nyata menghadirkan situasi yang kompleks, tidak terstruktur, dan penuh ketidakpastian yang menuntut kemampuan berpikir kritis, kreatif, serta keterampilan pemecahan masalah yang tinggi. Proses trial and error dalam lingkungan digital, pengambilan keputusan di bawah tekanan persaingan, negosiasi dengan mitra bisnis virtual, hingga pengelolaan krisis reputasi digital merupakan bentuk pengalaman yang secara langsung melatih dan membentuk kompetensi wirausaha secara menyeluruh (Haris et al., 2025).

**Tabel 1.**

Data UMKM Digital Indonesia sebagai Konteks Pengembangan Kompetensi Wirausaha.

| Indikator                         | Persentase/Jumlah | Keterangan                                |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------------------------------|
| Kontribusi UMKM Terhadap PDB      | > 60%             | Moto utama Pertumbuhan ekonomi inklusif   |
| Penyerapan Tenaga Kerja oleh UMKM | ± 97%             | Tulang punggung Ketenagakerjaan nasional  |
| Jumlah Unit Usaha UMKM            | > 65 Juta Unit    | Tersebar di seluruh wilayah Indonesia     |
| Tingkat Digitalisasi UMKM         | ± 20–25%          | Masih sangat rendah, peluang sangat besar |
| Kontribusi Ekspor Produk Digital  | ± 14–15%          | Potensi besar yang belum teroptimalkan    |
| Penggunaan Internet Indonesia     | > 200 Juta        | Pasar digital terbesar di Asia Tenggara   |

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2026

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat dipahami bahwa konteks pengembangan kompetensi wirausaha melalui bisnis digital di Indonesia memiliki urgensi yang sangat tinggi. Dengan tingkat digitalisasi UMKM yang masih berkisar 20-25%, terdapat ruang yang sangat luas bagi pengembangan kompetensi digital wirausahawan Indonesia. Kondisi ini sekaligus menunjukkan peluang besar yang belum dimanfaatkan secara optimal, sehingga pengembangan kompetensi bisnis digital menjadi kebutuhan mendesak yang tidak dapat ditunda lagi.

Oleh karena itu, kajian mengenai peran bisnis digital sebagai landasan pengembangan kompetensi wirausaha menjadi semakin relevan dan penting untuk dilakukan. Penelitian ini merumuskan tiga pertanyaan utama: apa saja dimensi kompetensi wirausaha yang dapat dikembangkan melalui praktik bisnis digital, bagaimana bisnis digital berperan sebagai landasan yang efektif dalam pembentukan kompetensi wirausaha, serta bagaimana strategi pengembangan kompetensi wirausaha yang relevan di era transformasi digital dapat diimplementasikan secara optimal dan berkelanjutan.

## **B. KAJIAN TEORI**

### **A. Konsep Bisnis Digital dan Kompetensi Wirausaha**

Bisnis digital secara konseptual dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas terorganisir yang memanfaatkan teknologi informasi dan platform digital untuk menciptakan nilai melalui produksi, distribusi, dan pertukaran barang atau jasa. Dalam perspektif kewirausahaan, bisnis digital memiliki makna yang jauh lebih luas dari sekadar aktivitas komersial berbasis internet. Bisnis digital merupakan ekosistem inovasi yang kompleks, tempat berbagai kompetensi wirausaha diuji, diasah, dan dikembangkan melalui interaksi langsung dengan realitas pasar digital yang penuh ketidakpastian, persaingan global, serta perubahan teknologi yang sangat cepat. Menurut Putra et al. (2025), dalam konteks ini, pelaku bisnis digital tidak hanya dituntut untuk mencari keuntungan, tetapi juga untuk mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi, berinovasi secara berkelanjutan, dan mengambil keputusan strategis berbasis data yang berdampak pada keberlanjutan usaha jangka panjang.

Sementara itu, kompetensi wirausaha dapat didefinisikan sebagai kombinasi yang terintegrasi dari pengetahuan, keterampilan, kemampuan, serta atribut personal yang memungkinkan seseorang untuk secara efektif mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang bisnis digital, menciptakan nilai bagi berbagai pemangku kepentingan, serta membangun dan mengelola usaha secara berkelanjutan di lingkungan digital. Kompetensi ini bersifat multidimensional karena mencakup aspek kognitif seperti kemampuan berpikir analitis dan strategis berbasis data, aspek psikomotor seperti keterampilan teknis dalam mengoperasikan platform digital, serta aspek afektif seperti sikap inovatif, motivasi digital, dan nilai-nilai kewirausahaan yang adaptif terhadap perubahan teknologi. Ketiga aspek tersebut saling berinteraksi dan membentuk profil wirausahawan yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga memiliki kepekaan terhadap tren digital dan daya tahan mental dalam menghadapi dinamika bisnis yang semakin kompetitif (Onasih et al., 2024).

Keterkaitan antara bisnis digital dan kompetensi wirausaha membentuk hubungan yang bersifat dialektis dan saling mempengaruhi secara berkelanjutan. Di satu sisi, bisnis digital membutuhkan individu dengan kompetensi wirausaha yang memadai agar dapat berjalan secara efektif dan kompetitif di pasar global. Di sisi lain, praktik bisnis digital itu sendiri secara aktif berperan sebagai media

pembelajaran yang membentuk dan mengembangkan kompetensi wirausaha 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 wirausaha (Ananda et al., 2021).

#### **B. Dimensi Kompetensi Wirausaha Berbasis Bisnis Digital**

Dimensi kompetensi wirausaha yang terbentuk melalui praktik bisnis digital mencakup berbagai aspek yang saling berkaitan dan saling memperkuat satu sama lain. Berdasarkan hasil sintesis berbagai literatur ilmiah, terdapat tujuh dimensi utama kompetensi wirausaha yang secara konsisten terbentuk melalui pengalaman bisnis digital, yaitu:

1. **Kompetensi Digital dan Teknologi** Kemampuan memanfaatkan berbagai platform digital, aplikasi bisnis, dan teknologi terkini merupakan fondasi utama kompetensi wirausaha di era digital. Wirausahawan yang aktif menjalankan bisnis digital secara alami mengembangkan literasi teknologi yang jauh lebih mendalam dibandingkan mereka yang hanya mempelajari teori. Kompetensi ini mencakup kemampuan mengelola toko daring, mengoptimalkan mesin pencari (SEO), menganalisis data konsumen, hingga memanfaatkan kecerdasan buatan untuk efisiensi operasional bisnis (Faturrahman et al., 2025).
2. **Kemampuan Inovasi Produk dan Layanan Digital** Bisnis digital mendorong wirausahawan untuk terus berinovasi sebagai respons terhadap perubahan preferensi konsumen digital yang sangat dinamis. Tekanan persaingan di pasar digital yang sangat ketat memaksa wirausahawan untuk secara rutin mengembangkan ide-ide baru, baik dalam bentuk produk baru, layanan yang disempurnakan, maupun pengalaman pelanggan yang lebih personal dan memuaskan. Proses inovasi yang berkelanjutan ini membentuk pola pikir kreatif dan kemampuan adaptasi yang sangat tinggi (Haris et al., 2025).
3. **Kemampuan Pemasaran Digital dan Manajemen Merek** Interaksi intensif dengan konsumen melalui media sosial, platform e-commerce, dan berbagai kanal digital lainnya melatih wirausahawan dalam seni pemasaran digital yang efektif. Wirausahawan belajar membangun personal branding, menciptakan konten yang menarik dan viral, mengelola reputasi merek di ruang digital, serta mengoptimalkan anggaran pemasaran digital dengan hasil yang terukur. Kemampuan ini menjadi sangat krusial dalam ekosistem bisnis digital yang semakin kompetitif (Hamid et al., 2025).
4. **Kemampuan Manajemen Keuangan Digital** Pengelolaan keuangan bisnis digital menghadirkan tantangan dan peluang yang unik. Wirausahawan belajar memanfaatkan berbagai layanan fintech untuk manajemen kas, invoice, pembayaran digital, dan akses pembiayaan. Kemampuan membaca laporan keuangan digital, menganalisis arus kas platform, serta merencanakan investasi dalam infrastruktur digital merupakan kompetensi yang terbentuk

secara organik melalui praktik bisnis digital sehari-hari (Tustiati, 2025).

5. Kemampuan Analisis Data dan Pengambilan Keputusan Berbasis Bukti Bisnis digital menyediakan data yang sangat kaya mengenai perilaku konsumen, tren pasar, dan kinerja bisnis. Wirausahawan yang aktif dalam bisnis digital mengembangkan kemampuan membaca dan menginterpretasikan data analitik platform, mengidentifikasi tren yang relevan, serta mengambil keputusan strategis berdasarkan bukti empiris bukan sekadar intuisi. Kompetensi ini merupakan keunggulan kompetitif yang sangat berharga di era ekonomi berbasis data (Sanda et al., 2025).
6. Kemampuan Membangun Jejaring Digital (*Digital Networking*) Platform digital membuka peluang membangun jejaring yang jauh lebih luas dibandingkan bisnis konvensional. Wirausahawan yang aktif di ekosistem bisnis digital mengembangkan kemampuan membangun relasi dengan mitra bisnis, investor, konsumen, dan komunitas wirausaha dari berbagai penjuru dunia. Jejaring digital ini menjadi aset strategis yang memberikan akses informasi, kolaborasi, dan peluang pengembangan usaha yang sangat signifikan (Syakirotul Hayati et al., 2024).
7. Ketahanan Mental dan Manajemen Krisis Digital Dunia bisnis digital penuh dengan tantangan yang tidak terduga, mulai dari perubahan algoritma platform, serangan siber, krisis reputasi viral, hingga persaingan yang muncul secara tiba-tiba. Menghadapi berbagai tantangan ini membangun ketahanan mental wirausahawan yang luar biasa, kemampuan manajemen krisis yang efektif, serta daya adaptasi yang tinggi terhadap perubahan kondisi bisnis yang sangat dinamis (Putra et al., 2025).

### **C. Peluang Pengembangan Kompetensi di Era Digital**

Era ekonomi digital sesungguhnya menyimpan peluang yang sangat besar bagi pengembangan kompetensi wirausaha, khususnya bagi mereka yang memiliki kesiapan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi yang sangat cepat. Pertama, akses terhadap pengetahuan dan pembelajaran digital merupakan peluang paling nyata yang ditawarkan oleh era digital. Melalui berbagai platform edukasi online, webinar bisnis, podcast kewirausahaan, kursus daring bersertifikat, serta komunitas wirausahawan digital, seorang calon wirausahawan kini dapat mengakses pengetahuan dan pengalaman praktis dari para praktisi terbaik di seluruh dunia tanpa dibatasi oleh faktor geografis dan waktu (Putrie et al., 2026).

Kedua, platform digital membuka peluang yang sangat luas bagi wirausahawan 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. Melalui platform tersebut, wirausahawan dapat menguji ide bisnis secara langsung, membangun merek secara bertahap, melakukan promosi secara masif, serta menjangkau konsumen dalam skala yang lebih luas hanya dengan investasi awal yang relatif minimal. Kondisi ini secara signifikan menurunkan hambatan masuk ke dunia bisnis (Iskandar et al., 2025).

Ketiga, perkembangan teknologi finansial (*fintech*) membuka akses pembiayaan yang lebih inklusif bagi wirausahawan pemula. Platform peer-to-peer

lending, crowdfunding bisnis, serta berbagai produk keuangan digital memberikan alternatif pendanaan yang lebih fleksibel dan mudah diakses dibandingkan sistem perbankan konvensional. Model credit scoring berbasis data transaksi digital memungkinkan wirausahawan yang belum memiliki laporan keuangan formal tetap dapat mengakses pembiayaan yang mereka butuhkan untuk mengembangkan bisnis (Hamid et al., 2025).

**Tabel 2.**

Perbandingan Tantangan dan Peluang Pengembangan Kompetensi Wirausaha di Era Digital

| Dimensi       | Tantangan                                                | Peluang                                                   |
|---------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Pasar         | Persaingan ketat dari Platform asing yang bermodal besar | Akses pasar nasional dan global tanpa batas geografis     |
| Modal         | Biaya adopsi teknologi digital yang masih relatif tinggi | Fintech lending dan crowdfunding lebih mudah diakses      |
| SDM           | Rendahnya literasi digital wirausahawan konvensional     | Pelatihan digital murah dan fleksibel via platform online |
| Infrastruktur | Ketimpangan konektivitas internet antar daerah           | Penetrasi smartphone yang terus meningkat pesat           |
| Regulasi      | Regulasi bisnis digital Yang masih terus berkembang      | Kebijakan afirmatif pemerintah untuk UMKM digital         |
| Pemasaran     | Brand awareness yang lemah di tengah persaingan ketat    | Media social berbiaya Rendah namun berdampak luas         |
| Keamanan      | Ancaman kejahatan siber dan penipuan digital             | Teknologi keamanan digital semakin terjangkau             |

*Sumber: Diolah dari berbagai literatur, 2026*

#### **D. Model Strategi Pengembangan Kompetensi Wirausaha Berbasis Bisnis Digital**

Berbagai penelitian telah mengembangkan model strategi untuk mendukung pengembangan kompetensi wirausaha melalui bisnis digital. Model Kompetensi Wirausaha 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 berbasis pengalaman, dan kerangka regulasi yang kondusif. Keempat pilar ini harus dikembangkan secara simultan dan sinergis untuk menghasilkan dampak yang optimal terhadap kompetensi wirausaha di era digital.

Sementara itu, Sanda et al. (2025) mengusulkan model transformasi kompetensi bertahap yang memungkinkan wirausahawan mengembangkan kompetensi secara gradual sesuai dengan kapasitas dan kesiapan masing-masing. Model ini terdiri dari tiga tahap: pengembangan kompetensi dasar bisnis digital, penguatan ekosistem kewirausahaan digital, dan inovasi berbasis data dan teknologi tinggi. Pendekatan bertahap ini dinilai lebih realistis dan berkelanjutan dibandingkan pendekatan pengembangan total yang membutuhkan investasi besar secara sekaligus. Dalam konteks Indonesia, model bertahap ini sangat relevan mengingat keragaman kapasitas digital wirausahawan yang sangat beragam antar wilayah.

#### **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (*library research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode studi pustaka dipilih karena topik peran bisnis digital dalam pengembangan kompetensi wirausaha merupakan bidang kajian yang telah banyak diteliti oleh para akademisi, sehingga tersedia korpus literatur ilmiah yang kaya dan beragam untuk disintesis secara sistematis dan komprehensif. Pendekatan kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan, menginterpretasikan, dan memahami fenomena yang dikaji secara mendalam berdasarkan teori dan temuan dari berbagai sumber akademik yang kredibel. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi berbagai konsep, strategi, serta faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan kompetensi wirausaha dalam konteks bisnis digital. Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber, seperti jurnal ilmiah, buku, prosiding, artikel penelitian, dan publikasi akademik lainnya yang relevan dengan tema penelitian. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis melalui proses reduksi, klasifikasi, interpretasi, dan sintesis untuk menghasilkan pemahaman yang utuh mengenai kontribusi bisnis digital dalam meningkatkan kemampuan kewirausahaan, kreativitas, inovasi, serta daya saing pelaku usaha di era transformasi digital (Sugiyono, 2020).

#### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **HASIL**

##### **A. Kondisi Terkini Pengembangan Kompetensi Wirausaha Digital di Indonesia**

Berdasarkan sintesis dari berbagai literatur yang telah dikaji, kondisi pengembangan kompetensi wirausaha di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan namun masih menghadapi berbagai tantangan yang kompleks

dan struktural. Di satu sisi, terdapat gelombang kesadaran berwirausaha secara digital yang semakin kuat, terutama di kalangan generasi muda yang didorong oleh kemudahan akses terhadap informasi dan platform digital. Di sisi lain, kesenjangan antara wirausahawan yang telah memiliki kompetensi bisnis digital yang matang dengan yang masih dalam tahap pengembangan semakin terlihat jelas, menciptakan dualisme digital yang perlu ditangani secara sistematis dan terencana.

Pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia sejak awal tahun 2020 secara paradoks menjadi akselerator pengembangan kompetensi kewirausahaan digital yang sangat signifikan. Tekanan ekonomi yang ditimbulkan oleh pandemi mendorong banyak individu untuk mengembangkan usaha baru berbasis digital sebagai alternatif pendapatan. Kondisi lockdown dan pembatasan fisik secara masif mendorong percepatan adopsi teknologi digital oleh pelaku usaha yang sebelumnya masih enggan bertransisi dari model bisnis konvensional ke digital. Proses adaptasi yang dipaksakan oleh kondisi darurat ini justru mempercepat pembentukan kompetensi bisnis digital secara dramatis (Putra et al., 2025).

Gambaran ini menunjukkan bahwa meskipun kesadaran mengenai pentingnya kompetensi bisnis digital telah meningkat secara dramatis, kemampuan dan kesiapan calon wirausahawan dalam mengimplementasikan strategi bisnis digital yang komprehensif masih sangat beragam. Sebagian besar wirausahawan pemula yang telah 'go digital' baru sebatas membuka toko di marketplace atau memiliki akun media sosial bisnis, tanpa disertai strategi pemasaran digital yang terstruktur, pengelolaan data konsumen yang sistematis, atau integrasi sistem bisnis yang menyeluruh. Fenomena ini menunjukkan adanya gap kompetensi yang signifikan antara wirausahawan yang benar-benar telah bertransformasi secara digital dengan mereka yang baru berada di tahap awal adopsi teknologi (Iskandar et al., 2025).

## **B. Strategi Pengembangan Kompetensi Wirausaha Melalui Bisnis**

### **Digital**

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 wirausaha yang efektif melalui landasan bisnis digital.

1. Peningkatan Literasi dan Kapabilitas Digital Bisnis Strategi pertama dan paling fundamental adalah peningkatan literasi digital bisnis seluruh calon wirausahawan. 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 konsumen dan keamanan siber. Program pelatihan bisnis digital yang efektif harus dirancang secara bertahap sesuai dengan tingkat kesiapan digital masing-masing calon wirausahawan. Pelatihan dasar mencakup pengenalan platform digital dan cara berjualan online. Pelatihan lanjutan mencakup strategi pemasaran digital, analisis data konsumen, dan manajemen keuangan digital. Pelatihan tingkat mahir mencakup pengembangan model bisnis

- inovatif dan pemanfaatan kecerdasan buatan untuk bisnis (Amilia et al., 2024).
2. Pengembangan Kurikulum Bisnis Berbasis Kompetensi Digital Strategi kedua adalah pengembangan kurikulum dan program pembelajaran bisnis yang secara khusus dirancang untuk membangun kompetensi wirausaha secara holistik di era digital. Program ini harus mengintegrasikan pembelajaran teoritis dengan pengalaman bisnis digital nyata melalui berbagai pendekatan seperti project-based learning berbasis platform digital, business simulation menggunakan tools digital, mentoring oleh praktisi bisnis digital berpengalaman, dan magang virtual di perusahaan yang sedang berkembang secara digital. Kehadiran di platform marketplace utama merupakan bagian dari pembelajaran praktik yang esensial. Search Engine Optimization (SEO) dan Search Engine Marketing (SEM) juga menjadi instrumen penting yang seringkali diabaikan oleh wirausahawan pemula (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 wirausahawan pemula, mulai dari platform peer-to-peer lending, layanan invoice financing, hingga kredit berbasis data transaksi digital yang disediakan oleh platform e-commerce. Keunggulan fintech dibandingkan perbankan konvensional bagi wirausahawan 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 wirausahawan yang tidak memiliki laporan keuangan formal tetap dapat mengakses pembiayaan (Tustiati, 2025).
  4. Pengembangan Ekosistem Kewirausahaan Digital dan Kolaborasi Strategi keempat adalah pengembangan ekosistem kewirausahaan digital yang mendukung dan membangun jejaring kolaborasi yang kuat antar pemangku kepentingan. Pengembangan kompetensi wirausaha tidak dapat dilakukan secara parsial oleh satu pihak saja, melainkan membutuhkan sinergi yang erat antara calon wirausahawan, pemerintah, akademisi, lembaga keuangan digital, perusahaan teknologi, dan organisasi masyarakat sipil. Model ekosistem kewirausahaan digital yang ideal mencakup pusat inkubasi bisnis digital, program mentoring virtual oleh praktisi berpengalaman, platform agregasi wirausahawan yang memudahkan kolaborasi, serta program kemitraan strategis dengan perusahaan teknologi besar. Kolaborasi antar wirausahawan 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 Digital yang Kondusif Strategi kelima adalah advokasi dan implementasi kebijakan pemerintah yang secara proaktif mendukung pengembangan kompetensi wirausaha melalui bisnis digital. Peran pemerintah sangat krusial dalam menciptakan ekosistem yang kondusif melalui berbagai instrumen kebijakan, mulai dari pengembangan infrastruktur digital nasional, penyederhanaan regulasi perizinan usaha digital, hingga pemberian insentif fiskal bagi wirausahawan yang melakukan adopsi teknologi. Program pemerintah

seperti Wirausaha Muda Mandiri, program digitalisasi UMKM, dan berbagai inisiatif kewirausahaan digital yang diluncurkan oleh berbagai kementerian merupakan langkah positif yang perlu terus diperkuat dan disinergikan (Onasih et al., 2024).

**Tabel 3.**

Sintesis Strategi Pengembangan Kompetensi Wirausaha Melalui Bisnis Digital

| Strategi                      | Komponen Utama                                               | Indikator Keberhasilan                                    |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Peningkatan Literasi Digital  | Pelatihan, pendampingan, sertifikasi kompetensi digital      | Peningkatan indeks literasi digital wirausahawan          |
| Pengembangan kurikulum bisnis | Modul bisnis digital, Mentoring wirausaha, simulasi bisnis   | Jumlah peserta tersertifikasi kompetensi bisnis digital   |
| Pembiayaan Berbasis Fintech   | P2 Plending, invoice financing, kredit berbasis data digital | Peningkatan akses kredit wirausahawan formal              |
| Kolaborasi Ekosistem Digital  | Inkubator, akselerator digital, program mentoring virtual    | Jumlah wirausahawan yang berhasil scale-up secara digital |
| Dukungan Kebijakan            | Regulasi kondusif, Insentif pajak, infrastruktur digital     | Peningkatan persentase wirausahawan go digital            |

Sumber: Hasil sintesis literatur penelitian, 2026

### C. Perspektif Ekonomi Syariah dalam Pengembangan Kompetensi Wirausaha Digital

Dalam konteks Program Studi Ekonomi Syariah, pengembangan kompetensi wirausaha melalui bisnis digital perlu dikaji melalui lensa prinsip-prinsip ekonomi Islam yang komprehensif. Bisnis digital yang dijalankan oleh wirausahawan 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 ijtima'i*). Prinsip-prinsip ini tidak boleh dipandang sebagai hambatan dalam pengembangan bisnis digital, melainkan sebagai panduan etis yang justru dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan wirausahawan Muslim dalam ekosistem bisnis global.

Era digital sesungguhnya membuka peluang yang lebih luas bagi implementasi prinsip-prinsip ekonomi Islam melalui transparansi informasi yang lebih tinggi dan mekanisme transaksi yang lebih adil. Platform bisnis digital berbasis syariah, seperti marketplace halal, platform keuangan syariah digital, dan ekosistem investasi berbasis akad Islam, 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. Wirausahawan 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).

Dalam perspektif ekonomi syariah, pengembangan kompetensi wirausaha melalui bisnis digital juga harus memperhatikan aspek *mashlahah* (kemaslahatan) yang lebih luas, yaitu bagaimana aktivitas bisnis digital tidak hanya menguntungkan pelaku usaha secara individual, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Konsep khalifah dalam Islam menekankan tanggung jawab manusia sebagai pengelola amanah di muka bumi, yang dalam konteks bisnis digital berarti wirausahawan Muslim harus menggunakan teknologi dan kecerdasan digital untuk menciptakan nilai yang tidak hanya ekonomis tetapi juga sosial dan lingkungan. Pendekatan *triple bottom line* yang mengintegrasikan profit, people, dan planet menjadi sangat relevan dalam konteks kewirausahaan syariah digital (Ananda et al., 2021).

## PEMBAHASAN

Hasil kajian literatur yang telah dipaparkan sebelumnya memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dinamika yang terjadi dalam pengembangan kompetensi wirausaha melalui landasan bisnis digital di era ekonomi modern. Kajian tersebut tidak hanya menyoroti aspek perkembangan dan peluang yang muncul, tetapi juga menguraikan berbagai tantangan struktural maupun nonstruktural yang dihadapi oleh calon wirausahawan dalam proses pembentukan kompetensi bisnis digital mereka. Pada bagian pembahasan ini, dilakukan proses sintesis, interpretasi, dan analisis yang lebih mendalam untuk membangun pemahaman yang bersifat holistik dan integratif.

Temuan pertama yang paling menonjol dari hasil sintesis berbagai literatur adalah bahwa keberhasilan pengembangan kompetensi wirausaha melalui bisnis digital tidak dapat dipahami sebagai suatu proses yang sederhana atau hanya ditentukan oleh satu faktor tunggal. Sebaliknya, pengembangan kompetensi wirausaha merupakan sebuah fenomena yang bersifat multifaktorial, kompleks, dan saling berkaitan satu sama lain. Proses pembentukan kompetensi tidak hanya

dipengaruhi oleh pengalaman bisnis digital itu sendiri, tetapi juga ditentukan oleh interaksi yang kompleks antara faktor individu seperti motivasi, mindset, dan kesiapan digital, faktor lingkungan sosial seperti dukungan keluarga dan komunitas wirausaha, serta dukungan ekosistem digital yang membentuk kondisi berwirausaha secara keseluruhan (Putra et al., 2025).

Berbeda dengan pandangan yang masih sering menyederhanakan bahwa kompetensi wirausaha 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 digital menjadi penentu apakah pengalaman bisnis tersebut benar-benar dapat diterjemahkan menjadi kompetensi yang bermakna dan berkesinambungan atau justru hanya menghasilkan rutinitas tanpa pertumbuhan yang nyata. Pola pikir kewirausahaan digital (*digital entrepreneurial mindset*), tingkat literasi teknologi, kemampuan untuk terus belajar (*lifelong learning*), dan keterampilan adaptif terhadap perubahan teknologi menjadi fondasi penting yang menentukan keberhasilan pengembangan kompetensi wirausaha melalui bisnis digital (Sanda et al., 2025).

Literatur juga menunjukkan adanya perbedaan yang cukup signifikan antara wirausahawan yang adaptif secara digital dengan mereka yang masih mempertahankan pola pikir konvensional. Wirausahawan yang adaptif cenderung lebih responsif terhadap perkembangan teknologi, lebih berani mengambil risiko terkalkulasi dalam inovasi digital, serta lebih cepat dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam sistem bisnis mereka. Sebaliknya, wirausahawan yang kurang adaptif cenderung terjebak dalam zona nyaman dan gagal memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh transformasi digital. Kondisi ini menciptakan kesenjangan kompetensi yang semakin lebar di antara pelaku usaha, yang pada akhirnya menghasilkan disparitas kinerja bisnis yang signifikan dalam ekosistem kewirausahaan Indonesia (Indraswanti & Sunoto, 2024).

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

Model konseptual pengembangan kompetensi wirausaha berbasis bisnis digital dapat dipahami sebagai suatu sistem yang tersusun secara berlapis dan saling berhubungan, mulai dari input, proses transformasi, hingga menghasilkan dampak jangka pendek maupun jangka panjang. Pada level input internal, keberhasilan pengembangan kompetensi sangat ditentukan oleh kondisi yang melekat pada calon wirausahawan itu sendiri, meliputi literasi bisnis digital, ketersediaan modal awal, kualitas sumber daya manusia, serta mindset kewirausahaan digital yang terbuka dan inovatif. Pada level input eksternal, peran lingkungan luar yang membentuk ekosistem kewirausahaan digital secara keseluruhan menjadi sangat penting, mencakup ketersediaan infrastruktur TIK, kebijakan pemerintah yang suportif, kondisi ekosistem digital nasional, serta akses terhadap layanan keuangan berbasis teknologi (Hamid et al., 2025).

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

#### **E. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil kajian pustaka, bisnis digital terbukti menjadi landasan yang efektif dalam pengembangan kompetensi wirausaha di era modern. Melalui keterlibatan dalam bisnis digital, calon wirausahawan dapat mengembangkan berbagai kompetensi penting, seperti kemampuan digital dan teknologi, inovasi, pemasaran digital, manajemen keuangan, analisis data, jejaring digital, serta ketahanan mental. Pengembangan kompetensi tersebut perlu didukung oleh lima pilar utama, yaitu peningkatan literasi digital, kurikulum berbasis kompetensi digital, akses pembiayaan berbasis fintech, penguatan ekosistem kewirausahaan digital, serta dukungan kebijakan yang kondusif dan terintegrasi.

Selain itu, pengembangan kompetensi wirausaha harus dilakukan secara kontekstual dan disesuaikan dengan kondisi serta kapasitas masing-masing individu. Dalam perspektif Ekonomi Syariah, pengembangan bisnis digital juga perlu berlandaskan nilai-nilai kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial, dan orientasi kemaslahatan. Besarnya potensi pasar halal digital di Indonesia menjadi peluang strategis bagi wirausahawan Muslim untuk mengembangkan usaha secara profesional dan beretika. Meskipun demikian, penelitian ini masih bersifat konseptual sehingga diperlukan penelitian empiris lebih lanjut untuk menguji dan memperkuat model pengembangan kompetensi wirausaha berbasis bisnis digital yang telah diusulkan.

#### **F. 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).
- 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).