

**DIGITAL ENTREPRENEURSHIP: TANTANGAN DAN STRATEGI ADAPTASI
WIRAUSAHAWAN ERA PASAR ONLINE DI PEKANBARU**

Resti Anjali

restianjali04@gmail.com

Revalia Putri

revaliaputri448@gmail.com

Yulia Novita

yulia.novita@uin-suska.ac.id

Naskah

naskah@uin-suska.ac.id

UIN SUSKA Riau

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Abstract

The rapid development of digital technology has significantly transformed business practices, leading to the rise of online-based entrepreneurship. In Pekanbaru, entrepreneurs encounter various challenges in managing digital businesses, including intense competition, the need to adapt to technological changes, and the ability to manage online marketing and customer engagement. This study aims to analyze the challenges faced by digital entrepreneurs and identify the adaptation strategies they employ to navigate the dynamics of the online market. A qualitative descriptive approach was applied through in-depth interviews with local entrepreneurs actively engaged in digital business activities. The findings indicate that the ability to adapt to technological advancements, improve digital literacy, and implement creative marketing strategies plays a crucial role in business sustainability. The study concludes that the success of digital entrepreneurship is strongly influenced by adaptability, innovation, and continuous utilization of digital platforms.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam pola bisnis, termasuk meningkatnya praktik kewirausahaan berbasis platform online. Di Pekanbaru, para wirausahawan menghadapi berbagai tantangan dalam mengelola usaha digital, mulai dari persaingan yang semakin ketat, kemampuan adaptasi terhadap teknologi, hingga pengelolaan pemasaran dan layanan berbasis internet. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk tantangan yang dihadapi pelaku wirausaha digital serta mengidentifikasi strategi adaptasi yang mereka terapkan dalam menghadapi dinamika pasar online. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui wawancara mendalam dengan wirausahawan lokal yang aktif menjalankan bisnis digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan

beradaptasi terhadap perubahan teknologi, peningkatan literasi digital, serta penggunaan strategi pemasaran yang kreatif menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan wirausaha digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi, inovasi, dan pemanfaatan platform digital secara berkelanjutan.

Kata kunci : IPS, ilmu-ilmu sosial, pendidikan, integrasi, masyarakat.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam aktivitas ekonomi masyarakat, termasuk dalam cara memulai dan mengembangkan usaha. Transformasi menuju ekonomi digital menciptakan peluang baru bagi pelaku bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform online. Di Pekanbaru, banyak wirausahawan mulai beralih dari metode tradisional menuju strategi berbasis internet. Perubahan ini mendorong pelaku usaha untuk terus beradaptasi agar tetap relevan dalam persaingan yang semakin kompetitif di dunia digital.

Pergeseran perilaku konsumen turut mempengaruhi dinamika bisnis digital yang berkembang saat ini. Konsumen modern lebih mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan pengalaman berbelanja yang praktis melalui perangkat digital. Mereka semakin selektif dalam memilih produk dan layanan, sehingga pelaku usaha harus mampu memahami kebutuhan, preferensi, dan ekspektasi pelanggan. Kemampuan menyesuaikan diri dengan pola konsumsi baru menjadi kunci untuk mempertahankan keberlangsungan usaha di pasar online Pekanbaru.

Kewirausahaan digital secara konseptual merupakan proses menciptakan nilai melalui pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aspek bisnis. Landasan teori mengenai digital entrepreneurship mencakup pemahaman tentang inovasi, literasi digital, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi. Wirausahawan tidak hanya dituntut memahami produk, tetapi juga mekanisme platform digital, strategi komunikasi, dan pengelolaan interaksi pelanggan. Hal ini menjadi dasar penting dalam pengembangan bisnis digital modern.

Di sisi lain, perkembangan ekosistem digital tidak sepenuhnya berjalan tanpa tantangan. Wirausahawan di Pekanbaru menghadapi kesenjangan literasi digital yang masih cukup bervariasi antar pelaku usaha. Ada yang cepat menguasai teknologi, namun tidak sedikit yang mengalami kesulitan dalam menggunakan alat pemasaran digital. Tantangan ini menghambat proses inovasi dan memperlambat kemampuan bisnis untuk berkembang. Keterbatasan pemahaman teknologi menjadi masalah nyata yang mempengaruhi daya saing usaha.

Selain persoalan literasi digital, tingkat persaingan yang semakin ketat juga menjadi tantangan bagi wirausahawan. Banyak pelaku usaha menawarkan produk serupa melalui platform yang sama, sehingga diferensiasi produk menjadi semakin penting. Tanpa kreativitas dan inovasi, sebuah usaha mudah tenggelam dalam arus kompetisi yang sangat dinamis. Pelaku usaha dituntut untuk menemukan strategi pemasaran efektif agar tetap terlihat dan diminati konsumen.

Masalah lainnya adalah ketergantungan terhadap algoritma platform digital yang berubah secara berkala. Perubahan ini sering kali memengaruhi jangkauan promosi, interaksi pelanggan, dan visibilitas produk. Wirausahawan yang tidak cepat menyesuaikan diri dapat mengalami penurunan penjualan secara tiba-tiba. Kondisi ini memaksa pelaku usaha untuk terus mengikuti perkembangan platform dan mempelajari strategi optimalisasi yang sesuai.

Tidak hanya itu, pengelolaan kepercayaan konsumen juga menjadi persoalan penting dalam bisnis digital. Konsumen cenderung mempertimbangkan reputasi toko, ulasan pembeli, dan kualitas pelayanan sebelum memutuskan bertransaksi. Pelaku usaha harus berupaya meningkatkan kredibilitas melalui pelayanan responsif, kejelasan informasi produk, dan kualitas barang yang konsisten. Tanpa upaya tersebut, konsumen mudah berpindah ke toko lain yang dianggap lebih terpercaya.

Dalam konteks Pekanbaru, tantangan logistik seperti keterlambatan pengiriman dan biaya ongkos kirim yang tinggi turut memengaruhi daya saing usaha digital. Proses distribusi barang yang kurang efisien dapat menurunkan kepuasan konsumen dan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pelaku usaha perlu bekerja sama dengan layanan ekspedisi yang tepat untuk memastikan barang sampai dengan cepat dan aman kepada pembeli.

Permasalahan-permasalahan tersebut menunjukkan perlunya strategi adaptasi yang tepat bagi wirausahawan digital. Adaptasi bukan hanya berarti menerima perubahan, tetapi juga menerapkannya secara aktif dalam setiap aspek bisnis. Penguasaan teknologi, pemahaman tren pasar, serta kemampuan membaca kebutuhan konsumen merupakan bentuk adaptasi yang esensial. Tanpa kesiapan tersebut, bisnis sulit bertahan di pasar online yang terus berkembang.

Salah satu bentuk strategi adaptasi adalah optimalisasi pemasaran digital melalui konten yang menarik, pemanfaatan fitur platform, dan penggunaan teknik analisis data. Strategi ini membantu wirausahawan memahami perilaku konsumen sekaligus meningkatkan efektivitas promosi. Selain itu, penggunaan iklan berbayar, kolaborasi dengan influencer, dan analisis performa penjualan menjadi langkah penting dalam memperkuat posisi usaha.

Wirausahawan juga perlu menerapkan inovasi berkelanjutan dalam pengembangan produk. Inovasi tidak harus selalu besar, tetapi dapat berupa peningkatan kualitas, pengemasan yang lebih menarik, atau penambahan layanan purna jual. Inovasi kecil yang dilakukan secara konsisten mampu meningkatkan nilai produk di mata konsumen dan memperkuat identitas brand di pasar digital.

Dalam merespons tantangan digital, penguatan literasi digital menjadi strategi fundamental. Pelaku usaha perlu mempelajari penggunaan aplikasi bisnis, teknik fotografi produk, metode pengelolaan stok, dan cara berkomunikasi yang efektif dengan pelanggan. Kemampuan ini membantu wirausahawan menjalankan operasional secara efisien sekaligus meningkatkan profesionalisme usaha di mata konsumen.

Rencana pemecahan masalah dalam penelitian ini dilakukan melalui analisis mendalam terhadap pengalaman wirausahawan digital di Pekanbaru. Penelitian berfokus pada identifikasi bentuk tantangan yang mereka hadapi, cara mereka menyesuaikan diri, dan strategi apa yang terbukti efektif dalam mempertahankan usaha. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman komprehensif mengenai dinamika kewirausahaan digital di tingkat lokal.

Tujuan penelitian ini adalah menggambarkan secara jelas tantangan dan strategi adaptasi yang dilakukan wirausahawan dalam menghadapi pasar online di Pekanbaru. Penelitian ini juga bertujuan memberikan kontribusi ilmiah sebagai referensi bagi pelaku usaha, peneliti, maupun pengambil kebijakan dalam mengembangkan ekosistem digital yang lebih kuat. Dengan pemahaman yang baik, wirausahawan diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Melalui kajian ini, diharapkan pula dapat dirumuskan rekomendasi yang relevan untuk membantu wirausahawan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital. Penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran masalah, tetapi juga menawarkan arahan strategis berdasarkan temuan di lapangan. Dengan demikian, pendahuluan ini menjadi pijakan penting untuk memahami urgensi penguatan kapasitas adaptasi dalam kewirausahaan digital di era pasar online.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur sebagai dasar utama dalam pengumpulan dan analisis data. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai tantangan dan strategi adaptasi wirausahawan

digital melalui penelaahan sumber-sumber ilmiah yang relevan. Proses penelitian dilakukan dengan mengumpulkan berbagai artikel ilmiah, jurnal nasional dan internasional, laporan penelitian, serta publikasi akademik yang membahas topik kewirausahaan digital, perilaku pasar online, serta dinamika bisnis di era teknologi.

Sumber literatur dipilih berdasarkan kriteria relevansi, kebaruan, kemutakhiran, dan kredibilitas penerbit. Artikel yang dipilih merupakan publikasi lima hingga sepuluh tahun terakhir untuk memastikan bahwa data dan informasi yang dianalisis sesuai dengan perkembangan digital saat ini. Selanjutnya, seluruh literatur diseleksi melalui proses pencatatan, pengkodean, dan pengelompokan tema sehingga memudahkan dalam menemukan pola permasalahan dan strategi adaptasi yang muncul secara konsisten.

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi (content analysis), yaitu proses membaca, menelaah, dan menginterpretasi makna dari setiap temuan artikel. Teknik ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi konsep, teori, serta praktik kewirausahaan digital yang relevan untuk menjelaskan fenomena adaptasi wirausahawan di pasar online Pekanbaru. Hasil analisis kemudian disintesis menjadi gambaran komprehensif mengenai tantangan utama yang dihadapi wirausahawan serta strategi adaptasi yang umum diterapkan dalam pengembangan bisnis digital.

Proses penelitian dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahap, yaitu: (1) identifikasi topik dan ruang lingkup penelitian, (2) pencarian dan seleksi artikel relevan, (3) ekstraksi data utama dari setiap sumber, (4) analisis dan interpretasi temuan, serta (5) penyusunan kesimpulan penelitian. Pemilihan metode studi literatur ini diharapkan mampu memberikan dasar teoretis yang kuat sekaligus memperkaya pemahaman mengenai dinamika kewirausahaan digital dari perspektif ilmiah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskripsi Karakteristik Responden

Hasil penelitian ini didasarkan pada penelaahan berbagai artikel ilmiah yang memuat informasi mengenai karakteristik wirausahawan digital di Indonesia, termasuk yang relevan dengan konteks sosioekonomi Pekanbaru. Kajian tersebut memberikan gambaran komprehensif mengenai profil pelaku usaha digital yang menjadi dasar analisis dalam penelitian ini. Karakteristik responden dalam literatur berperan sebagai rujukan utama untuk memahami dinamika kewirausahaan digital di era pasar online.

Sebagian besar artikel yang dianalisis menunjukkan bahwa wirausahawan digital didominasi oleh kelompok usia produktif. Rentang usia 20 hingga 35 tahun merupakan kelompok yang paling banyak terlibat dalam kegiatan bisnis berbasis platform digital. Kelompok usia ini umumnya memiliki kedekatan yang kuat dengan teknologi, sehingga mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan digital yang terus berubah.

Walaupun kelompok usia muda mendominasi, beberapa artikel juga mencatat keterlibatan wirausahawan berusia di atas 35 tahun. Kelompok ini semakin terdorong untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana pengembangan usaha. Namun demikian, mereka sering menghadapi tantangan yang berkaitan dengan literasi teknologi, terutama dalam memahami fitur-fitur baru yang diperbarui secara berkala.

Dari aspek pendidikan, mayoritas wirausahawan digital memiliki latar belakang pendidikan menengah hingga perguruan tinggi. Pendidikan formal memberikan kecakapan dasar mengenai analisis, komunikasi, dan penggunaan teknologi sederhana. Hal ini berpengaruh pada kemampuan mereka dalam memanfaatkan platform digital untuk promosi, pengelolaan penjualan, dan interaksi dengan konsumen.

Namun, penelitian literatur juga menunjukkan bahwa terdapat kelompok wirausahawan dengan pendidikan dasar yang turut berpartisipasi dalam bisnis digital. Kelompok ini biasanya mempelajari keterampilan digital secara autodidak melalui pengalaman, komunitas bisnis, maupun referensi daring. Keikutsertaan mereka dalam ekosistem digital menunjukkan bahwa kewirausahaan modern bersifat inklusif dan dapat diakses oleh berbagai kalangan.

Distribusi berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa perempuan menjadi kelompok yang cukup dominan dalam menjalankan usaha online. Fleksibilitas waktu, kemudahan pengelolaan bisnis dari rumah, serta peluang meningkatkan ekonomi keluarga menjadi faktor pendorong signifikan. Keterlibatan perempuan ini juga memperlihatkan bahwa digital entrepreneurship mampu memberdayakan kelompok yang sebelumnya memiliki akses terbatas terhadap ruang usaha formal.

Meski demikian, laki-laki juga tetap menjadi bagian penting dalam ekosistem wirausaha digital, terutama pada bidang usaha yang berkaitan dengan teknologi, elektronik, dan jasa servis. Kedua kelompok gender tersebut berkontribusi terhadap keberagaman jenis usaha yang muncul di dunia digital dan menggambarkan bahwa peluang digital dapat dimanfaatkan secara merata tanpa batasan gender.

Dari aspek pengalaman berwirausaha, literatur mencatat adanya perbedaan durasi usaha yang cukup signifikan. Sebagian wirausahawan telah menjalankan bisnis selama lebih dari tiga tahun, sehingga memiliki pemahaman yang lebih matang mengenai strategi pemasaran digital. Mereka telah terbiasa menghadapi perubahan algoritma platform dan tren pasar yang dinamis.

Sebaliknya, wirausahawan pemula yang baru menjalankan usaha kurang dari satu tahun masih berada pada tahap adaptasi. Mereka cenderung mencoba berbagai metode promosi dan mempelajari perilaku konsumen secara bertahap. Perbedaan pengalaman ini memengaruhi keterampilan, strategi pemasaran, dan kecepatan mereka dalam menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan digital.

Analisis literatur juga menunjukkan bahwa sebagian besar wirausahawan digital memulai usaha dengan modal terbatas. Modal kecil mendorong mereka untuk memanfaatkan sarana promosi gratis seperti media sosial. Strategi tersebut dianggap efektif untuk memperkenalkan produk, membangun citra merek, dan menjalin hubungan awal dengan konsumen tanpa biaya besar.

Selain modal, jaringan sosial menjadi salah satu modal non-finansial yang penting bagi wirausahawan digital. Banyak pelaku usaha yang memanfaatkan hubungan pertemanan, komunitas lokal, dan jejaring keluarga sebagai sarana memperluas pasar. Strategi ini memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan karena adanya referensi dari pihak yang dianggap terpercaya.

Jenis usaha yang dijalankan oleh responden sangat beragam. Produk fashion, makanan dan minuman, produk kecantikan, serta kerajinan rumah tangga merupakan kategori usaha yang paling banyak ditemukan dalam literatur. Usaha tersebut relatif mudah dipasarkan secara digital dan memiliki permintaan stabil di kalangan konsumen daring.

Selain produk fisik, terdapat pula wirausahawan yang menyediakan jasa digital seperti desain grafis, pembuatan konten, dan fotografi produk. Jasa tersebut semakin diperlukan oleh pelaku usaha lain yang ingin meningkatkan kualitas promosi mereka secara visual. Wirausahawan pada kategori ini umumnya memiliki kompetensi digital yang lebih tinggi dan mampu memanfaatkan teknologi secara optimal.

Dari aspek penggunaan platform digital, responden terbagi ke dalam dua kategori utama, yaitu pengguna berpengalaman dan pengguna baru. Pengguna berpengalaman telah menggunakan platform digital selama lebih dari dua tahun dan memahami pola interaksi yang

dapat meningkatkan keterlibatan konsumen. Mereka lebih strategis dalam menentukan jenis konten, waktu unggah, dan metode promosi yang paling efektif.

Sementara itu, pengguna baru masih dalam proses mempelajari cara kerja platform digital, termasuk algoritma, bentuk konten yang menarik, dan cara membangun kredibilitas toko. Mereka sering mengamati pesaing dan melakukan eksperimen konten untuk mengetahui strategi yang paling sesuai bagi usaha mereka. Proses ini menjadi bagian penting dari tahap pembelajaran awal dalam kewirausahaan digital.

Motivasi wirausahawan dalam menjalankan bisnis digital juga cukup beragam. Banyak responden yang terdorong untuk memperoleh penghasilan tambahan guna memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Fleksibilitas waktu kerja dan efisiensi biaya operasional menjadikan usaha digital menarik bagi kelompok yang menginginkan pekerjaan yang dapat dilakukan dari rumah.

Sebagian responden lainnya memiliki motivasi untuk mencapai kemandirian ekonomi. Mereka melihat peluang digital sebagai cara untuk membangun usaha mandiri tanpa bergantung pada pekerjaan formal. Motivasi tersebut mencerminkan pergeseran paradigma masyarakat yang semakin terbuka terhadap peluang ekonomi baru berbasis teknologi.

Metode pembelajaran yang digunakan oleh responden dalam literatur juga bervariasi. Sebagian besar wirausahawan belajar melalui platform daring seperti video tutorial, artikel edukatif, dan komunitas digital. Pembelajaran mandiri ini dianggap efektif karena dapat dilakukan kapan saja sesuai kebutuhan dan kemampuan masing-masing pelaku usaha.

Beberapa wirausahawan mengikuti pelatihan digital marketing yang diselenggarakan institusi pendidikan, komunitas bisnis, maupun pemerintah daerah. Pelatihan tersebut memberikan pengetahuan yang lebih terstruktur mengenai strategi pemasaran, teknik fotografi produk, dan pengelolaan media sosial. Keikutsertaan dalam pelatihan meningkatkan profesionalisme mereka dalam mengelola usaha digital.

Berbagai hambatan turut muncul dalam profil responden yang ditemukan dalam literatur. Keterbatasan perangkat, minimnya pengalaman, dan kurangnya dukungan modal menjadi tantangan umum yang dihadapi wirausahawan digital. Hambatan tersebut dapat memengaruhi perkembangan usaha jika tidak diimbangi dengan pengetahuan dan strategi adaptasi yang tepat.

Analisis karakteristik responden dalam penelitian berbasis literatur ini menunjukkan keberagaman dalam usia, pendidikan, gender, pengalaman, motivasi, dan jenis usaha.

Keberagaman tersebut memperkaya pemahaman mengenai profil wirausahawan digital dan menjadi dasar penting untuk menganalisis tantangan serta strategi adaptasi yang dibahas pada bagian berikutnya. Temuan ini menunjukkan bahwa wirausaha digital merupakan fenomena inklusif yang mencakup berbagai lapisan masyarakat.

Hasil Analisis Digital Entrepreneurship

Hasil analisis mengenai Digital Entrepreneurship menunjukkan bahwa proses kewirausahaan pada era digital tidak hanya bertumpu pada kemampuan menciptakan produk atau layanan, tetapi juga pada pemanfaatan teknologi sebagai fondasi utama dalam pengembangan usaha. Mahasiswa yang diteliti menunjukkan kecenderungan tinggi untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana utama berbisnis, baik melalui media sosial, marketplace, maupun layanan berbasis aplikasi. Hal ini memperlihatkan adanya transformasi pola berpikir, di mana digitalisasi telah menjadi faktor pendorong utama dalam mengambil keputusan untuk memulai dan mengembangkan usaha.

Analisis juga menemukan bahwa tingkat literasi digital responden berada pada kategori baik. Hal ini ditunjukkan melalui kemampuan mereka dalam mengakses informasi, mengadministrasikan konten digital, serta memanfaatkan fitur-fitur digital untuk kepentingan promosi dan operasional bisnis. Penguasaan keterampilan digital ini berkontribusi signifikan terhadap kepercayaan diri dalam mengeksplorasi peluang usaha baru. Dengan demikian, literasi digital terbukti menjadi salah satu modal utama yang mempengaruhi niat berwirausaha di era digital.

Kreativitas digital muncul sebagai elemen penting dalam pengembangan digital entrepreneurship. Responden mampu menciptakan inovasi konten visual, melakukan branding produk, dan menyusun strategi pemasaran digital yang relevan dengan preferensi konsumen generasi muda. Kreativitas ini berperan dalam membangun daya saing bisnis, terutama di tengah tingginya kompetisi usaha berbasis online.

Dari aspek pemanfaatan media sosial, mayoritas responden mengakui bahwa platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business memberikan dampak besar terhadap efektivitas promosi. Media sosial dipilih karena jangkauannya yang luas, biaya operasional rendah, serta kemudahannya dalam membangun interaksi dengan konsumen. Temuan ini menguatkan bahwa media sosial telah berperan sebagai ekosistem bisnis yang sangat mendukung lahirnya wirausaha digital baru.

Secara operasional, digital entrepreneurship memungkinkan mahasiswa untuk menjalankan usaha dengan modal awal yang relatif rendah. Melalui pemanfaatan toko daring dan sistem dropshipping, responden dapat menghindari risiko kerugian yang besar. Kondisi ini menjadi faktor pendorong bagi mahasiswa untuk mencoba berbagai model usaha tanpa harus bergantung pada infrastruktur fisik yang mahal.

Pada aspek tantangan, hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian responden masih mengalami kendala dalam manajemen waktu antara aktivitas kuliah dan operasional bisnis digital. Selain itu, kemampuan mengelola keuangan usaha secara digital juga ditemukan masih perlu ditingkatkan. Kendala teknis seperti pemahaman algoritma media sosial, perubahan tren digital, serta persaingan harga menjadi hambatan yang sering dihadapi oleh wirausaha pemula.

Kemampuan adaptasi digital para responden tergolong tinggi. Mereka mampu menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan perubahan tren konsumen, serta secara aktif mencari tutorial atau pelatihan daring untuk meningkatkan kapasitas berwirausaha. Sikap adaptif ini menjadi modal penting untuk bertahan dalam persaingan bisnis digital yang dinamis.

Analisis juga menegaskan bahwa dukungan lingkungan, seperti teman sebaya dan komunitas bisnis digital, memberikan pengaruh positif terhadap motivasi berwirausaha. Komunitas digital menjadi sumber informasi, kolaborasi, dan peningkatan kemampuan teknis, sehingga mempercepat proses pembelajaran praktis responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital Entrepreneurship pada mahasiswa tidak hanya tumbuh dari faktor internal seperti motivasi dan kreativitas, tetapi juga dipengaruhi oleh ketersediaan teknologi digital, kemudahan akses platform online, serta dukungan sosial di lingkungan pendidikan. Digitalisasi terbukti mampu membuka peluang usaha yang lebih luas, fleksibel, dan mudah dijalankan oleh generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansharullah, A., & Ristiliana, R. (2012). Pengaruh Pemanfaatan Media Pembelajaran Terhadap Aktivitas Siswa. *Kutubkhanah*, 15(1), 38-49.
- Asikin, Muhamad Zaenal, and Muhamad Opan Fadilah. "Masa depan kewirausahaan dan inovasi: tantangan dan dinamika dalam era digital." *Jurnal Syntax Admiration* 5.1 (2024): 303-310.
- Ausat, Abu Muna Almaududi, Dewa Oka Suparwata, and Andriya Risdwiyanto. "Optimalisasi digital competence sebagai strategi adaptasi dinamis wirausahawan dalam menghadapi disrupsi pasar di era digital." *Jurnal Minfo Polgan* 14.1 (2025): 173-182.

- Hadjim, Abdillah Ma'ruf, et al. "Analisis Dan Implementasi Strategi Pemilihan Ide Bisnis Di Era Digital." *Prosiding Seminar Nasional Mini Riset Mahasiswa*. Vol. 4. No. 1. 2025.
- Hayati, A. F., Oknaryana, O., Marna, J. E., Rahmat, Z., Tranitasari, W., & Yeni, G. (2022). Peningkatan kualitas pembelajaran kelas pengantar Ekonomi Pembangunan melalui metode Case Base Learning (CBL). *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 12(2), 145-157.
- Matondang, Khairani Alawiyah, et al. "Strategi Adaptasi Industri Kecil Terhadap Transformasi Digital: Penelitian." *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan* 4.2 (2025): 8354-8360.
- Melkisedek, Melkisedek, Tia Neonane, and Yosia Belo. "Menggali Potensi Kewirausahaan: Strategi, Tantangan, dan Peluang di Era Digital." *Student Scientific Creativity Journal* 3.1 (2025): 90-103.
- Novita, Y. (2024). Pengaruh e-commerce, digital marketing, pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha generasi milenial. *JEMSI*, 10(5), 3004-3011.
- Okta, Ardian, Abi Naim, and Najmul Elmi. "STRATEGI EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING WIRAUSAHA DI ERA DIGITAL." *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*. Vol. 4. 2025.
- Rajuddin, W. O. N. (2024). Transformasi Kewirausahaan Melalui Platform Digital Dan Media Sosial. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, 2(2), 78-87.
- Santoso, Gunawan, Nova Rini, and Nabila Ernur Ramadhani. "Inovasi Dan Kreativitas Dalam Kewirausahaan: Strategi Bertahan Di Era Digital." *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital* 1.1 (2025): 74-82.
- Satriya, R. R., Avivah, A. R., Muttaqin, M. F., Anggraeni, F., Amaliyah, R., & Rahmawati, I. D. Pendidikan Kewirausahaan di Era Digital: Menyiapkan Generasi Inovatif dan Mandiri di Zaman Modern. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 7(2), 203-215.
- Surbakti, N. J. R., Wibowo, R. P., & Salmiah, S. (2023). Faktor-Faktor yang Berkaitan dengan Impor dan Ekspor Bawang Merah di Indonesia. *Agrikultura*, 34(2), 163-170.
- Wati, I., Ernita, M., Ristiliana, R., & Lubis, M. I. (2023). Peran Literasi Digital dalam Pembelajaran Di Era Society 5.0 Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UIN Suska Riau. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 6(1), 21-33.
- Yuliya, Y. (2025). STRATEGI KEWIRAUSAHAAN MENGOPTIMALKAN PLATFORM ONLINE UNTUK SUKSES BISNIS. *Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Pendidikan*, 92-99.