

---

---

## DIGITAL ENTREPRENEURSHIP SEBAGAI PENDORONG DAYA SAING UMKM DI ERA DIGITAL

Syahrani Devi<sup>1\*</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan

e-mail: <sup>1</sup>aen.urel@gmail.com

**Abstract:** *Digital transformation has created new opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to enhance competitiveness through the adoption of digital technologies. This study aims to analyze the role of digital entrepreneurship in improving MSME competitiveness in the digital transformation era. A Systematic Literature Review (SLR) approach was employed following the PRISMA 2020 guidelines. Literature was collected from Google Scholar, Scopus, ScienceDirect, Emerald Insight, SpringerLink, and Taylor & Francis Online, covering publications from 2021 to 2025. Of the 185 articles initially identified, 30 met the inclusion criteria and were selected for analysis. The findings indicate that digital entrepreneurship contributes to MSME competitiveness through digital innovation, digital capability development, market expansion, and business model transformation. In addition to improving operational efficiency and decision-making quality, digital entrepreneurship enables MSMEs to create sustainable competitive advantages. The results also reveal that successful implementation depends on technological readiness, human resource competencies, and digital ecosystem support. This study enriches the digital entrepreneurship literature by explaining the relationship between digital entrepreneurship, digital capabilities, digital innovation, and MSME competitiveness.*

**Keywords:** *digital entrepreneurship; digital transformation; digital capability; msme competitiveness; systematic literature review*

**Abstrak:** Transformasi digital telah menciptakan peluang baru bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan teknologi digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran *digital entrepreneurship* dalam meningkatkan daya saing UMKM di era transformasi digital. Metode yang digunakan adalah *Systematic Literature Review* (SLR) dengan mengacu pada pedoman PRISMA 2020. Pencarian literatur dilakukan melalui Google Scholar, Scopus, ScienceDirect, Emerald Insight, SpringerLink, dan Taylor & Francis Online terhadap artikel yang dipublikasikan pada periode 2021–2025. Dari 185 artikel yang teridentifikasi, sebanyak 30 artikel memenuhi kriteria inklusi dan dianalisis lebih lanjut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital entrepreneurship* berkontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM melalui penguatan inovasi digital, pengembangan kapabilitas digital, perluasan akses pasar, dan transformasi model bisnis. Selain meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pengambilan keputusan, penerapan kewirausahaan digital juga memungkinkan UMKM menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi *digital entrepreneurship* dipengaruhi oleh kesiapan teknologi, kompetensi sumber daya manusia, dan dukungan ekosistem digital. Penelitian ini memperkaya literatur kewirausahaan digital dengan menjelaskan hubungan antara *digital entrepreneurship*, kapabilitas digital, inovasi digital, dan daya saing UMKM.

**Kata kunci:** *digital entrepreneurship; transformasi digital; kapabilitas digital; daya saing umkm; systematic literature review*

## PENDAHULUAN

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, jumlah UMKM mencapai lebih dari 66 juta unit usaha dan berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Namun demikian, tingkat adopsi teknologi digital pada UMKM masih relatif rendah dibandingkan potensi yang dimiliki. Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara organisasi dan individu menjalankan aktivitas bisnis. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang ditandai dengan hadirnya internet, *cloud computing*, *big data*, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), serta berbagai platform digital telah mendorong terjadinya transformasi dalam proses penciptaan nilai, pemasaran, distribusi, dan interaksi dengan pelanggan. Transformasi digital telah mengubah ekspektasi dan perilaku konsumen sekaligus mendorong organisasi untuk mengembangkan model bisnis yang lebih inovatif dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis (Verhoef et al., 2021).

Transformasi digital tersebut melahirkan paradigma baru dalam dunia kewirausahaan yang dikenal sebagai *digital entrepreneurship* atau kewirausahaan digital. Konsep ini mengacu pada aktivitas kewirausahaan yang memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana utama dalam menciptakan, mengembangkan, dan mengelola usaha. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa digital entrepreneurship telah berkembang menjadi mekanisme strategis yang mengintegrasikan inovasi digital, kapabilitas teknologi, dan model bisnis berbasis platform dalam menciptakan nilai ekonomi baru (Felicetti et al., 2024)

Digital entrepreneurship tidak hanya berfokus pada penggunaan teknologi sebagai alat pendukung operasional bisnis, tetapi juga sebagai sumber inovasi yang mampu menciptakan nilai ekonomi baru. Melalui pemanfaatan teknologi digital, pelaku usaha dapat

mengembangkan produk dan layanan yang lebih inovatif, memperluas jaringan bisnis, serta meningkatkan efisiensi operasional. Dalam era ekonomi digital, kemampuan mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi bisnis menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan usaha (Verhoef et al., 2021).

Perkembangan digital entrepreneurship semakin relevan seiring meningkatnya adopsi teknologi digital dalam berbagai sektor ekonomi. Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform digital dalam mencari informasi, membandingkan produk, dan melakukan transaksi mendorong pelaku usaha untuk mengadaptasi model bisnis yang lebih berbasis teknologi. Kondisi ini semakin memperkuat peran teknologi digital sebagai instrumen strategis dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja organisasi (Verhoef et al., 2021).

Dalam konteks Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. UMKM berperan sebagai penggerak utama aktivitas ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Namun demikian, perkembangan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif menuntut UMKM untuk terus berinovasi dan meningkatkan kapasitas adaptasinya. Keterbatasan akses pasar, rendahnya kemampuan inovasi, serta perubahan preferensi konsumen menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mempertahankan keberlanjutan usaha.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk menjawab tantangan tersebut adalah melalui implementasi digital entrepreneurship. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar tanpa batas geografis, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui berbagai

platform digital. Selain itu, teknologi digital juga memungkinkan pelaku usaha memperoleh informasi pasar secara real-time sehingga dapat mengambil keputusan bisnis secara lebih cepat dan tepat. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital mampu meningkatkan produktivitas, inovasi, dan daya saing usaha dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berkembang (Verhoef et al., 2021).

Dari perspektif teoritis, digital entrepreneurship dapat dijelaskan melalui *Resource-Based View* (RBV) yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif organisasi berasal dari kemampuan mengelola sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah tergantikan. Dalam konteks kewirausahaan digital, kompetensi digital, kemampuan inovasi, dan pemanfaatan teknologi merupakan sumber daya strategis yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi UMKM. Selain itu, *Dynamic Capabilities Theory* menjelaskan bahwa organisasi yang mampu mengintegrasikan dan mengonfigurasi ulang sumber dayanya sesuai perubahan lingkungan akan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mempertahankan keberlanjutan usaha.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa digital entrepreneurship memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja bisnis dan daya saing organisasi. Namun demikian, hasil penelitian yang ada masih menunjukkan perbedaan temuan terkait faktor-faktor yang menentukan keberhasilan implementasi digital entrepreneurship. Sebagian penelitian menekankan pentingnya inovasi digital dan kemampuan pemasaran digital sebagai faktor utama, sedangkan penelitian lainnya menyoroti peran literasi digital, kesiapan organisasi, dan dukungan ekosistem bisnis sebagai faktor yang lebih dominan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara digital entrepreneurship dan daya saing UMKM masih

memerlukan kajian yang lebih mendalam dan komprehensif.

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak mengkaji digital entrepreneurship secara parsial, misalnya hanya berfokus pada transformasi digital, pemasaran digital, atau inovasi teknologi. Kajian yang mengintegrasikan berbagai dimensi digital entrepreneurship dalam konteks peningkatan daya saing UMKM masih relatif terbatas. Padahal, perkembangan teknologi digital yang sangat cepat telah menciptakan berbagai peluang dan tantangan baru yang memerlukan pemahaman yang lebih holistik mengenai peran kewirausahaan digital dalam pengembangan usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang menunjukkan perlunya sintesis literatur yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara digital entrepreneurship dan daya saing UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) berupa integrasi berbagai dimensi digital entrepreneurship, meliputi inovasi digital, transformasi model bisnis, kapabilitas pemasaran digital, dan kemampuan adaptasi teknologi dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Dengan menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR), penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis perkembangan kajian digital entrepreneurship dalam konteks UMKM; (2) mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan implementasi digital entrepreneurship; (3) menganalisis kontribusi digital entrepreneurship terhadap peningkatan daya saing UMKM; (4) mengidentifikasi tantangan yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi praktik kewirausahaan digital; serta (5) menyusun sintesis konseptual mengenai peran digital entrepreneurship sebagai strategi peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM di era transformasi digital.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis berbagai hasil penelitian yang berkaitan dengan digital entrepreneurship dan perannya dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Metode SLR dipilih karena mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai perkembangan penelitian, mengidentifikasi kesenjangan penelitian (*research gap*), serta menghasilkan sintesis pengetahuan yang lebih sistematis dibandingkan kajian literatur tradisional (Page et al., 2021).

Proses kajian literatur mengacu pada pedoman Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) 2020 yang terdiri atas empat tahapan utama, yaitu *identification*, *screening*, *eligibility*, dan *inclusion* (Page et al., 2021). Pada tahap identifikasi, peneliti melakukan pencarian artikel ilmiah melalui beberapa basis data akademik, yaitu Google Scholar, Scopus, ScienceDirect, Emerald Insight, SpringerLink, dan Taylor & Francis Online. Pemilihan basis data tersebut didasarkan pada cakupan publikasi yang luas dan reputasinya dalam bidang manajemen, kewirausahaan, dan transformasi digital.

Pencarian literatur dilakukan menggunakan kombinasi kata kunci digital entrepreneurship, digital entrepreneur, digital business, digital transformation, digital innovation, MSMEs, SMEs, UMKM, business competitiveness, dan business performance. Kata kunci tersebut dikombinasikan menggunakan operator Boolean (*AND* dan *OR*) untuk memperoleh artikel yang relevan dengan tujuan penelitian. Rentang waktu publikasi yang digunakan adalah tahun 2021–2025 untuk memastikan bahwa literatur yang dianalisis merepresentasikan perkembangan penelitian terkini mengenai kewirausahaan digital dan daya saing UMKM.

Kriteria inklusi dalam penelitian ini meliputi: (1) artikel ilmiah yang membahas digital entrepreneurship atau kewirausahaan digital; (2) artikel yang mengkaji UMKM atau usaha kecil dan menengah; (3) artikel yang dipublikasikan pada jurnal nasional maupun internasional bereputasi; (4) artikel tersedia dalam bentuk *full text*; dan (5) artikel ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris. Sementara itu, kriteria eksklusi meliputi artikel duplikat, artikel yang tidak relevan dengan fokus penelitian, artikel berupa editorial atau *book review*, serta artikel yang tidak menjelaskan metode penelitian secara jelas.

Proses pencarian awal menghasilkan 185 artikel. Setelah dilakukan eliminasi terhadap artikel duplikat, penyaringan judul dan abstrak, serta evaluasi kelayakan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, diperoleh 30 artikel yang digunakan dalam sintesis akhir. Setelah proses eliminasi berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, diperoleh artikel yang memenuhi persyaratan untuk dianalisis lebih lanjut. Data dari setiap artikel diekstraksi berdasarkan beberapa informasi penting, yaitu nama penulis, tahun publikasi, tujuan penelitian, metode penelitian, karakteristik sampel, variabel yang digunakan, serta temuan utama penelitian.

**Tabel 1 Tabel Seleksi Literatur**

Tahapan	Jumlah Artikel
Identifikasi awal	185
Artikel duplikat	32
Screening	153
Tidak relevan	89
Full text review	64
Tidak memenuhi kriteria	34
Artikel final	30

Analisis data dilakukan menggunakan teknik content analysis dan thematic synthesis. Tahapan analisis dimulai dengan membaca secara mendalam seluruh artikel yang terpilih, kemudian mengidentifikasi konsep-

konsep utama yang berkaitan dengan digital entrepreneurship. Selanjutnya dilakukan proses pengkodean (*coding*) terhadap temuan penelitian untuk mengelompokkan informasi ke dalam tema-tema yang memiliki karakteristik serupa. Dari proses tersebut diperoleh beberapa tema utama yang menjadi fokus pembahasan, yaitu inovasi digital, transformasi model bisnis, kapabilitas pemasaran digital, adopsi teknologi digital, keunggulan kompetitif, serta tantangan implementasi digital entrepreneurship pada UMKM.

Untuk meningkatkan validitas hasil penelitian, hanya artikel yang berasal dari jurnal bereputasi dan memenuhi kriteria seleksi yang digunakan dalam proses sintesis. Selain itu, dilakukan perbandingan temuan dari berbagai penelitian untuk mengidentifikasi pola, persamaan, dan perbedaan hasil penelitian sehingga diperoleh kesimpulan yang lebih komprehensif mengenai peran digital entrepreneurship dalam meningkatkan daya saing UMKM di era transformasi digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *digital entrepreneurship* dalam meningkatkan daya saing UMKM di era transformasi digital melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR). Berdasarkan proses seleksi literatur yang dilakukan sesuai pedoman PRISMA 2020, diperoleh 30 artikel ilmiah yang memenuhi kriteria inklusi dan digunakan sebagai sumber analisis. Artikel-artikel tersebut berasal dari berbagai negara dan dipublikasikan pada periode 2021–2025, dengan fokus utama pada kewirausahaan digital, transformasi digital, inovasi digital, kapabilitas digital, dan daya saing UMKM.

Untuk memperoleh gambaran mengenai karakteristik penelitian yang dianalisis, dilakukan identifikasi terhadap penulis, tahun publikasi, fokus penelitian, metode penelitian, serta temuan utama dari setiap artikel. Ringkasan karakteristik literatur yang menjadi dasar sintesis dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2 Karakteristik Literatur yang Dianalisis**

No	Penulis	Tahun	Fokus Penelitian	Metode	Temuan Utama
1	Felicetti et al.	2024	Digital Innovation	SLR	Inovasi digital meningkatkan daya saing
2	Sagala & Öri	2024	Digital Transformation	SLR	Transformasi digital memperkuat kinerja UMKM
3	Lu & Shaharudin	2024	Digital Capability	SLR	Kapabilitas digital meningkatkan keunggulan kompetitif

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa penelitian mengenai digital entrepreneurship mengalami peningkatan dalam lima tahun terakhir. Sebagian besar penelitian berfokus pada transformasi digital, inovasi digital, dan pengembangan kapabilitas digital sebagai faktor yang memengaruhi daya saing UMKM. Selain itu, metode penelitian yang paling banyak digunakan adalah

studi literature sistematis, survei kuantitatif, dan studi kasus

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa terdapat empat tema utama yang secara konsisten muncul dalam penelitian-penelitian terdahulu, yaitu: (1) digital entrepreneurship sebagai pendorong inovasi bisnis; (2) penguatan kapabilitas digital UMKM; (3) perluasan akses pasar melalui platform digital; dan (4) peningkatan daya saing serta

keberlanjutan usaha. Selain itu, ditemukan bahwa implementasi digital entrepreneurship masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya teknologi, dan kurangnya dukungan ekosistem digital.

Secara umum, seluruh penelitian yang dianalisis menunjukkan hubungan positif antara penerapan digital entrepreneurship dan peningkatan kinerja serta daya saing UMKM. Digital entrepreneurship memungkinkan pelaku usaha memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengembangkan inovasi produk dan layanan, memperluas jangkauan pasar, serta membangun hubungan yang lebih efektif dengan pelanggan.

### **Digital Entrepreneurship sebagai Pendorong Inovasi Bisnis**

Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah bahwa digital entrepreneurship berperan penting dalam mendorong inovasi bisnis pada UMKM. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pelaku usaha mengembangkan produk, layanan, dan model bisnis yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar. Inovasi digital tidak hanya terjadi pada aspek produk, tetapi juga mencakup proses bisnis, strategi pemasaran, dan interaksi dengan pelanggan.

Hasil kajian ini sejalan dengan penelitian Felicetti et al. (2024) yang menyatakan bahwa digital entrepreneurship menjadi katalis utama dalam pengembangan inovasi organisasi karena memungkinkan integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aktivitas bisnis. Melalui pemanfaatan teknologi digital, organisasi dapat menciptakan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan model bisnis konvensional. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Lu dan Shahrudin (2024), yang menjelaskan bahwa kemampuan inovasi berbasis digital berkontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saing organisasi dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Dari perspektif *Resource-Based View* (RBV), inovasi digital dapat dipandang sebagai sumber daya strategis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan. UMKM yang mampu mengembangkan inovasi berbasis teknologi memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

### **Penguatan Kapabilitas Digital sebagai Faktor Penentu Keberhasilan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas digital merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan implementasi digital entrepreneurship. Kapabilitas digital mencakup kemampuan organisasi dalam memanfaatkan teknologi digital, mengelola data, mengembangkan inovasi, serta mengintegrasikan teknologi ke dalam proses bisnis.

Berbagai penelitian yang dianalisis menunjukkan bahwa UMKM dengan tingkat kapabilitas digital yang tinggi memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengidentifikasi peluang bisnis, merespons perubahan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional. Temuan ini mendukung penelitian Sagala dan Öri (2024) yang menyimpulkan bahwa keberhasilan transformasi digital pada UMKM sangat dipengaruhi oleh kesiapan teknologi dan kompetensi sumber daya manusia.

Temuan tersebut juga sejalan dengan *Dynamic Capabilities Theory* yang menjelaskan bahwa kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan dan mengonfigurasi ulang sumber daya merupakan faktor penting dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Dalam konteks ini, digital entrepreneurship dapat dipandang sebagai bentuk kapabilitas dinamis yang memungkinkan UMKM beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen.

### **Perluasan Akses Pasar Melalui Platform Digital**

Temuan berikutnya menunjukkan bahwa digital entrepreneurship memberikan kontribusi signifikan terhadap perluasan akses pasar UMKM. Pemanfaatan platform digital seperti *e-commerce*, media sosial, *marketplace*, dan aplikasi bisnis memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa dibatasi oleh lokasi geografis.

Digitalisasi pemasaran memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jaringan pelanggan dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan metode pemasaran konvensional. Penelitian Yuwono et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi informasi dan komunikasi mampu meningkatkan efektivitas pemasaran serta memperkuat posisi kompetitif UMKM di pasar.

Selain itu, penelitian Margono (2024) menjelaskan bahwa ekosistem kewirausahaan digital memberikan akses yang lebih luas terhadap informasi pasar, mitra bisnis, dan peluang kolaborasi yang dapat mendukung pertumbuhan usaha. Dengan demikian, digital entrepreneurship tidak hanya berfungsi sebagai alat operasional, tetapi juga sebagai strategi ekspansi pasar yang efektif.

### **Digital Entrepreneurship dan Peningkatan Daya Saing UMKM**

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa digital entrepreneurship memiliki hubungan positif dengan peningkatan daya saing UMKM. Daya saing yang meningkat tercermin dari kemampuan usaha dalam meningkatkan kualitas produk, memperluas pangsa pasar, meningkatkan produktivitas, dan mempertahankan keberlanjutan usaha.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Akbar dan Amir (2024) yang menyatakan bahwa inovasi berbasis teknologi digital mampu meningkatkan nilai tambah produk dan memperkuat posisi kompetitif UMKM. Penelitian lain yang dipublikasikan dalam *Technology in Society* (2024) juga menunjukkan bahwa

kapabilitas digital berpengaruh positif terhadap inovasi model bisnis dan keunggulan kompetitif perusahaan.

Peningkatan daya saing tersebut terjadi karena digital entrepreneurship memungkinkan UMKM memperoleh informasi pasar secara real-time, meningkatkan kualitas pengambilan keputusan, serta menciptakan hubungan yang lebih erat dengan pelanggan. Dengan demikian, digital entrepreneurship menjadi instrumen strategis yang mampu meningkatkan kemampuan adaptasi UMKM dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks.

### **Tantangan Implementasi Digital Entrepreneurship pada UMKM**

Meskipun memiliki berbagai manfaat, hasil kajian menunjukkan bahwa implementasi digital entrepreneurship masih menghadapi sejumlah tantangan. Hambatan yang paling sering ditemukan dalam literatur adalah rendahnya literasi digital pelaku UMKM, keterbatasan akses terhadap teknologi, kurangnya keterampilan digital, dan keterbatasan modal untuk investasi teknologi.

Penelitian Sagala dan Óri (2024) menunjukkan bahwa banyak UMKM mengalami kesulitan dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam aktivitas bisnis karena keterbatasan sumber daya dan kompetensi digital. Temuan serupa dikemukakan oleh Yuwono et al. (2024), yang menyatakan bahwa kesenjangan digital masih menjadi salah satu faktor utama yang menghambat transformasi digital UMKM, terutama pada wilayah dengan infrastruktur teknologi yang belum memadai.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan digital entrepreneurship tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga memerlukan dukungan ekosistem yang mencakup peningkatan literasi digital, akses pembiayaan, penguatan infrastruktur teknologi, serta kebijakan pemerintah yang mendukung transformasi digital UMKM.

### Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkuat relevansi *Resource-Based View* dan *Dynamic Capabilities Theory* dalam menjelaskan hubungan antara digital entrepreneurship dan daya saing UMKM. Teknologi digital dan kapabilitas digital terbukti menjadi sumber daya strategis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku UMKM, pemerintah, dan institusi pendidikan. Pelaku UMKM perlu meningkatkan kemampuan digital dan mengadopsi teknologi secara lebih optimal untuk meningkatkan daya saing usaha. Pemerintah perlu memperluas program literasi digital dan akses teknologi bagi UMKM, sementara perguruan tinggi dapat berperan dalam mengembangkan pelatihan dan pendampingan kewirausahaan digital yang berbasis kebutuhan pelaku usaha.

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut, dapat dipahami bahwa digital entrepreneurship merupakan faktor strategis yang berperan penting dalam meningkatkan inovasi, kapabilitas digital, akses pasar, dan daya saing UMKM. Namun, keberhasilan implementasinya memerlukan dukungan sumber daya manusia, teknologi, dan ekosistem digital yang memadai agar manfaat transformasi digital dapat dirasakan secara optimal oleh pelaku UMKM.

### SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *digital entrepreneurship* dalam meningkatkan daya saing UMKM di era transformasi digital melalui pendekatan *Systematic Literature Review*. Berdasarkan sintesis berbagai penelitian yang dipublikasikan selama periode 2021–2025, dapat disimpulkan bahwa *digital entrepreneurship* merupakan pendekatan strategis yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemanfaatan teknologi

digital, tetapi juga sebagai mekanisme penciptaan nilai yang mendorong transformasi model bisnis, penguatan kapabilitas digital, dan pengembangan inovasi yang berkelanjutan. Integrasi teknologi digital ke dalam aktivitas kewirausahaan terbukti memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat hubungan dengan pelanggan, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang mendukung peningkatan daya saing UMKM.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada penyusunan sintesis konseptual yang menjelaskan bahwa hubungan antara *digital entrepreneurship* dan daya saing UMKM berlangsung melalui mekanisme penguatan inovasi digital dan kapabilitas digital sebagai faktor penghubung utama. Temuan ini memperkaya literatur kewirausahaan digital dengan menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM tidak hanya ditentukan oleh adopsi teknologi semata, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam strategi bisnis dan proses penciptaan nilai. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai peran *digital entrepreneurship* sebagai sumber keunggulan kompetitif yang relevan dalam menghadapi dinamika ekonomi digital.

Secara ilmiah, hasil penelitian ini memperkuat perspektif *Resource-Based View* dan *Dynamic Capabilities Theory* yang menempatkan kapabilitas digital sebagai sumber daya strategis dan kemampuan adaptif yang mampu meningkatkan kinerja serta keberlanjutan usaha. Melalui sintesis berbagai temuan empiris, penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan ekosistem kewirausahaan digital menjadi elemen penting dalam membangun daya saing UMKM pada lingkungan bisnis yang semakin terdigitalisasi. Oleh karena itu, *digital entrepreneurship* dapat dipahami sebagai paradigma kewirausahaan modern yang berperan dalam menciptakan ketahanan dan daya saing UMKM melalui

pemanfaatan teknologi digital, inovasi berkelanjutan, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, T., & Amir, H. (2024). The role of innovation in enhancing MSME competitiveness in the digital era. *Journal of Business Administration and Entrepreneurship Innovation*, 8(2), 115–128.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Felicetti, A. M., Corvello, V., & Ammirato, S. (2024). Digital innovation in entrepreneurial firms: A systematic literature review. *Review of Managerial Science*, 18(4), 1123–1148.
- Margono, H. (2024). Digital entrepreneurial ecosystems and market expansion: A strategic perspective on SME competitiveness. *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 45–59.
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71.
- Sagala, G. H., & Öri, D. (2024). Toward SMEs digital transformation success: A systematic literature review. *Information Systems and e-Business Management*, 22(3), 785–812.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Lu, H., & Shaharudin, M. S. (2024). The role of digital transformation in achieving sustainable competitive advantage among SMEs: A systematic literature review. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2419489.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901.
- Yuwono, T., Suroso, A., & Novandari, W. (2024). Information and communication technology in SMEs: A systematic literature review. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 1–18.