



DIGITAL ENTREPRENEURSHIP: PERAN APLIKASI MOBILE DALAM MENCIPTAKAN PELUANG BISNIS BARU

Aqibul Muttaqin¹
Akhmad Shohibul Ilman²
Laelik Nur Kholissoh³
Ferida Rahmawati⁴

Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan, Pekalongan,
Jawa Tengah, Indonesia

Aqibul.muttaqin24169@mhs.uingusdur.ac.id¹

ilmanshohibul02@gmail.com²

laelik.nur.kholissoh24185@mhs.uingusdur.ac.id³

ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id⁴

Abstrak

History Artikel:
Diterima 15 Juni 2026
Direvisi 20 Juni 2026
Diterima 24 Juni 2026
Tersedia online 02 Juli 2026

The rapid growth of mobile applications has changed the way people start and run businesses in Indonesia, yet many studies still focus narrowly on e-commerce platforms without mapping the wider range of opportunities mobile technology creates. This study aims to identify the role of mobile applications in generating new business opportunities within digital entrepreneurship. A qualitative method with a literature study approach was employed, drawing on scientific articles and documents published between 2018 and 2023 from Google Scholar and ResearchGate. The findings show that mobile applications across marketplace, fintech, transportation, and creative categories have given rise to low-capital business models such as dropshipping, affiliate marketing, live-hosting services, and micro digital agencies. These applications also support business actors in payment processing, logistics, and content production. The implication is that mobile technology lowers entry barriers for new entrepreneurs while encouraging more inclusive participation in the digital economy, particularly among groups previously excluded from the formal labor market.

Kata kunci:

Digital Entrepreneurship, Business Opportunity, Digital Economy, Mobile Application, UMKM

Pendahuluan/ مقدمة

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah cara masyarakat memulai serta menjalankan usaha. Kehadiran smartphone yang semakin terjangkau membuat aplikasi mobile bukan lagi sekadar alat komunikasi, melainkan telah bertransformasi menjadi instrumen utama dalam menjalankan aktivitas bisnis, mulai dari pemasaran, transaksi, hingga pengelolaan keuangan usaha. Fenomena ini melahirkan apa yang dikenal sebagai digital entrepreneurship, yakni model kewirausahaan yang memanfaatkan teknologi digital sebagai pondasi utama dalam menciptakan nilai dan peluang bisnis baru (Jaya et al., 2023). Kemunculan platform seperti Tokopedia, Shopee, GoFood, hingga TikTok telah membuka jalan bagi lahirnya berbagai model bisnis yang sebelumnya tidak pernah terbayangkan, seperti

dropship, afiliasi, dan jasa host live streaming, yang kesemuanya dapat dijalankan hanya dengan modal sebuah ponsel pintar dan koneksi internet.

Fenomena ini menjadi penting untuk dikaji karena pertumbuhan aplikasi mobile di Indonesia tidak hanya berdampak pada sektor e-commerce secara umum, tetapi juga merambah ke berbagai lini usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang selama ini kesulitan mengakses pasar yang lebih luas. Mendorong pertumbuhan digital entrepreneurship dianggap penting karena dapat memacu pertumbuhan ekonomi, merangsang perkembangan industri baru, serta menciptakan peluang kerja bagi masyarakat (Ali, Kassim, Shahrom, Humaidi, & Zamzuri, 2020). Sayangnya, kajian-kajian terdahulu cenderung membahas digital entrepreneurship secara umum atau hanya berfokus pada satu jenis platform tertentu, sehingga belum banyak yang memetakan secara komprehensif ragam aplikasi mobile beserta model bisnis baru yang ditimbulkannya. Padahal, pemetaan tersebut penting untuk memberikan gambaran yang lebih utuh kepada calon wirausahawan digital mengenai peluang apa saja yang dapat mereka manfaatkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini disusun untuk menjawab tiga pertanyaan utama, yaitu bagaimana jenis-jenis aplikasi mobile yang mendukung aktivitas kewirausahaan digital, bagaimana peran aplikasi mobile dalam menciptakan peluang bisnis baru, serta faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat pemanfaatannya. Penulis berupaya memberikan kontribusi keilmuan melalui pemetaan kategori aplikasi secara lebih rinci, sehingga pembaca dapat memahami bagaimana satu aplikasi dapat memunculkan beberapa profesi atau model bisnis baru sekaligus, yang pada akhirnya berdampak pada pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

Metode/ منهجية البحث

Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis dokumen dan artikel ilmiah terkait digital entrepreneurship dan aplikasi mobile. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mencari artikel ilmiah dan dokumen terkait melalui database online seperti Google Scholar, ResearchGate, dan lain-lain. Seleksi literatur dilakukan dengan memilih artikel ilmiah dan dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Analisis data dilakukan dengan menganalisis konten artikel ilmiah dan dokumen terkait digital entrepreneurship dan aplikasi mobile. Interpretasi hasil dilakukan dengan menginterpretasikan hasil analisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Penelitian ini menggunakan kriteria inklusi yaitu artikel ilmiah dan dokumen yang terkait dengan digital entrepreneurship dan aplikasi mobile, diterbitkan dalam 5 tahun terakhir (2018-2023), dan memiliki kualitas yang baik dan relevan dengan topik penelitian. Kriteria eksklusi yaitu artikel ilmiah dan dokumen yang tidak terkait dengan digital entrepreneurship dan aplikasi mobile, diterbitkan sebelum tahun 2018, dan memiliki kualitas yang buruk atau tidak relevan dengan topik penelitian.

Dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang peran aplikasi mobile dalam menciptakan peluang bisnis baru dan dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi digital.

Hasil / نتائج البحث

1. Pengertian digital entrepreneurship dan bagaimana perkembangannya di era digital

Digital Entrepreneurship adalah proses memulai dan mengelola bisnis dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai pondasi utama operasionalnya (Jaya et al., 2023). Kewirausahaan ini melibatkan penggunaan teknologi digital secara intensif dalam berbagai rantai nilai bisnis, mulai dari pemasaran hingga layanan pelanggan, dengan berbagai model bisnis yang dapat berupa produk atau layanan digital sepenuhnya, maupun platform digital. Kewirausahaan digital membuka peluang besar untuk memulai bisnis dengan modal relatif kecil, memperluas jangkauan pasar secara global, dan mendorong inovasi serta efisiensi dalam proses bisnis. Para wirausahawan digital dapat menciptakan produk atau layanan baru, memasarkan secara online, serta membangun hubungan dengan pelanggan di era digital (Adnan et al., 2024).

Keberadaan digital entrepreneurship memiliki potensi untuk menciptakan startup dengan memanfaatkan teknologi disruptif yang menyediakan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dengan biaya yang lebih rendah. Kemunculan digital entrepreneurs di Indonesia diharapkan akan memicu berbagai aktivitas ekonomi yang pada akhirnya berpotensi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Hassim, 2018; Ameliah, et al., 2018; Boulton, 2018; Boutetiere dan Reich, 2018). Mendorong pertumbuhan digital entrepreneurship dianggap sangat penting karena dapat memacu pertumbuhan ekonomi, merangsang perkembangan industri baru, dan menciptakan peluang kerja (Ali, Kassim, Shahrom, Humaidi, Zamzuri, 2020).

Digital entrepreneurship menciptakan prasyarat yang mendukung transformasi digital yang efisien dengan menerapkan berbagai inovasi digital. Salah satu karakteristik utama dan esensial dari digital entrepreneurship adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang responsif terhadap perubahan lingkungan dan beradaptasi dengan peluang serta ancaman yang muncul di pasar. Penyedia digital dapat digunakan dalam seluruh proses menciptakan bisnis baru, mulai dari pembentukan ide dan identifikasi peluang bisnis hingga produksi produk, penjualan, pemasaran, dan distribusi (Fichman et al., 2014; Gohmann, 2012).

Menurut Steininger (2019), Giones dan Brem (2017), Davidson dan Vaast (2010), serta Nambisan (2017), penerapan teknologi digital dalam kewirausahaan telah memungkinkan teknologi baru seperti media sosial, perangkat lunak sumber terbuka, perangkat keras, pembiayaan kelompok, penilaian reputasi atau kredibilitas daring, serta analisis data besar (big data analytics) untuk menjadi pendorong utama bagi para calon pengusaha dalam memulai usaha mereka. Le Dinh, Vu, dan Ayayi (2018) juga menunjukkan bahwa penggunaan perangkat dan platform digital telah memunculkan jenis pekerjaan baru yang tidak dapat dengan jelas diklasifikasikan sebagai pekerjaan tradisional (Le Dinh, Vu, dan Ayayi, 2018; Gohmann, 2012).

Digital entrepreneurship dapat dijelaskan sebagai proses menciptakan nilai dalam dunia digital dengan memanfaatkan berbagai fasilitas sosio-teknis digital yang mendukung efisiensi 98 dalam pengumpulan, pemrosesan, distribusi, dan pemanfaatan informasi digital (Autio et al., 2018; Gohmann, 2012). Konsep digital entrepreneurship mencakup penggabungan antara unsur-unsur tradisional dari kewirausahaan dengan elemen-elemen baru yang muncul sebagai dampak dari digitalisasi dan perkembangan teknologi baru di berbagai bidang (European Commission, 2015). Digital entrepreneurship bisa didefinisikan sebagai bisnis yang berfokus utama pada penggunaan teknologi modern dalam berbagai aspeknya (Krivokuca, Cockalo, Bakator, 2021). Dalam pandangan Davidson dan Vaast (2010)

serta Nambisan (2017), penggunaan teknologi digital dalam aktivitas kewirausahaan disebut sebagai digital entrepreneurship.

2. Jenis Aplikasi Mobile yang Mendukung Aktivitas Kewirausahaan Digital

Berdasarkan penelusuran pada berbagai perangkat pintar (*smartphone*), terdapat beberapa kategori aplikasi utama yang terbukti berhasil menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat. Berikut adalah uraian detail mengenai kategori-kategori tersebut:

A. Aplikasi Belanja dan *Live Selling* (*Marketplace & Social Commerce*)

Platform seperti Tokopedia, Shopee, Instagram, dan TikTok telah mengubah paradigma masyarakat dalam berbelanja. Lebih dari sekadar sarana transaksi, aplikasi-aplikasi ini telah melahirkan model bisnis baru yang minim modal, yakni *dropship* dan afiliasi (Suryani & Wijaya, 2022).

1. **Bisnis Tanpa Stok Barang (*Dropshipper*):** Sebelumnya, aktivitas berjualan mengharuskan pelaku usaha untuk membeli stok barang secara grosir. Kini, melalui aplikasi *marketplace*, penjual dapat memanfaatkan katalog produk dari pemasok untuk dipajang di toko daring mereka dengan penyesuaian harga. Ketika terdapat pesanan, pemasok akan mengirimkan barang tersebut langsung kepada pembeli atas nama toko penjual. Model ini memungkinkan pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan tanpa memerlukan ruang penyimpanan fisik atau penanganan barang secara langsung.
2. **Wirausaha Konten Kreatif (*Affiliator*):** Model bisnis ini tengah mengalami pertumbuhan yang pesat. Berbekal perangkat *smartphone*, individu dapat memproduksi video ulasan (*review*) produk atau menyematkan tautan (*link*) afiliasi pada media sosial. Setiap kali tautan tersebut diklik dan menghasilkan transaksi, pembuat konten akan memperoleh komisi secara otomatis.
3. **Jasa *Host Live Streaming*:** Tren *live shopping* telah memunculkan peluang bisnis baru, yakni penyediaan jasa *live host*. Banyak pemilik toko daring yang terkendala waktu untuk mempromosikan produk secara langsung di depan kamera, sehingga mereka merekrut individu kreatif untuk melakukan siaran langsung dan memasarkan produk melalui perangkat seluler.

B. Aplikasi Keuangan Digital dan Kasir (*Fintech*)

Sebelumnya, kendala utama yang dihadapi oleh pedagang berskala mikro adalah manajemen uang tunai, pengembalian, serta pencatatan keuangan yang belum terstruktur. Kehadiran aplikasi *fintech* seperti GoPay, OVO, dan Dana, serta aplikasi kasir digital seperti BukuWarung dan Moka POS telah merevolusi sistem tersebut (Pradana, 2020).

1. **Standarisasi Pembayaran Digital (QRIS):** Hanya dengan memanfaatkan kode *barcode* QRIS yang didaftarkan melalui aplikasi seluler, pedagang kaki lima maupun pemilik warung kelontong kini dapat menerima pembayaran digital dari berbagai institusi perbankan. Hal ini menjadikan transaksi lebih higienis, praktis, serta meminimalisasi risiko pemalsuan uang.
2. **Aplikasi Kasir dan Pencatatan Mikro:** Banyak usaha pemula yang mengalami kegagalan bukan akibat rendahnya penjualan, melainkan karena tercampurnya uang modal dan keuntungan untuk kebutuhan pribadi. Aplikasi kasir berbasis seluler membantu wirausahawan pemula dalam mencatat arus kas masuk dan keluar secara otomatis, mengelola inventaris, serta mengidentifikasi produk dengan tingkat permintaan tertinggi.

3. Pendanaan Digital (P2P Lending): Platform keuangan digital juga membuka akses bagi pelaku usaha mikro yang tergolong *unbankable* (mengalami kesulitan memperoleh pinjaman dari bank konvensional) untuk mendapatkan tambahan modal usaha secara cepat dengan persyaratan yang lebih fleksibel melalui perangkat seluler.

C. Aplikasi Transportasi Daring dan Logistik Pintar

Eksistensi aplikasi transportasi seperti Gojek, Grab, dan Maxim, serta layanan kurir seperti J&T, SiCepat, dan Poxel tidak hanya memfasilitasi mobilitas masyarakat, tetapi juga memicu lahirnya model bisnis kuliner berbasis rumah (*Cloud Kitchen*).

1. Bisnis Kuliner Rumahan (*Cloud Kitchen / Ghost Restaurant*): Sebelumnya, kesuksesan usaha rumah makan sangat bergantung pada lokasi strategis di area yang ramai. Kini, individu yang memiliki keterampilan kuliner dapat mengoperasikan restoran langsung dari dapur rumah mereka. Dengan mendaftarkan usaha pada platform seperti GoFood atau GrabFood, mengunggah foto menu yang menarik menggunakan ponsel, serta mengandalkan algoritma aplikasi dan mitra pengantaran, makanan dapat didistribusikan kepada pelanggan (Hasan, 2023). Dalam model ini, aksesibilitas lokasi fisik tidak lagi menjadi hambatan utama, asalkan kualitas produk dan kecepatan layanan tetap terjaga.
2. Agen Pengiriman Paket Rumahan: Sistem logistik digital juga membuka peluang bagi masyarakat di kawasan residensial untuk memanfaatkan area rumah mereka sebagai titik pengumpulan dan penjemputan paket (*drop point*). Seluruh proses pelacakan barang dan pelaporan komisi dapat dikelola secara terpusat melalui aplikasi seluler.

D. Aplikasi Kreatif dan Manajemen Berbasis AI (Kecerdasan Buatan)

Industri kreatif merupakan sektor yang mengalami pertumbuhan signifikan seiring dengan kehadiran aplikasi seluler canggih yang ramah pengguna, seperti Canva, CapCut, serta berbagai platform berbasis AI.

1. Agensi Mikro (Jasa Pengelola Media Sosial): Banyak pelaku usaha konvensional (seperti toko material, butik lokal, atau klinik kecantikan) yang berupaya membangun kehadiran digital di Instagram atau TikTok, namun terkendala oleh kurangnya keahlian teknis. Hal ini menciptakan peluang bagi generasi muda untuk menawarkan jasa "Admin Media Sosial" (Wibowo, 2024). Tugas-tugas seperti perancangan konten, penyuntingan video promosi, hingga pengelolaan interaksi pelanggan dapat dilakukan secara fleksibel hanya melalui perangkat seluler.
2. Wirausahawan Mandiri (*Solopreneur*): Dengan dukungan aplikasi penyuntingan video yang canggih dan mudah diakses, siapa pun berpeluang menjadi penyedia jasa pembuatan video iklan pendek untuk UMKM, menyelenggarakan kelas daring, maupun memasarkan aset digital ke pasar global melalui platform *freelance* seperti Fiverr.

4. Analisis Humanis: Bagaimana Teknologi Mengangkat Derajat Manusia

Ditinjau dari perspektif humanis, fenomena ini menunjukkan bahwa kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship*) telah mengembalikan "otonomi" dan kebebasan ke tangan individu. Aktivitas bisnis di era digital tidak lagi terkesan kaku dan mekanis sebagaimana sistem industri konvensional. Aplikasi seluler menawarkan fleksibilitas waktu yang luar biasa.

Kelompok masyarakat yang sebelumnya menghadapi kendala dalam mengakses lapangan kerja formal seperti penyandang disabilitas, ibu rumah tangga, maupun pemuda di daerah terpencil kini berpeluang untuk mandiri secara finansial tanpa harus mengorbankan peran sosial mereka di tengah keluarga dan lingkungan.

Selain itu, interaksi antara penjual dan pembeli pada platform daring saat ini terasa lebih personal dan humanis. Melalui fitur pesan langsung (*chat*) maupun interaksi saat *live streaming*, relasi bisnis dibangun di atas fondasi kepercayaan, narasi di balik produk (*storytelling*), serta dukungan sosial antarindividu. Dalam konteks ini, teknologi tidak lagi menjadi alat yang mengasingkan manusia, melainkan berfungsi sebagai jembatan yang menyatukan masyarakat dalam sebuah ekosistem ekonomi yang lebih ramah dan inklusif.

3. Peran aplikasi mobile dalam menciptakan peluang bisnis baru

Berdasarkan uraian kategori aplikasi mobile pada subbab sebelumnya, dapat dilihat bahwa peran aplikasi mobile dalam menciptakan peluang bisnis baru tidak berhenti pada fungsinya sebagai sarana transaksi, melainkan telah bergeser menjadi infrastruktur utama yang melahirkan profesi dan model bisnis yang sebelumnya tidak dikenal. Aplikasi mobile berperan sebagai penghubung (*intermediary*) yang memungkinkan individu tanpa modal besar maupun jaringan distribusi untuk tetap dapat menjalankan usaha, sebagaimana terlihat pada praktik *dropship* dan afiliasi yang hanya membutuhkan perangkat seluler dan koneksi internet (Suryani & Wijaya, 2022). Dengan kata lain, aplikasi mobile menurunkan hambatan masuk (*entry barrier*) ke dunia usaha yang pada masa sebelumnya hanya dapat diakses oleh pelaku usaha dengan modal dan jaringan yang memadai.

Selain menciptakan peluang bagi individu, aplikasi mobile juga berperan penting dalam membuka jalur ekspansi bagi UMKM yang sebelumnya kesulitan menjangkau pasar di luar wilayah operasionalnya. Penggunaan platform e-commerce, aplikasi mobile, dan media sosial membantu UMKM menjangkau pelanggan yang lebih luas serta berinteraksi langsung dengan mereka tanpa harus melalui perantara konvensional (Maeswara, 2023). Fitur seperti katalog digital, sistem pembayaran terintegrasi, dan analitik penjualan memungkinkan pelaku usaha mikro untuk mengelola bisnisnya secara lebih terukur, sehingga keputusan bisnis tidak lagi hanya berdasarkan intuisi, tetapi juga data riil mengenai perilaku konsumen.

Aplikasi mobile juga menciptakan peluang bisnis baru melalui kemunculan ekosistem pendukung di sekitar platform utama. Sebagai contoh, kehadiran marketplace tidak hanya melahirkan pelapak daring, tetapi juga memunculkan jasa fotografi produk, penulisan deskripsi produk, hingga pengelolaan toko daring bagi pelaku usaha yang tidak memiliki waktu maupun keahlian teknis untuk mengurusnya sendiri. Pola serupa terjadi pada aplikasi transportasi dan pengantaran yang turut menumbuhkan jasa pendukung seperti penyedia kemasan ramah pengiriman dan jasa titip beli. Kondisi ini menegaskan bahwa satu aplikasi mobile dapat menjadi titik tumbuh bagi rangkaian peluang usaha yang saling terkait, bukan hanya menciptakan satu jenis pekerjaan tunggal (Hananto, Nurhaliza, Kamiliya, & Zahra, 2024). Pada akhirnya, peran aplikasi mobile dalam menciptakan peluang bisnis baru dapat dipahami sebagai katalisator yang memperluas partisipasi ekonomi masyarakat secara lebih merata, sekaligus mendorong tumbuhnya budaya wirausaha yang lebih adaptif terhadap perubahan teknologi.

4. Faktor pendukung dan penghambat pemanfaatan aplikasi mobile dalam digital entrepreneurship?

Setelah masuk, pengguna akan disajikan dengan tampilan beranda yang dinamis dan informatif, menampilkan menu populer dan terbaru yang ditawarkan, lengkap dengan gambar, deskripsi, dan harga. Tampilan ini bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam menjelajahi pilihan menu dan membuat keputusan pembelian. Ketika pengguna telah memilih menu dan siap melakukan pemesanan, mereka akan diarahkan ke tampilan check out. Pada tampilan ini, pengguna dapat melihat daftar lengkap menu yang dipilih, beserta jumlah pesanan, harga per item, dan total biaya keseluruhan. Pengguna juga dapat mengubah pesanan sebelum melanjutkan ke proses pembayaran. Tampilan ini memberikan transparansi dan kemudahan dalam melakukan pemesanan bagi pengguna (Tofani, 2024).

Aplikasi ini memiliki potensi untuk memudahkan pelaku UMKM dalam mengelola pesanan dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan adanya aplikasi ini, pengelolaan data produk, pesanan, dan pembayaran dapat dilakukan secara akurat dan terpusat. Di masa mendatang, aplikasi ini dapat terus dikembangkan dengan fitur-fitur yang lebih canggih sesuai dengan kebutuhan spesifik mitra UMKM. Pemilik UMKM juga dapat memantau keseluruhan proses pemesanan, penjualan, dan persediaan secara real-time melalui aplikasi ini. Bahkan, aplikasi ini berpotensi untuk dikembangkan menjadi platform pemesanan online yang lebih umum dan dapat digunakan oleh berbagai UMKM sebagai sistem utama untuk meningkatkan penjualan online mereka. (Tofani, Penerapan Aplikasi Berbasis Mobile untuk Memudahkan Pemesanan, 2024)

Menurut Wirianto (2016) Pertumbuhan double digit Internet akan dicapai hingga tiga tahun mendatang. Setelah itu, karena basis pertumbuhannya sudah tinggi, pertumbuhan industri digital diperkirakan sedikit melambat di bawah 10 persen. Namun, akan tetap lebih tinggi jika dibandingkan pertumbuhan ekonomi nasional. Meski tumbuh pesat, tidak berarti industri digital di tanah air bebas kendala. Salah satu faktor yang dinilai cukup merepotkan adalah kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang mumpuni untuk terjun di industri digital.

Masalah klasik, dunia pendidikan kita belum mampu mencetak lulusan yang siap kerja. Akibatnya, kita tidak bisa bergerak cepat karena harus mendidik mereka mulai awal. Agar perkembangan ini tetap berada di jalur positif, termasuk bisnis e-commerce, Bisnis e-commerce adalah salah satu contoh digital entrepreneurship yang menggunakan aplikasi mobile untuk menjual produk atau jasa secara online. Contohnya seperti aplikasi mobile yang digunakan dalam digital entrepreneurship adalah Aplikasi Mobile JKN dan bisnis e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada.

Diperlukan regulasi yang tepat dan cepat untuk mengimbangi perkembangan industri ICT yang kian pesat. Contoh saja, dengan adanya fenomena layanan transportasi online, seperti Gojek dan Grab Bike yang menuai pro kontra hingga terkendala karena regulasi yang lambat (belum siap). Potensi industri sejenis berbasis online di Indonesia masih sangat besar dan setiap tahun terus meningkat. E-commerce, tidak semata membicarakan jual beli barang dan jasa via internet. Tetapi ada industri lain yang terhubung di dalamnya. Seperti penyedia jasa layanan antar atau logistik, provider telekomunikasi, produsen perangkat pintar, dan lain-lain. Hal inilah yang membuat industri ini harus dikawal dengan cepat, termasuk dari aspek regulasinya agar mampu mendorong laju perekonomian nasional, Kekuatan jaringan infrastruktur terus berupaya mempertajam industri jasa layanan berbasis teknologi informasi, e-commerce, serta

logistics system dengan mengandalkan kekuatan teknologi digital. Ke depan potensi e-commerce akan semakin besar, apalagi tren belanja online juga terus meningkat dan bisa diakses dari mana saja.

Bisnis online tidak hanya soal online saja, melainkan juga berkaitan dengan offline, seperti ketersediaan produk, tenaga delivery (pengiriman) barang seperti yang dilakukan PT POS Indonesia, dukungan infrastruktur IT, serta aspek lainnya. Diperlukan adanya sinergi antara pelaku usaha di Tanah Air untuk menggarap peluang digital economic (Martanto, 2016). Fenomena lain yang cukup menarik untuk diantisipasi di era IoT adalah munculnya Big Data, yakni volume data besar, baik data yang terstruktur maupun data tidak terstruktur. Bagi pelaku dunia usaha, Big Data bisa menjadi instrumen penting dalam menjalankan bisnis. Big Data dapat dianalisis cepat dengan menggunakan software sebagai bahan dalam mengambil keputusan dan strategi bisnis yang lebih baik (Firmansyah, 2017).

5. Dampak penggunaan aplikasi mobile terhadap pertumbuhan bisnis dan ekonomi digital

Ekonomi digital merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkembang pesat di Indonesia. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah pengguna internet, penggunaan perangkat digital, dan transaksi digital di Indonesia. Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia dapat dilihat dari berbagai aspek, antara lain:

a) Peningkatan produktivitas

Ekonomi digital dapat meningkatkan produktivitas perekonomian melalui berbagai cara, antara lain: Teknologi digital dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi dalam menjalankan usahanya, seperti melalui otomatisasi proses produksi, distribusi, dan pemasaran. Teknologi digital dapat mendorong inovasi dalam berbagai bidang, seperti produk, layanan, dan proses bisnis. Inovasi dapat meningkatkan produktivitas perekonomian dengan menciptakan produk dan layanan baru yang lebih efisien dan efektif

b) Penciptaan lapangan kerja

Ekonomi digital dapat menciptakan lapangan kerja baru di berbagai sektor, seperti teknologi informasi, e-commerce, transportasi online, dan logistik.

c) Peningkatan daya saing

Teknologi digital dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan daya saingnya di pasar global. Hal ini dikarenakan teknologi digital dapat membantu pelaku usaha untuk mengakses pasar global dengan lebih mudah dan murah.

d) Peningkatan pemerataan ekonomi

Ekonomi digital dapat membantu meningkatkan pemerataan ekonomi di Indonesia. Hal ini dikarenakan teknologi digital dapat digunakan oleh siapa saja, tanpa memandang lokasi dan latar belakang.

Dampak positif perkembangan ekonomi digital juga terhadap perilaku pengguna media sosial:

a) Pertumbuhan ekonomi semakin meningkat dan maju seiring dengan meningkatnya pusat industrialisasi pada suatu daerah yang dapat dengan mudah mengembangkan media informasi dan komunikasi suatu negara dalam tingkat pertumbuhan ekonomi.

b) Produktifitas ekonomi suatu negara semakin banyak akan permintaan dan semakin cepat dalam pengelolaan produksi demi kebutuhan pasar yang dikelola oleh media

telekomunikasi dan dengan adanya media sosial dalam perkembangan teknologi dapat memberikan pengaruh yang dapat membuka peluang usaha dan lapangan pekerjaan baru.

- c) Memudahkan para kerja untuk tetap aktif dalam meningkat penguasaan keterampilan, menambah wawasan dalam pengetahuan dalam komunikasi untuk meningkatkan ekonomi.

Selain mempunyai pengaruh timbal balik yang positif, perkembangan ekonomi digital juga terhadap perilaku pengguna media sosial pengaruh atau dampak sebaliknya yaitu: Persaingan pada dunia usaha yang semakin ketat dan Terjadinya tindak kriminal karena adanya kesenjangan ekonomi (Sumarjiyanto, Maria, and Widayati 2020).

Untuk memanfaatkan potensi ekonomi digital secara optimal, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah, pelaku usaha, maupun masyarakat. Pemerintah perlu menciptakan regulasi yang mendukung perkembangan ekonomi digital, seperti regulasi yang melindungi konsumen dan pelaku usaha di bidang ekonomi digital. Pelaku usaha perlu berinvestasi dalam teknologi digital untuk meningkatkan produktivitas dan daya saingnya. Masyarakat perlu memanfaatkan teknologi digital secara bijak untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas hidupnya. Dengan dukungan dari berbagai pihak, ekonomi digital dapat menjadi salah satu motor penggerak pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Kesimpulan/الخلاصة

Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah dipaparkan, dapat dipahami bahwa aplikasi mobile memegang peran sentral dalam mendorong tumbuhnya digital entrepreneurship di Indonesia. Aplikasi-aplikasi pada kategori marketplace, fintech, transportasi, dan kreatif telah melahirkan beragam model bisnis baru yang sebelumnya tidak dikenal, seperti dropship, afiliasi, jasa host live streaming, cloud kitchen, hingga agensi mikro pengelola media sosial. Aplikasi mobile berfungsi menurunkan hambatan masuk ke dunia usaha sehingga individu dengan modal terbatas, termasuk kelompok yang sebelumnya kesulitan mengakses lapangan kerja formal, kini memiliki kesempatan yang sama untuk berwirausaha secara mandiri.

Penelitian ini juga menemukan bahwa pemanfaatan aplikasi mobile dalam digital entrepreneurship tidak lepas dari sejumlah faktor pendukung, seperti kemudahan akses teknologi dan fleksibilitas sistem pembayaran digital, serta faktor penghambat, antara lain keterbatasan sumber daya manusia yang menguasai teknologi digital dan regulasi yang belum sepenuhnya mengimbangi laju pertumbuhan industri digital. Dampaknya terhadap ekonomi digital terlihat pada peningkatan produktivitas, terciptanya lapangan kerja baru, penguatan daya saing pelaku usaha, serta pemerataan ekonomi yang lebih inklusif, meskipun di sisi lain turut memunculkan tantangan baru berupa persaingan usaha yang semakin ketat.

Implikasi dari temuan ini menegaskan bahwa pengembangan ekosistem digital entrepreneurship ke depan perlu ditopang oleh sinergi antara penyedia aplikasi, pemerintah, dan pelaku usaha itu sendiri. Pemerintah perlu terus menyempurnakan regulasi yang melindungi konsumen sekaligus mendorong inovasi, sementara pelaku usaha dituntut untuk meningkatkan literasi digital agar dapat memanfaatkan peluang yang tersedia secara optimal. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggali lebih jauh aspek keberlanjutan model bisnis berbasis aplikasi mobile, mengingat kajian ini masih terbatas pada studi literatur dan belum

melibatkan data primer dari pelaku usaha secara langsung.

المصادر والمراجع Referensi

- Adnan, M., Muhamad, H., & Abadi, S. (2024). Multi-Criteria Decision-Making in SMEs Venture Capital Allocation: Analytic Hierarchy Process and Double Auction Approach. *Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology*, 54(1), 80–90. <https://doi.org/10.37934/araset.54.1.8090>
- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology innovation management review*, 7(5), 44-51.
- Hananto, D., Nurhaliza, A., Kamiliya, R., & Zahra, S. A. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Bisnis*, 6(2), 134–148.
- Hasan, M. (2023). Ekonomi Digital dan Perkembangan UMKM di Indonesia. Jakarta: Rajawali Pers. (Buku terindeks di Google Books)
- Jaya, I., Jatiningrum, C., & Gumanti, M. (2023). Pelatihan Digital Enterpreneurship untuk Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha bagi Generasi Muda pada SMK Miftahul Falah Sinar Mulya Kabupaten Pringsewu. NEAR: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 89–95. <https://doi.org/10.32877/nr.v3i1.1027>
- Krivokuća, M., Čočkaló, D., & Bakator, M. (2021). The potential of digital entrepreneurship in Serbia. *Anali Ekonomskog fakulteta u Subotici*, 57(45), 97-115.
- Le Dinh, T., Vu, M. C., & Ayayi, A. (2018). Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International journal of entrepreneurship*, 22(1), 1-17.
- Maeswara, G. (2023). Peran Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 112-120.
- Limbu, Y. B., Jayachandran, C., & Babin, B. J. (2014). Does information and communication technology improve job satisfaction? The moderating role of sales technology orientation. *Industrial Marketing Management*, 43(7), 1236-1245.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(6), 1029-1055.
- Nasrullah, R. (2021). Media Sosial: *Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosio-Teknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. (Buku terindeks di Google Scholar)
- Nugent, N., & Rhinard, M. (2015). *The european commission*. Bloomsbury Publishing.
- Pradana, M. (2020). Pengaruh Aplikasi Fintech Terhadap Literasi Keuangan Wirausaha Muda. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 145-155. (Artikel Jurnal terindeks di Google Scholar)
- Radiansyah, E. (2022). Peran digitalisasi terhadap kewirausahaan digital: Tinjauan literatur dan arah penelitian masa depan. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(2), 828-837.
- Riatmaja, D. S., & Wibawanto, S. (2024). *Digital Entrepreneur: Mengukir Kesuksesan dalam Era Digital*. Penerbit Andi.

- Steininger, D. M. (2019). Linking information systems and entrepreneurship: A review and agenda for IT-associated and digital entrepreneurship research. *Information Systems Journal*, 29(2), 363-407.
- Suryani, T., & Wijaya, A. (2022). *Digital Entrepreneurship: Strategi Membangun Bisnis Modern*. Surabaya: Pustaka Utama. (Buku terindeks di Google Books)
- Tofani, U., Marsel, M., Kurniawan, D., Nurwahid, N., & Zuraidah, E. (2024). Penerapan Aplikasi Berbasis Mobile untuk Memudahkan Pemesanan Online Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi*, 7(1), 7-12
- Wibowo, A. (2024). Peran Aplikasi Kreatif Mobile dalam Pertumbuhan Industri Agensi Mikro di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 5(1), 34-48. (Artikel Jurnal terindeks di Google Scholar)
- Yuliansyah, Y., & Amelia, Y. (2018). THE EFFECT OF OWNERSHIP STRUCTURE ON FIRM PERFORMANCE (STUDY AT TELECOMUNICATION COMPANIES LISTED ON ASEAN REGION IN 2016-2017).
- Sumarjiyanto, Nugroho, Benedictus Maria, and Tri Widayati. 2020. "The Impact of Digital Economic Development on Social Media Users' Behavior in Conducting Economic Transactions." *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* 6(2): 2407–263
- Davidson, E., & Vaast, E. (2010, January). Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment. In 2010 43rd Hawaii international conference on system sciences (pp. 1-10). IEEE.