



Journal of Organizational
Performance and Analysis

Research Paper

Journal of Organizational Analysis and Performance

Vol. 2, No. 1 (2026). 237- 246

e-ISSN: 3109-8878

DOI: 10.64845/optimanus.v2i1

Journal homepage: <https://athallahpublishing.com/index.php/optimanus/index>

Strategi Inovasi Model Bisnis untuk Transformasi Kewirausahaan di Era Digital

Bayu Adi Handoko¹, Sonny Riva'i²

^{1,2}Universitas Siber Asia, Indonesia

*Corresponding author: Bayu.adi9816@gmail.com

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords

Inovasi Model Bisnis
Kewirausahaan
Era Digital
Strategi Bisnis

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mendorong perubahan fundamental dalam praktik kewirausahaan, menuntut pelaku usaha untuk beradaptasi melalui transformasi model bisnis yang inovatif. Inovasi model bisnis menjadi strategi kunci dalam menghadapi dinamika pasar digital yang ditandai oleh perubahan perilaku konsumen, intensitas persaingan, serta disrupsi teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi inovasi model bisnis dalam mendukung transformasi kewirausahaan di era digital serta mengidentifikasi peran inovasi tersebut dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan analisis deskriptif terhadap berbagai temuan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik kewirausahaan digital dan inovasi model bisnis. Hasil kajian menunjukkan bahwa transformasi kewirausahaan di era digital tidak hanya bergantung pada adopsi teknologi, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam merancang ulang proposisi nilai, struktur biaya, saluran distribusi, serta hubungan dengan pelanggan secara inovatif dan adaptif. Inovasi model bisnis yang terintegrasi dengan teknologi digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Article history

Received: 15 September
2025

Revised: 30 October 2025

Accepted: 20 November
2025

Available online: 10
February 2026

Copyright © 2026 Authors

This is an open access article under [CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license



Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap lanskap perekonomian global, khususnya dalam praktik kewirausahaan. Digitalisasi tidak hanya mengubah cara perusahaan beroperasi, tetapi juga mentransformasi cara nilai diciptakan, disampaikan, dan ditangkap dalam suatu model bisnis. Perubahan ini mendorong lahirnya berbagai bentuk kewirausahaan baru yang berbasis teknologi digital, seperti e-commerce, platform digital, startup berbasis aplikasi, serta bisnis berbasis data dan kecerdasan buatan. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya berfokus pada inovasi produk, tetapi juga pada inovasi model bisnis sebagai strategi utama dalam mempertahankan daya saing dan keberlanjutan usaha (Teece, 2020). Era digital ditandai oleh karakteristik lingkungan bisnis yang dinamis, kompleks, dan penuh ketidakpastian. Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi digital, meningkatnya intensitas persaingan global, serta kehadiran disrupsi teknologi yang cepat menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pelaku kewirausahaan. Dalam konteks ini, model bisnis konvensional yang bersifat statis dan linear dinilai tidak lagi mampu menjawab tuntutan pasar yang terus berubah. Oleh karena itu, inovasi model bisnis menjadi kebutuhan strategis bagi pelaku usaha agar mampu beradaptasi dan bertahan di tengah dinamika era digital (Foss & Saebi, 2021).

Inovasi model bisnis tidak hanya dipahami sebagai perubahan pada struktur pendapatan atau mekanisme operasional semata, tetapi mencakup transformasi menyeluruh terhadap proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, hubungan dengan pelanggan, struktur biaya, serta pemanfaatan sumber daya dan teknologi. Penelitian terkini menunjukkan bahwa keberhasilan kewirausahaan digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam merancang dan mengimplementasikan model bisnis yang inovatif dan fleksibel sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar (Zott, Amit, & Massa, 2021). Dengan demikian, inovasi model bisnis menjadi fondasi utama dalam mendorong transformasi kewirausahaan di era digital. Di negara berkembang, termasuk Indonesia, transformasi kewirausahaan berbasis digital menjadi semakin relevan seiring dengan meningkatnya penetrasi internet, penggunaan perangkat mobile, serta dukungan kebijakan pemerintah terhadap ekonomi digital. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua pelaku usaha mampu memanfaatkan peluang digital secara optimal. Banyak pelaku UMKM dan wirausaha pemula yang masih menghadapi keterbatasan dalam pemahaman strategis mengenai inovasi model bisnis, sehingga adopsi teknologi digital sering kali bersifat parsial dan tidak terintegrasi dengan strategi bisnis secara keseluruhan (Rachmawati et al., 2022).

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa transformasi kewirausahaan di era digital tidak cukup hanya dengan mengadopsi teknologi informasi atau platform digital. Tanpa perubahan mendasar pada model bisnis, adopsi teknologi justru berpotensi menimbulkan inefisiensi dan kegagalan usaha. Studi empiris

menunjukkan bahwa banyak bisnis digital gagal bertahan karena tidak mampu menyesuaikan model bisnisnya dengan dinamika pasar dan kebutuhan konsumen yang terus berubah (Sjödín et al., 2020). Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi teknologi digital dan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola inovasi model bisnis secara strategis. Selain itu, era digital juga mendorong munculnya ekosistem bisnis yang semakin terhubung dan kolaboratif. Model bisnis berbasis platform, kemitraan strategis, serta co-creation value menjadi semakin dominan dalam praktik kewirausahaan modern. Pelaku usaha tidak lagi dapat beroperasi secara individual, melainkan harus mampu membangun jaringan dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, mitra teknologi, dan komunitas digital. Inovasi model bisnis dalam konteks ini menuntut kemampuan kewirausahaan yang adaptif, kreatif, dan berorientasi pada pembelajaran berkelanjutan (Vial, 2021).

Transformasi kewirausahaan di era digital juga membawa implikasi terhadap aspek sumber daya manusia dan kapabilitas organisasi. Pelaku usaha dituntut untuk memiliki literasi digital, kemampuan analitis, serta pemahaman strategis dalam memanfaatkan data dan teknologi sebagai sumber keunggulan kompetitif. Tanpa dukungan kapabilitas internal yang memadai, inovasi model bisnis sulit untuk diimplementasikan secara efektif. Penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan inovasi model bisnis sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajerial dan kewirausahaan dalam mengelola perubahan serta mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi bisnis secara holistik (Warner & Wäger, 2021). Di sisi lain, pandemi global yang terjadi pada awal dekade 2020-an semakin mempercepat proses digitalisasi dan menegaskan pentingnya inovasi model bisnis dalam menjaga keberlangsungan usaha. Banyak pelaku kewirausahaan yang mampu bertahan dan bahkan berkembang justru karena keberhasilannya dalam mentransformasi model bisnis secara cepat dan adaptif melalui pemanfaatan teknologi digital. Kondisi ini memperkuat argumen bahwa inovasi model bisnis bukan lagi pilihan, melainkan keharusan strategis bagi pelaku kewirausahaan di era digital (Kraus et al., 2022).

Meskipun demikian, kajian akademik menunjukkan bahwa masih terdapat keterbatasan pemahaman konseptual dan empiris mengenai bagaimana strategi inovasi model bisnis dapat secara sistematis mendorong transformasi kewirausahaan. Sebagian penelitian lebih menekankan pada aspek teknologi, sementara dimensi strategis dan manajerial dari inovasi model bisnis belum dikaji secara mendalam, khususnya dalam konteks kewirausahaan di negara berkembang. Hal ini membuka ruang penelitian yang signifikan untuk mengkaji strategi inovasi model bisnis sebagai mekanisme transformasi kewirausahaan yang berkelanjutan (Li, Liu, & Wang, 2023). Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa transformasi kewirausahaan di era digital merupakan fenomena kompleks yang memerlukan pendekatan strategis melalui inovasi model bisnis. Tantangan yang dihadapi pelaku usaha tidak hanya bersumber dari perkembangan teknologi, tetapi juga dari kemampuan internal dalam merancang, mengimplementasikan, dan

mengelola model bisnis yang inovatif dan adaptif. Oleh karena itu, kajian mengenai strategi inovasi model bisnis menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana kewirausahaan dapat bertransformasi secara efektif dalam menghadapi dinamika era digital.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam strategi inovasi model bisnis yang diterapkan dalam proses transformasi kewirausahaan di era digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada eksplorasi fenomena, makna, serta proses strategis yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, melainkan membutuhkan pemahaman kontekstual dan interpretatif terhadap dinamika kewirausahaan digital (Creswell & Poth, 2021). Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan komprehensif bagaimana inovasi model bisnis dirancang, diimplementasikan, dan dimanfaatkan oleh pelaku kewirausahaan dalam merespons perubahan lingkungan bisnis digital. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menguraikan realitas empiris secara mendalam tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel penelitian, sehingga temuan yang dihasilkan mencerminkan kondisi aktual di lapangan (Miles, Huberman, & Saldaña, 2020).

Objek penelitian difokuskan pada praktik kewirausahaan yang telah atau sedang mengalami transformasi melalui pemanfaatan teknologi digital dan inovasi model bisnis. Fokus kajian mencakup aspek proposisi nilai, struktur model bisnis, pemanfaatan teknologi digital, serta strategi adaptasi kewirausahaan dalam menghadapi dinamika pasar digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menelaah hasil akhir dari inovasi model bisnis, tetapi juga proses transformasi strategis yang melatarbelakanginya (Foss & Saebi, 2021). Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pelaku kewirausahaan, pendiri usaha, atau pengelola bisnis yang terlibat langsung dalam pengambilan keputusan strategis terkait inovasi model bisnis. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti memiliki fleksibilitas dalam menggali informasi yang lebih luas dan mendalam sesuai dengan konteks pengalaman responden (Guest, Namey, & Mitchell, 2022). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber dokumentasi yang relevan, seperti laporan perusahaan, artikel ilmiah, buku akademik, kebijakan pemerintah, serta publikasi digital yang membahas kewirausahaan digital dan inovasi model bisnis. Data sekunder digunakan untuk memperkuat temuan empiris serta memberikan landasan teoretis yang komprehensif dalam menganalisis fenomena penelitian (Yin, 2020).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu wawancara, studi dokumentasi, dan observasi terbatas. Wawancara dilakukan

untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi inovasi model bisnis yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, serta dampaknya terhadap transformasi kewirausahaan. Studi dokumentasi digunakan untuk menelaah kesesuaian antara praktik empiris dan konsep teoretis yang berkembang dalam literatur terkini. Observasi terbatas dilakukan untuk memahami konteks operasional dan interaksi bisnis dalam lingkungan digital (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2023). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis tematik. Data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi ditranskripsikan, dikodekan, dan dikategorikan ke dalam tema-tema utama yang relevan dengan fokus penelitian, seperti strategi inovasi model bisnis, pemanfaatan teknologi digital, serta dinamika transformasi kewirausahaan. Analisis tematik dipilih karena mampu mengidentifikasi pola makna secara sistematis dan mendalam dalam data kualitatif (Braun & Clarke, 2021).

Proses analisis data dilakukan secara iteratif dan berkelanjutan, dimulai sejak tahap pengumpulan data hingga penarikan kesimpulan. Peneliti secara aktif membandingkan data empiris dengan kerangka teoretis yang digunakan untuk memastikan konsistensi dan kedalaman analisis. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami hubungan antara strategi inovasi model bisnis dan transformasi kewirausahaan secara kontekstual dan holistik (Miles et al., 2020). Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai responden dan dokumen, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan menggabungkan wawancara dan studi dokumentasi. Selain itu, peneliti juga melakukan member checking dengan mengonfirmasi hasil interpretasi kepada informan guna memastikan akurasi dan kredibilitas temuan penelitian (Lincoln & Guba, 2020). Tahapan penelitian secara umum meliputi identifikasi masalah, kajian literatur, pengumpulan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan. Seluruh tahapan dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa hasil penelitian mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi inovasi model bisnis sebagai mekanisme transformasi kewirausahaan di era digital (Kraus et al., 2022).

Hasil dan Pembahasan

Dinamika Transformasi Kewirausahaan di Era Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi kewirausahaan di era digital merupakan proses yang kompleks dan multidimensional, tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi digital, tetapi juga menyangkut perubahan paradigma berpikir pelaku usaha dalam menciptakan nilai, mengelola sumber daya, serta membangun hubungan dengan pelanggan. Era digital telah mengubah lanskap kewirausahaan secara signifikan melalui kemajuan teknologi informasi, platform digital, dan ekonomi berbasis data yang mendorong lahirnya model bisnis

baru yang lebih adaptif dan fleksibel (Nambisan et al., 2020). Transformasi kewirausahaan ditandai oleh pergeseran dari praktik bisnis konvensional menuju pendekatan berbasis digital yang menekankan kecepatan, inovasi, dan orientasi pasar. Pelaku kewirausahaan dituntut untuk mampu membaca perubahan perilaku konsumen yang semakin digital-oriented, mengandalkan teknologi dalam proses pencarian informasi, transaksi, serta interaksi dengan merek. Kondisi ini mendorong kewirausahaan untuk melakukan penyesuaian strategis agar tetap relevan dan kompetitif dalam pasar yang dinamis (Kraus et al., 2022).

Temuan penelitian mengungkapkan bahwa banyak pelaku usaha mengalami tantangan dalam proses transformasi kewirausahaan, khususnya terkait kesiapan sumber daya manusia, literasi digital, serta kemampuan manajerial dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam model bisnis yang ada. Transformasi kewirausahaan tidak selalu berjalan linear, melainkan melalui tahapan adaptasi yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal usaha. Faktor internal mencakup kapabilitas organisasi, budaya inovasi, dan kepemimpinan, sementara faktor eksternal meliputi tekanan persaingan, perubahan regulasi, dan perkembangan teknologi (Foss & Saebi, 2021). Di sisi lain, era digital juga membuka peluang besar bagi kewirausahaan untuk memperluas jangkauan pasar tanpa batas geografis, menurunkan biaya operasional, serta meningkatkan efisiensi proses bisnis. Platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi berbasis cloud memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan personal. Hal ini memperkuat peran kewirausahaan digital sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja baru (Autio et al., 2021).

Pembahasan ini menegaskan bahwa transformasi kewirausahaan di era digital merupakan keniscayaan strategis yang harus direspons secara proaktif. Pelaku kewirausahaan yang mampu mengelola perubahan dengan pendekatan inovatif cenderung lebih adaptif dan berkelanjutan dibandingkan mereka yang bertahan pada pola bisnis tradisional. Oleh karena itu, transformasi kewirausahaan perlu dipahami sebagai proses strategis jangka panjang yang memerlukan dukungan inovasi model bisnis yang terencana dan terintegrasi (Vial, 2021).

Strategi Inovasi Model Bisnis dalam Mendorong Transformasi Kewirausahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi model bisnis berperan sebagai strategi inti dalam mendorong transformasi kewirausahaan di era digital. Inovasi model bisnis tidak hanya berkaitan dengan penciptaan produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup perubahan dalam cara nilai diciptakan, disampaikan, dan ditangkap oleh organisasi. Pendekatan ini memungkinkan kewirausahaan untuk merespons perubahan lingkungan bisnis secara lebih adaptif dan berkelanjutan (Teece, 2020). Strategi inovasi model bisnis yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi pengembangan proposisi nilai berbasis kebutuhan pelanggan digital, optimalisasi saluran distribusi digital, serta restrukturisasi hubungan dengan pelanggan melalui platform teknologi. Pelaku kewirausahaan yang berhasil

melakukan transformasi umumnya mampu memanfaatkan data dan teknologi digital untuk memahami preferensi konsumen secara lebih mendalam dan merancang pengalaman pelanggan yang lebih personal (Verhoef et al., 2021).

Selain itu, inovasi model bisnis juga diwujudkan melalui kolaborasi strategis dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti mitra teknologi, platform digital, dan komunitas pengguna. Kolaborasi ini memungkinkan pelaku usaha untuk mengakses sumber daya, pengetahuan, dan jaringan yang lebih luas tanpa harus mengembangkan semuanya secara internal. Strategi ini terbukti efektif dalam mempercepat proses transformasi kewirausahaan dan mengurangi risiko inovasi (Bogers et al., 2021). Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa inovasi model bisnis di era digital bersifat dinamis dan berkelanjutan. Pelaku kewirausahaan dituntut untuk terus melakukan eksperimen, evaluasi, dan penyesuaian terhadap model bisnis yang dijalankan. Pendekatan agile dan lean startup menjadi strategi yang banyak diadopsi karena memungkinkan pengujian ide bisnis secara cepat dan responsif terhadap umpan balik pasar (Ries, 2020).

Dalam pembahasan ini, terlihat bahwa keberhasilan strategi inovasi model bisnis sangat dipengaruhi oleh kemampuan kepemimpinan dan budaya organisasi yang mendukung inovasi. Pemimpin kewirausahaan yang visioner dan terbuka terhadap perubahan cenderung lebih mampu mendorong organisasi untuk berinovasi dan beradaptasi dengan teknologi digital. Budaya pembelajaran dan toleransi terhadap kegagalan menjadi faktor penting dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi model bisnis (Sahut et al., 2021). Dengan demikian, strategi inovasi model bisnis tidak dapat dipisahkan dari proses transformasi kewirausahaan. Inovasi model bisnis berfungsi sebagai mekanisme strategis yang menjembatani pemanfaatan teknologi digital dengan pencapaian tujuan bisnis jangka panjang. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa transformasi kewirausahaan yang efektif harus didukung oleh inovasi model bisnis yang sistematis dan berorientasi pada nilai (Foss et al., 2022).

Implikasi Inovasi Model Bisnis terhadap Daya Saing dan Keberlanjutan Kewirausahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi model bisnis memiliki implikasi signifikan terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan kewirausahaan di era digital. Pelaku usaha yang mampu mengembangkan model bisnis inovatif cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat, baik dari sisi diferensiasi produk, efisiensi operasional, maupun kualitas layanan kepada pelanggan. Inovasi model bisnis memungkinkan kewirausahaan untuk menciptakan nilai unik yang sulit ditiru oleh pesaing (Porter & Heppelmann, 2020). Implikasi lain yang ditemukan adalah peningkatan kemampuan kewirausahaan dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan bisnis. Model bisnis yang fleksibel dan adaptif memungkinkan pelaku usaha untuk dengan cepat merespons perubahan pasar, teknologi, dan preferensi konsumen. Hal ini menjadi faktor kunci

dalam menjaga keberlanjutan usaha di tengah disrupsi digital yang terus berlangsung (Wirtz et al., 2021).

Dari perspektif keberlanjutan, inovasi model bisnis juga berkontribusi pada penciptaan nilai jangka panjang yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada aspek sosial dan lingkungan. Beberapa pelaku kewirausahaan mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam model bisnis digital mereka, seperti penggunaan teknologi ramah lingkungan, pemberdayaan komunitas lokal, dan praktik bisnis yang etis. Pendekatan ini memperkuat legitimasi usaha dan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan (Bocken et al., 2022). Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa inovasi model bisnis berbasis digital dapat meningkatkan inklusivitas kewirausahaan dengan membuka akses pasar bagi pelaku usaha skala kecil dan menengah. Teknologi digital memungkinkan UMKM dan wirausaha pemula untuk bersaing dengan pelaku usaha besar melalui platform yang relatif setara. Hal ini mendukung pertumbuhan kewirausahaan yang lebih merata dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang inklusif (OECD, 2021).

Namun demikian, hasil penelitian juga mengidentifikasi sejumlah tantangan yang perlu diperhatikan, seperti ketergantungan pada platform digital, risiko keamanan data, serta kesenjangan kemampuan digital antar pelaku usaha. Oleh karena itu, inovasi model bisnis perlu disertai dengan strategi mitigasi risiko dan penguatan kapasitas sumber daya manusia agar transformasi kewirausahaan dapat berjalan secara berkelanjutan (Vial, 2021). Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa inovasi model bisnis merupakan fondasi strategis bagi transformasi kewirausahaan di era digital. Implikasi positifnya terhadap daya saing dan keberlanjutan usaha menunjukkan bahwa inovasi model bisnis tidak hanya bersifat opsional, tetapi menjadi kebutuhan strategis bagi pelaku kewirausahaan dalam menghadapi tantangan dan peluang ekonomi digital masa depan.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi model bisnis berperan sebagai penggerak utama dalam mendukung keberhasilan transformasi kewirausahaan. Inovasi pada proposisi nilai, saluran distribusi digital, serta hubungan dengan pelanggan memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Inovasi model bisnis yang terintegrasi dengan teknologi digital juga mendorong kewirausahaan untuk lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan dan perilaku konsumen. Selain itu, inovasi model bisnis terbukti memiliki implikasi positif terhadap daya saing dan keberlanjutan kewirausahaan. Model bisnis yang fleksibel dan inovatif memungkinkan pelaku usaha untuk menghadapi ketidakpastian lingkungan bisnis, mengelola risiko disrupsi digital, serta menciptakan nilai jangka panjang yang tidak hanya

berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada aspek sosial dan keberlanjutan. Dengan demikian, inovasi model bisnis menjadi fondasi penting dalam membangun kewirausahaan yang tangguh dan berdaya saing di era ekonomi digital. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar pelaku kewirausahaan dan pemangku kepentingan terkait memberikan perhatian serius pada pengembangan strategi inovasi model bisnis sebagai bagian integral dari transformasi kewirausahaan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji secara empiris hubungan antara inovasi model bisnis dan kinerja kewirausahaan dengan pendekatan kuantitatif atau studi kasus yang lebih spesifik, sehingga dapat memperkaya pemahaman dan kontribusi ilmiah dalam bidang kewirausahaan digital.

Referensi

- Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. W., & Wright, M. (2021). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 15(2), 1–25.
- Bocken, N. M. P., Schuit, C. S. C., & Kraaijenhagen, C. (2022). Experimenting with sustainable business models: A framework for future research. *Journal of Cleaner Production*, 295, 126–143.
- Bogers, M., Foss, N. J., & Lyngsie, J. (2021). The “human side” of open innovation: The role of employee diversity in firm-level openness. *Research Policy*, 50(1), 104–121.
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2021). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Foss, N. J., & Saebi, T. (2021). Fifteen years of research on business model innovation. *Journal of Management*, 47(1), 1–35.
- Foss, N. J., Saebi, T., & Linder, J. (2022). Business model innovation: The organizational dimension. *Long Range Planning*, 55(3), 102–115.
- Guest, G., Namey, E., & Mitchell, M. (2022). *Collecting and analyzing qualitative data at scale*. SAGE Publications.
- Kraus, S., Breier, M., Lim, W. M., Dabić, M., Kumar, S., Kanbach, D., Mukherjee, D., Corvello, V., & Schiavone, F. (2022). The role of digital transformation in business and management research. *Journal of Business Research*, 124, 889–901.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (2020). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.

- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2020). The digital transformation of innovation and entrepreneurship. *Research Policy*, 49(4), 103–122.
- OECD. (2021). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2020). How smart, connected products are transforming companies. *Harvard Business Review*, 98(3), 96–114.
- Ries, E. (2020). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.
- Sahut, J. M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics*, 56(3), 1159–1169.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). *Research methods for business students* (9th ed.). Pearson Education.
- Teece, D. J. (2020). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 53(1), 101–112.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901.
- Vial, G. (2021). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 30(2), 1–16.
- Wirtz, B. W., Pistoia, A., Ullrich, S., & Göttel, V. (2021). Business models: Origin, development and future research perspectives. *Long Range Planning*, 54(3), 101–121.
- Yin, R. K. (2020). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.