



KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL

PENULIS:

Ifelda Nengsih, Alan Budi Kusuma,
Mardhiyaturrositaningsih, Julina,
Kudiantoro Widiyanto, Anton Priyo Nugroho,
Susan Rachmawati, Utari Evy Cahyani,
Nur Aini Fitriya Ardiani Aniqoh,
Lia Mazia, Nurvi Oktiani, Diah Wulandari,
Muhammad Iqbal.

EDITOR:

Zulfikar, S.Sos., M.S.M.
Hartanti Dewi, S.S.T., M.M.

KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta Pasal 1

Hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ketentuan pidana Pasal 113

- (1) Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL

Penulis:

Ifelda Nengsih, Alan Budi Kusuma, Mardhiyaturrositaningsih,
Julina, Kudiantoro Widiyanto, Anton Priyo Nugroho,
Susan Rachmawati, Utari Evy Cahyani,
Nur Aini Fitriya Ardiani Aniqoh, Lia Mazia, Nurvi Oktiani,
Diah Wulandari, Muhammad Iqbal

Editor:

Zulfikar, S.Sos., M.S.M.
Hartanti Dewi, S.S.T., M.M.



**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Lhokseumawe**

KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL

Penulis:

Ifelda Nengsih, Alan Budi Kusuma, Mardhiyaturrositaningsih, Julina, Kudiantoro Widiyanto, Anton Priyo Nugroho, Susan Rachmawati, Utari Evy Cahyani, Nur Aini Fitriya Ardiani Aniqoh, Lia Mazia, Nurvi Oktiani, Diah Wulandari, Muhammad Iqbal

Editor:

Zulfikar, S.Sos., M.S.M.
Hartanti Dewi, S.S.T., M.M.

ISBN:

978-623-88237-7-2

Desain Cover:

Zul Badri

Cetakan Pertama:

Oktober 2022

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh buku ini tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

PENERBIT:

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM – IAIN LHOKSEUMAWA

Anggota Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (APPTI)

Nomor: 005.152.1.3.2022

Jl. Medan-Banda Aceh Km. 275, No. 1, Bukit Rata, Alue Awe
Lhokseumawe 24352, Aceh, Indonesia

Email: penerbitfebi@iainlhokseumawe.ac.id

<https://febi.iainlhokseumawe.ac.id/penerbit>

Kata Pengantar

Hamdan wa syukran Lillah, sholatan wa salaman 'ala Rasulillah.

Segala puji bagi Allah Swt. yang telah memberikan berbagai nikmatnya kepada kita semua, terutama kepada tim inisiator, para penulis, tim editor serta berbagai pihak yang memberikan dukungan baik moril maupun materiil, sehingga buku ini dapat terselesaikan dan diterbitkan. Shalawat dan salam kepada Baginda Rasulullah Saw. semoga kita semua mendapatkan syafaatnya, *aamiin ya Rabbal 'alamin.*

Berkembangnya teknologi di dunia telah membuka era digital baru, termasuk dalam dunia keuangan dan bisnis. Guna menyiasati tidak menurunnya omzet, tak jarang mereka berlomba-lomba untuk melakukan sebuah inovasi dengan menggunakan piranti-piranti digital. Bagi sebagian pengusaha atau wirausahawan, bergantung pada teknologi bisa saja menciptakan peluang baru yang artinya juga harus siap untuk lebih kompetitif dengan para pesaing. Hal itu termasuk pada penggunaan sistem keuangan berbasis digital.

Digitalisasi yang telah menjadi bagian dari hidup manusia, perlahan menjadi model baru dalam sektor keuangan dan bisnis. Digitalisasi bahkan menjadi gaya hidup manusia, sebagaimana menandakan ciri manusia mulai memasuki *Era Society 5.0.*

Buku Keuangan dan Bisnis digital ini merupakan buku fundament yang memberikan informasi dan pengetahuan terkini tentang keuangan dan bisnis digital. Ditulis oleh 13 orang akademisi yang berasal dari 8 Perguruan Tinggi yang berbeda-beda. Secara umum buku ini mengkaji tentang Pengantar Bisnis, Hukum Bisnis, Lingkup Keuangan dan

Bisnis Digital, Perilaku Konsumen, Revolusi Keuangan dan Bisnis Digital, *Financial Technology*, Pemasaran Melalui Jaringan Internet, *Digital Entrepreneurship*, Strategi Bisnis Digital, Pengembangan Ide dan *Design Thinking*, Model Bisnis, Peran Lembaga Keuangan serta Peran Pemerintah Pada Sektor Keuangan dan Bisnis Digital.

Kami berharap buku yang berada di tangan Anda saat ini dapat meng-*upgrade* pengetahuan dalam bidang keuangan dan bisnis digital yang semakin hari semakin berkembang serta mampu memberikan khazanah keilmuan dari sudut pandang yang berbeda.

Lhokseumawe, 30 September 2022 M
4 Rabiul Awal 1444 H

H. Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I., CBPA
Kepala UPT. Penerbit FEBI – IAIN Lhokseumawe

Kata Pengantar Editor

Alhamdulillah 'ala kulli haal,

Segala kepunyaan hanya milik Allah Swt. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad Saw. beserta keluarga dan para sahabat. *Allahumma sholli 'ala Sayyidina Muhammad wa 'ala ali Sayyidina Muhammad.*

Perkembangan sektor keuangan dan bisnis yang beriringan dengan perkembangan teknologi tentunya dapat membawa dampak yang positif pada suatu negara, salah satunya dampak positif pada peningkatan perekonomian negara tersebut. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi besar untuk perkembangan keuangan dan bisnis digital, karena mendapatkan bonus demografi.

Model bisnis secara digital merupakan model bisnis baru yang mengedepankan kemudahan, secara cepat diterima oleh masyarakat dan disertai kemunculan pemain baru yang mulai mengubah wajah industri. Perubahan model bisnis melalui transformasi digital menjadi pilihan strategis bagi pemain lama dalam menghadapi konsumen yang menuntut layanan baru yang serba cepat, mudah, dan murah dalam *platform* digital.

Digitalisasi telah mengubah lanskap ekonomi-keuangan di negeri ini. Ekonomi digital di Indonesia memang dapat membawa banyak dampak positif, namun tantangan yang dihadapi juga sangat besar. Untuk itu buku ini hadir dalam rangka memberikan informasi mendasar kepada para pembaca dan diharapkan meningkatkan literasi dalam bidang keuangan dan bisnis digital.

Kami berterima kasih kepada UPT. Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam – IAIN Lhokseumawe yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menjadi

penyunting dalam buku yang informatif ini. Semoga buku ini memberikan *maslahat* bagi masyarakat luas, mampu memberikan pemahaman yang utuh kepada para pembaca dan memberikan informasi perkembangan digitalisasi dalam bidang keuangan dan bisnis.

Lhokseumawe, 30 September 2022

Editor,

Zulfikar, S.Sos., M.S.M.

Hartanti Dewi, S.S.T., M.M.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
KATA PENGANTAR EDITOR	vii
DAFTAR ISI	ix
PENGANTAR BISNIS	1
<i>Ifelda Nengsih, SEI., MA., CRP., CIB.</i> <i>(FEBI – UIN Mahmud Yunus Batusangkar)</i>	
HUKUM BISNIS	24
<i>Alan Budi Kusuma, SE. MM. (FEB – UBSI)</i>	
LINGKUP KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL	33
<i>Mardhiyaturrositaningsih, M.E. (FEBI – UIN Semarang)</i>	
PERILAKU KONSUMEN	49
<i>Dr. Julina, SE., M.Si.</i> <i>(Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial – UIN Suska Riau)</i>	
REVOLUSI KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL	74
<i>Kudiantoro Widiyanto, M.Kom.</i> <i>(Fakultas Teknil dan Informatika – UBSI)</i>	
FINANCIAL TECHNOLOGY	91
<i>Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM</i> <i>(Fakultas Ilmu Agama Islam – Universitas Islam Indonesia)</i>	
PEMASARAN MELALUI JARINGAN INTERNET	113
<i>Susan Rachmawati, SE, MMSI. (FEB – UBSI)</i>	

DIGITAL ENTREPRENEURSHIP	128
<i>Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M. (FEBI – UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan)</i>	
STRATEGI BISNIS DIGITAL	149
<i>Nur Aini Fitriya Ardiani Aniqoh, MBA., CFP (FEBI - UIN Walisongo Semarang)</i>	
PENGEMBANGAN IDE DAN DESIGN THINKING	173
<i>Lia Mazia, S.Kom., MMSI. (FEB – UBSI)</i>	
MODEL BISNIS	182
<i>Nurvi Oktiani, S.E, M.M. (FEB – UBSI)</i>	
PERAN LEMBAGA KEUANGAN	194
<i>Diah Wulandari, M.Si. (FEBI – IAIN Palangka Raya)</i>	
PERAN PEMERINTAH PADA SEKTOR KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL	205
<i>Dr. Muhammad Iqbal, M.E.I. (FEBI – UIN Raden Intan Lampung)</i>	

DIGITAL ENTREPRENEURSHIP

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Email: utari@iain-padangsidempuan.ac.id

A. Pendahuluan

Digitalisasi telah mengguncang pasar dan mendistorsi perusahaan selama lebih dari dua dekade belakangan ini. Hal ini mendorong adanya jaringan di seluruh dunia, peningkatan inovasi melalui operasi data, dan batas-batas antar industri menjadi terdistorsi (Bughin & Zeebroeck, 2017). Digitalisasi mengubah dengan cepat kehidupan dan cara kerja manusia. Sejarah manusia terkait dengan bagaimana perusahaan baru dan mapan beroperasi di pasar juga berubah akibat adanya digitalisasi (Teece & Linden, 2017).

Tren teknologi mendukung cara baru untuk berkolaborasi, mengatur sumber daya, merancang produk, mencocokkan permintaan dan penawaran yang kompleks, dan mengembangkan standar dan solusi baru (Markus & Loebbecke, 2013). Dari sudut pandang ekonomi, barang dan jasa yang diproduksi dapat disesuaikan dengan harga produksi massal. Selain itu, digitalisasi juga mengubah lokus peluang dan praktik kewirausahaan (Baierl & Behrens, 2019). Dengan demikian, digitalisasi merupakan kekuatan terpenting dalam kewirausahaan dan inovasi (Berger et al., 2021).

Teknologi digital baru telah mengubah sifat ketidakpastian yang melekat dalam proses dan hasil kewirausahaan serta cara menghadapi ketidakpastian

tersebut. Hal ini telah menimbulkan pertanyaan penting di persimpangan teknologi digital dan kewirausahaan (Nambisan, 2017). Teknologi digital saat ini memiliki dampak yang signifikan pada bagaimana usaha bisnis baru dibayangkan dan dibuat. Paradigma teknologi yang muncul memanfaatkan potensi kolaborasi dan kecerdasan kolektif untuk merancang dan meluncurkan inisiatif kewirausahaan yang lebih kuat dan berkelanjutan (Elia et al., 2020).

Pada awal unculnya internet, *digital entrepreneurship* (kewirausahaan digital) menyiratkan transformasi usaha bisnis yang ada untuk mengakomodasi lingkungan online, biasanya dengan membangun situs web. Pada era digital seperti sekarang, kewirausahaan lebih banyak diminati daripada sebelumnya. Kewirausahaan digital tidak terbatas pada mengadakan pertemuan online dan komunikasi di media sosial saja. Sebaliknya, perlu pendekatan holistik yang mencakup semua proses organisasi, termasuk komunikasi, dan penyediaan layanan (Soltanifar & Hughes, 2021).

Kewirausahaan digital memiliki pengaruh yang cukup besar pada sektor korporasi dalam skala global. Cara individu berkomunikasi telah merevolusi sebagai hasil dari perusahaan seperti Google, Twitter, Facebook, Apple, dan Microsoft. Kita telah memasuki fase baru perkembangan digital di mana kecerdasan buatan meningkatkan tidak hanya penilaian strategis tetapi juga kualitas keseluruhan dan persepsi publik tentang peristiwa kehidupan nyata. Aksesibilitas, kemampuan beradaptasi, dan efektivitas biaya komputasi awan semuanya telah meningkat sebagai akibat langsung dari meningkatnya minat pada layanan ini (Al-Mamary & Alraja, 2022).

Digitalisasi dan kewirausahaan digital memang telah mengubah beberapa asumsi penting dari penelitian dan

praktik kewirausahaan. Karena kewirausahaan sebagai fenomena dan disiplin akademik sangat interdisipliner, perubahan ini meluas ke disiplin tetangga pada individu (misalnya, psikologi, kesejahteraan dan kesehatan), perusahaan (misalnya, strategi, pemasaran dan keuangan), industri (misalnya, organisasi industri), dan tingkat makro (misalnya, kebijakan, ekonomi, sosiologi) (Steininger et al., 2022).

Kewirausahaan digital adalah pendorong penting dalam sistem inovasi. Kewirausahaan digital juga memberikan dampak yang besar bagi industri kreatif (Sujatmiko et al., 2022). Hal ini dikarenakan kewirausahaan digital mengubah struktur, tujuan, dan mekanisme jaringan dari sistem bisnis secara keseluruhan dan, pada akhirnya, memengaruhi berbagai tingkat dan dimensi sistem inovasi. Kewirausahaan digital juga membawa perubahan yang tak terhindarkan pada sistem inovasi, teknologi digital mungkin tidak hanya memberikan peluang bisnis baru tetapi juga mengganggu dan menyebabkan kerentanan baru (Satalkina & Steiner, 2020).

B. Definisi dan Tema dalam Kewirausahaan Digital

Kewirausahaan digital secara luas didefinisikan sebagai menciptakan usaha baru dan mengubah bisnis yang ada dengan mengembangkan teknologi digital baru atau penggunaan baru dari teknologi tersebut (Baierl & Behrens, 2019). Kewirausahaan digital dapat didefinisikan sebagai munculnya perusahaan baru dan transformasi perusahaan lama melalui penemuan teknologi digital yang inovatif dan/atau aplikasi kreatif dari teknologi baru tersebut. Semakin banyak negara mengakui bahwa aktivitas kewirausahaan di ruang digital merupakan pendorong penting peningkatan produktivitas dan pertumbuhan

ekonomi, serta penciptaan lapangan kerja dan kemajuan teknologi (Zhao & Collier, 2016).

Kewirausahaan digital merupakan perpaduan antara teknologi digital dan kewirausahaan yang semakin penting dalam ekonomi global (Recker & von Briel, 2019). Kewirausahaan digital berfokus pada penciptaan usaha baru dan mengubah bisnis yang ada dengan mengembangkan teknologi digital baru atau penggunaan baru. Lebih lanjut, teknologi digital juga telah memungkinkan pertumbuhan ekonomi berbagi, menghubungkan pemilik dan pengguna, dan mengganggu dualisme bisnis dan pelanggan sebelumnya (Muafi et al., 2021).

Kewirausahaan digital pada dasarnya bergantung pada sumber pendanaan eksternal untuk mendorong pertumbuhan (Cavallo et al., 2019). Namun pendapat lain menyatakan bahwa kewirausahaan digital hanya bergantung pada sumber pendanaan internal pada tahap awal, seperti tingkat investasi pengusaha itu sendiri (Schücker & Gutmann, 2021). *Startup* digital pada tahap awal perkembangannya sering mengalami inovasi pada arsitektur nilai dan model bisnis mereka. Serangkaian metode pragmatis yang mengacu pada prinsip *lean* dan *agile* diusulkan untuk mendukung wirausahawan digital menghadapi inovasi model bisnis. *Lean start-up* dapat digunakan sebagai metode yang baik untuk memungkinkan inovasi model bisnis dalam kewirausahaan digital (Ghezzi & Cavallo, 2018).

Ammirato et al. (2020) mengklasifikasikan karakteristik yang berbeda dari pengusaha digital. Terdapat ada tiga jenis wirausahawan digital yang berbeda yaitu (1) wirausaha digital yang muncul sangat muda, (2) wirausaha digital yang fokus berkembang, dan (3) wirausaha digital yang suda berpengalaman dalam bisnis. Selain itu, terdapat

empat dimensi yang terkait dengan kewirausahaan digital yaitu aktor digital (siapa), aktivitas digital (apa), motivasi digital (mengapa), dan organisasi digital (bagaimana) didefinisikan dan dibahas (Elia et al., 2020).

Tipologi akan membantu kita lebih memahami kewirausahaan digital. Satu titik awal untuk tipologi semacam itu adalah untuk mengeksplorasi potensi digitalisasi dalam aktivitas, proses, batasan, dan hubungan yang terkait dengan perusahaan. Tingkat digitalisasi dapat diturunkan melalui: (1) tingkat pemasaran digital yang dilakukan oleh perusahaan, (2) penjualan digital perusahaan, (3) sifat digital barang atau jasa perusahaan, (4) potensi distribusi digital barang atau jasa, (5) potensi interaksi digital dengan pemangku kepentingan eksternal utama dalam rantai nilai, dan (6) potensi digital dari aktivitas internal virtual yang terkait dengan operasi perusahaan (Hull et al., 2007).

C. Keunggulan dan Kekurangan Kewirausahaan Digital

Keunggulan kewirausahaan digital antara lain mudah untuk meningkatkan skala bisnis. Sebagai contoh, ketika kita memulai bisnis secara online, peluang tanpa batas tersedia untuk meningkatkan skala bisnis. Seorang wirausahawan digital juga memiliki kebebasan untuk mengembangkan bisnis secara global dengan cukup mudah. Kegiatan menjual produk dapat dilakukan kepada siapa pun di planet ini dengan menggunakan internet. Selain itu, wirausahawan digital dapat bekerja dan bepergian secara bersamaan. Hanya diperlukan koneksi internet yang berkualitas untuk melakukan pekerjaan kewirausahaan digital.

Meskipun memiliki berbagai keunggulan, kewirausahaan digital juga memiliki beberapa kekurangan. Pada kewirausahaan digital diperlukan staf memiliki

keterampilan dan pengetahuan yang tepat untuk melakukan pemasaran digital. Selain itu, diperlukan pelacakan hasil yang konsisten untuk memastikan pemasaran secara online tersebut dapat berjalan sesuai dengan target. Para pelaku bisnis digital juga menghadapi persaingan dengan pelaku usaha dari seluruh dunia. Masalah keamanan data juga masih menjadi pekerjaan yang perlu dipelajari lebih lanjut oleh pelaku kewirausahaan digital. Terakhir, kewirausahaan digital dapat mengakibatkan turbulensi kelembagaan dan inisiatif baru sering kali dihalangi oleh kelompok kepentingan pribadi yang menempatkan sumber daya keuangan dan relasional (Geissinger et al., 2019).

Manfaat kewirausahaan digital antara lain menghubungkan kewirausahaan digital pedesaan dan pengurangan kemiskinan (He, 2019). Selain itu, kewirausahaan digital mendorong kemakmuran di daerah perdesaan (Meng et al., 2022). Kewirausahaan digital juga berkontribusi terhadap keberlanjutan bisnis mikro selama masa sulit dengan memberdayakan ketahanan mereka, terlepas dari kesulitan yang mereka hadapi (Alhothali & Al-Dajani, 2022). Pemanfaatan *platform* digital pada bisnis UMK pada komponen bisnis, analisis ke belakang, daya tarik visual, kemampuan persuasi, persepsi tentang iklan berbayar, waktu posting, dan sinergi di luar aktivitas dunia digital, memberikan informasi dan wawasan yang lebih kaya yang meningkatkan nilai bisnis (Rozan, 2022).

Selain itu Fintech *lending* sebagai salah satu bentuk kewirausahaan digital berperan sebagai penyedia uang utama bagi perusahaan yang masih baru. Melalui perkembangan teknologi digital, bank telah bergeser dari kegiatan peminjaman uang tradisional (yaitu, pembiayaan utang) menjadi pemangku kepentingan di Fintech dan investor ekuitas. Bidang-bidang yang sebelumnya berbeda

ini telah bertemu karena persyaratan peraturan, pendatang baru digital, dan kebutuhan akan inovasi yang konstan, dengan pembangunan berkelanjutan masa depan mereka bergantung pada berbagi dan kolaborasi (Hommel & Bican, 2020).

Peluang kewirausahaan digital terdapat di berbagai bidang diantaranya bidang teknologi (*EdTech*, *Fintech*, *cybersecurity*), perawatan kesehatan (diagnostik, perawatan virtual, kebugaran), hiburan (*over the top*, *game*, media sosial), dan *e-commerce* (pengiriman tanpa kontak, pembayaran metode, *augmented reality*) (Modgil et al., 2022).

D. Ekosistem Kewirausahaan Digital

Ekosistem kewirausahaan merupakan ekosistem lingkungan digital karena menggunakan teknologi digital sebagai struktur fasilitasi atau teknologi. Tujuan umum ekosistem kewirausahaan menggabungkan jaringan luas pemangku kepentingan yang heterogen dan tersebar secara geografis dalam tujuan akhir untuk menyediakan dukungan untuk proses desain dan pembentukan *startup*. *Platform* digital memungkinkan pengusaha untuk memulai usaha kecil atau mikro mereka sendiri. Dalam pandangan seperti itu, peta jalan untuk mengubah ide kewirausahaan menjadi usaha baru terjadi melalui proses yang didukung secara virtual yang dimungkinkan oleh teknologi digital (Markus & Loebbecke, 2013).

Bisnis digital lebih mudah dibangun dibandingkan dengan bisnis tradisional. Lingkungan digital dianggap penting untuk pertumbuhan bisnis di tahun-tahun berikutnya (Biclesanu et al., 2021). Teknologi informasi memainkan empat peran utama dalam operasi kewirausahaan yaitu sebagai fasilitator yang membuat operasi *startup* lebih

mudah, sebagai mediator untuk operasi usaha baru, sebagai hasil dari operasi kewirausahaan, dan sebagai model bisnis itu sendiri (Steininger, 2019).

Konsep ekosistem kewirausahaan digital merupakan konsep baru yang mana masih sedikit upaya yang dilakukan untuk memberikan definisi yang otonom. Ekosistem kewirausahaan digital merupakan kombinasi elemen dalam suatu wilayah yang mendukung pengembangan dan pertumbuhan *startup* inovatif yang mengejar peluang baru yang disajikan oleh teknologi digital. Gagasan ekosistem kewirausahaan digital sebagai upaya kolektif dan kolaboratif di antara “spesies digital,” memungkinkan mengatasi keterbatasan sumber daya satu perusahaan dan mempercepat penciptaan *startup* digital. (Du et al., 2018).

Berikut ini karakteristik ekosistem kewirausahaan digital (Elia et al., 2020):

1. Pandangan kewirausahaan sebagai proses dinamis yang bertujuan untuk mengubah peluang menjadi solusi dan usaha inovatif;
2. Peran luas teknologi digital sebagai objek dan domain yang menciptakan proposisi nilai melalui pengembangan produk dan transformasi organisasi;
3. Dampak digitalisasi dalam menghubungkan pelaku wirausaha dan mendukung lingkungan baru bagi proses wirausaha, serta munculnya komunitas wirausaha digital;
4. Kehadiran anggota sistem dan pemangku kepentingan, yang berinteraksi dan dikorelasikan oleh sejumlah aliran.

Beberapa ekosistem secara signifikan ditujukan untuk menghasilkan keluaran digital (misalnya Apple). Namun, beberapa ekosistem lain yang menggunakan teknologi digital untuk menghasilkan layanan nondigital (seperti Uber).

Meskipun mereka juga menghasilkan hasil digital (misalnya aplikasi) yang hanya berfungsi untuk bisnis inti. Dengan demikian, masuk akal untuk memisahkan ekosistem (dan perusahaan) yang menyediakan keluaran digital dari ekosistem (dan perusahaan) yang bertindak sebagai lingkungan digital untuk menyediakan keluaran non-digital (Henfridsson & Bygstad, 2013).

Pada konteks pengembangan ekonomi daerah, rancangan ekosistem dan kebijakan dibangun untuk mengembangkan ekosistem kewirausahaan untuk mempromosikan ekonomi lokal (Li et al., 2017). Ekosistem kewirausahaan digital dan ekonomi *platform* digital dapat digunakan bersama untuk mengidentifikasi aliran penelitian utama tentang kewirausahaan digital: model bisnis digital, proses kewirausahaan digital dan penciptaan *startup* digital, kewirausahaan digital dalam *platform* digital, dan ekosistem digital kewirausahaan (Sahut et al., 2021).

Sebagaimana kewirausahaan secara luas, kewirausahaan digital juga diadvokasi sebagai pendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi. Fenomena kewirausahaan digital terlihat baik melalui digitalisasi bisnis yang ada maupun penciptaan perusahaan digital (Fernandes et al., 2022). Bagi perusahaan konvensional, proses transformasi menjadi wirausaha digital tidak dapat dilakukan tanpa dukungan pemerintah melalui promosi digitalisasi sektor wirausaha. Dari sisi wirausaha, bisnis harus tumbuh sesuai dengan kebutuhan konsumen yaitu kemana mereka ingin pergi dan dalam kondisi apapun. Karena itu diperlukan transformasi marketing dan kewirausahaan menuju kewirausahaan dan pemasaran digital (Margono, 2021).

E. Penelitian Masa Depan Terkait Kewirausahaan Digital

Potensi kesenjangan dalam kewirausahaan digital berkembang dalam ekonomi yang semakin digital. Kesenjangan tersebut antara lain kesenjangan dalam jumlah keterampilan dan pengetahuan digital yang dibutuhkan wirausahawan. Hal ini membutuhkan lebih banyak perhatian dalam literatur kewirausahaan digital. Karena itu, diperlukan program yang dapat mendukung perusahaan dan daya saing ekonomi secara keseluruhan dalam ekonomi global dan digital (Sahut et al., 2021).

Kompetensi kewirausahaan digital membentuk pilihan sebelum memulai dan keputusan strategis pasca memulai kewirausahaan digital (Ngoasong, 2018). Sedangkan teknologi digital yang muncul, seperti kecerdasan buatan, teknologi blockchain, dan analisis *big data*, dapat membentuk masa depan kewirausahaan digital (Kollmann et al., 2022). Penggunaan teknologi *virtual reality* seperti avatar dan agen virtual antropomorfik terbukti efektif terhadap kondisi psikologis konsumen dan realisme yang dirasakannya (Saad & Choura, 2022).

Penelitian terkait kewirausahaan telah dilakukan dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk mengeksplorasi intensi dan perilaku kewirausahaan digital (Al-Mamary & Alraja, 2022). Penggabungan TPB dan EEM (Entrepreneurial Event Model) menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, kelayakan yang dirasakan, keinginan yang dirasakan, kecenderungan untuk bertindak, pendidikan kewirausahaan digital, dan inovasi adalah konstruksi yang memberikan pengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan, sedangkan kontrol perilaku yang dirasakan dan *self-efficacy* secara signifikan memengaruhi perilaku kewirausahaan (Alferaih, 2022).

Penelitian untuk mengeksplorasi tentang intensi dan perilaku kewirausahaan digital masih terbuka. Hal ini dilakukan dengan menambah variabel baru yang memengaruhi intensi dan perilaku di luar model TPB yang sudah kokoh namun masih terbuka ruang untuk mengembangkan model tersebut. Seperti penelitian Akhter et al. (2022) yang menyatakan bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan online.

Lingkungan yang semakin digital telah menyebabkan perubahan situasi kehidupan yang ditandai dengan urbanitas, keterbukaan terhadap solusi baru, perubahan situasi kerja, dan pola pikir baru. Semua aspek ini mendorong ekonomi berbagi (*sharing economy*) (Richter et al., 2017). Aktor eksternal berkontribusi pada perusahaan untuk beradaptasi dan menciptakan nilai. Perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan menggabungkan sumber daya internal dan aset eksternal dari hubungan strategis tersebut (Beliaeva et al., 2020).

Penelitian berbasis studi literatur juga telah dilakukan untuk mengetahui peta perkembangan riset-riset tentang kewirausahaan digital. Penelitian terdahulu tentang kewirausahaan digital dengan pendekatan bibliometrik telah dilakukan oleh Zhai et al. (2022) dan literatur review terstruktur dilakukan oleh Zaheer et al. (2019).

Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat tujuh istilah inti terkait digital dalam domain manajemen dan ekonomi, yaitu: digital, model bisnis, model bisnis digital, teknologi digital, inovasi digital, transformasi digital, dan kewirausahaan digital (Bican & Brem, 2020). Selain itu, terdapat enam aliran penelitian yang berhubungan dengan kewirausahaan digital antara lain model bisnis digital, proses kewirausahaan digital, strategi *platform*, ekosistem digital,

pendidikan kewirausahaan, dan kewirausahaan digital sector sosial (Kraus et al., 2019).

F. Kesimpulan

Kewirausahaan digital faktor penting yang mendorong sistem inovasi. Kewirausahaan digital juga memberikan dampak yang besar bagi industri kreatif. Selain itu, kewirausahaan digital juga mengubah struktur, tujuan, dan mekanisme jaringan dari sistem bisnis secara keseluruhan yang pada akhirnya, berdampak pada berbagai tingkat dan dimensi sistem inovasi. Kewirausahaan digital juga membawa perubahan yang tak terhindarkan pada sistem inovasi. Hal ini dikarenakan teknologi digital selain dapat memberikan peluang bisnis baru tetapi juga mengganggu dan menyebabkan kerentanan baru.

Kewirausahaan digital didefinisikan sebagai munculnya perusahaan baru dan transformasi perusahaan lama melalui penemuan teknologi digital yang inovatif dan/atau aplikasi kreatif dari teknologi baru tersebut. Tingkat digitalisasi dapat dilakukan perusahaan antara lain: (1) tingkat pemasaran digital yang dilakukan oleh perusahaan, (2) penjualan digital perusahaan, (3) sifat digital barang atau jasa perusahaan, (4) potensi distribusi digital barang atau jasa, (5) potensi interaksi digital dengan pemangku kepentingan eksternal utama dalam rantai nilai, dan (6) potensi digital dari aktivitas internal virtual yang terkait dengan operasi perusahaan.

Ekosistem kewirausahaan merupakan ekosistem lingkungan digital karena menggunakan teknologi digital sebagai struktur fasilitasi atau teknologi. Tujuan umum ekosistem kewirausahaan menggabungkan jaringan luas pemangku kepentingan yang heterogen dan tersebar secara geografis dalam tujuan akhir untuk menyediakan dukungan

untuk proses desain dan pembentukan *startup*. Gagasan ekosistem kewirausahaan digital sebagai upaya kolektif dan kolaboratif di antara “spesies digital,” memungkinkan mengatasi keterbatasan sumber daya satu perusahaan dan mempercepat penciptaan *startup* digital.

Penelitian yang akan datang perlu dilakukan untuk mengembangkan kewirausahaan digital. Tema-tema menarik dari domain kewirausahaan digital yang dapat menjadi diskusi untuk pengembangan kewirausahaan digital antara lain: model bisnis digital, proses kewirausahaan digital, strategi *platform*, ekosistem digital, pendidikan kewirausahaan, dan kewirausahaan digital sektor sosial.

G. Daftar Pustaka

- Akhter, A., Mobarak KARIM, M., & Anwarul ISLAM, K. M. (2022). The Impact of Creativity and Innovativeness on Digital Entrepreneurship: Empirical Evidence from Bangladesh. *Anwarul ISLAM / Journal of Asian Finance*, 9(3), 77–0082. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no3.0077>
- Al-Mamary, Y. H. S., & Alraja, M. M. (2022). Understanding entrepreneurship intention and behavior in the light of TPB model from the digital entrepreneurship perspective. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100106. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100106>
- Alferaih, A. (2022). Starting a New Business? Assessing University Students' Intentions towards Digital Entrepreneurship in Saudi Arabia. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100087. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100087>

- Alhothali, G. T., & Al-Dajani, H. (2022). Emotions and Resilience in Saudi Women’s Digital Entrepreneurship during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 14(14), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su14148794>
- Ammirato, S., Sofo, F., Felicetti, A. M., Helander, N., & Aramo-Immonen, H. (2020). A new typology to characterize Italian digital entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(2), 224–245. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-02-2019-0105>
- Baierl, R., & Behrens, J. (2019). Digital Entrepreneurship: Interface Between Digital Technologies and Entrepreneurship. In A. Brem (Ed.), *FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-20138-8_3
- Beliaeva, T., Ferasso, M., Kraus, S., & Damke, E. J. (2020). Dynamics of digital entrepreneurship and the innovation ecosystem: A multilevel perspective. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(2), 266–284. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-06-2019-0397>
- Berger, E. S. C., von Briel, F., Davidsson, P., & Kuckertz, A. (2021). Digital or not – The future of entrepreneurship and innovation: Introduction to the special issue. *Journal of Business Research*, 125(xxxx), 436–442. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.020>
- Bican, P. M., & Brem, A. (2020). Digital Business Model, Digital Transformation, Digital Entrepreneurship: Is there a sustainable “digital”? *Sustainability (Switzerland)*, 12(13), 1–15.

<https://doi.org/10.3390/su12135239>

- Biclesanu, I., Anagnoste, S., Branga, O., & Savastano, M. (2021). Digital entrepreneurship: Public perception of barriers, drivers, and future. *Administrative Sciences*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/admsci11040125>
- Bughin, J., & Zeebroeck, N. (2017). Digital strategies, and why some work better than others. *Harvard Business Review*, 56(4), 80–86.
- Cavallo, A., Ghezzi, A., & Balocco, R. (2019). Entrepreneurial ecosystem research: present debates and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1291–1321. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0526-3>
- Du, W. (Derek), Pan, S. L., Zhou, N., & Ouyang, T. (2018). From a marketplace of electronics to a digital entrepreneurial ecosystem (DEE): The emergence of a meta-organization in Zhongguancun, China. *Information Systems Journal*, 28(6), 1158–1175. <https://doi.org/10.1111/isj.12176>
- Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150(January 2019), 119791. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119791>
- Fernandes, C., Ferreira, J. J., Veiga, P. M., Kraus, S., & Dabić, M. (2022). Digital entrepreneurship *platforms*: Mapping the field and looking towards a holistic approach. *Technology in Society*, 70(February). <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101979>

- Geissinger, A., Laurell, C., Sandström, C., Eriksson, K., & Nykvist, R. (2019). Digital entrepreneurship and field conditions for institutional change— Investigating the enabling role of cities. *Technological Forecasting and Social Change*, 146(November 2017), 877–886. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.06.019>
- Ghezzi, A., & Cavallo, A. (2018). Agile Business Model Innovation in Digital Entrepreneurship: Lean Startup Approaches. *Journal of Business Research*, 110(June), 519–537. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.06.013>
- He, X. (2019). Digital entrepreneurship solution to rural poverty: Theory, practice and policy implications. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 24(1). <https://doi.org/10.1142/S1084946719500043>
- Henfridsson, O., & Bygstad, B. (2013). The generative mechanisms of digital infrastructure evolution. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 37(3), 907–931. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37.3.11>
- Hommel, K., & Bican, P. M. (2020). Digital entrepreneurship in finance: Fintechs and funding decision criteria. *Sustainability (Switzerland)*, 12(19), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su12198035>
- Hull, C. E., Hung, Y. T. C., Hair, N., Perotti, V., & Demartino, R. (2007). Taking advantage of digital opportunities: A typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4(3), 290–303. <https://doi.org/10.1504/IJNVO.2007.015166>
- Kollmann, T., Kleine-Stegemann, L., de Cruppe, K., & Then-Bergh, C. (2022). Eras of Digital Entrepreneurship: Connecting the Past, Present, and Future. *Business*

- and Information Systems Engineering*, 64(1), 15–31.
<https://doi.org/10.1007/s12599-021-00728-6>
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(2), 353–375.
<https://doi.org/10.1108/IJEBr-06-2018-0425>
- Li, W., Du, W., & Yin, J. (2017). Digital entrepreneurship ecosystem as a new form of organizing: The case of Zhongguancun. *Frontiers of Business Research in China*, 11(1), 1–21. <https://doi.org/10.1186/s11782-017-0004-8>
- Margono, H. (2021). Digital Marketing & Digital Entrepreneurship During Social Restriction Policy in Indonesia. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1).
<https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.339>
- Markus, M. L., & Loebbecke, C. (2013). Commoditized Digital Processes and Business Community Platforms: New Opportunities and Challenges for Digital Business Strategies. *MIS Quarterly*, 37(2), 649–653.
- Meng, X., Zhang, J., & Sun, M. (2022). An Inclusive Entrepreneurial Path Model Based on Rural Digital Entrepreneurship Data in Zhejiang Province Using Few-Shot Learning. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022.
<https://doi.org/10.1155/2022/8015681>
- Modgil, S., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Gupta, S., & Kamble, S. (2022). Has Covid-19 accelerated opportunities for

- digital entrepreneurship? An Indian perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121415.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121415>
- Muafi, M., Syafri, W., Prabowo, H., & Nur, S. A. (2021). Digital Entrepreneurship in Indonesia: A Human Capital Perspective. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 351–359.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0351>
- Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Ngoasong, M. Z. (2018). Digital entrepreneurship in a resource-scarce context: A focus on entrepreneurial digital competencies. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 483–500.
<https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2017-0014>
- Recker, J., & von Briel, F. (2019). The future of digital entrepreneurship research: Existing and emerging opportunities. *40th International Conference on Information Systems, ICIS 2019*, 1–9.
- Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S., & Giselbrecht, C. (2017). Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy. *Creativity and Innovation Management*, 26(3), 300–310.
<https://doi.org/10.1111/caim.12227>
- Rozan, M. Z. A. (2022). Evidence of Impact from a National Digital Entrepreneurship Apprentice Program in Malaysia. *Indonesian Journal of Innovation and Applied Sciences (IJIAS)*, 2(1), 50–59.

<https://doi.org/10.47540/ijias.v2i1.408>

- Saad, S. Ben, & Choura, F. (2022). Effectiveness of virtual reality technologies in digital entrepreneurship: a comparative study of two types of virtual agents. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 24(1), 195–220. <https://doi.org/10.1108/JRME-01-2021-0013>
- Sahut, J. M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics*, 56(3), 1159–1169. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00260-8>
- Sataalkina, L., & Steiner, G. (2020). Digital entrepreneurship and its role in innovation systems: A systematic literature review as a basis for future research avenues for sustainable transitions. *Sustainability (Switzerland)*, 12(7). <https://doi.org/10.3390/su12072764>
- Schückes, M., & Gutmann, T. (2021). Why do startups pursue initial coin offerings (ICOs)? The role of economic drivers and social identity on funding choice. *Small Business Economics*, 57(2), 1027–1052. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00337-9>
- Soltanifar, M., & Hughes, M. (2021). *Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society* (L. Göcke (ed.)). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6_5
- 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. <https://doi.org/10.1111/isj.12206>

- Steininger, D. M., Kathryn Brohman, M., & Block, J. H. (2022). Digital Entrepreneurship: What is New if Anything? *Business and Information Systems Engineering*, 64(1), 1–14. <https://doi.org/10.1007/s12599-021-00741-9>
- Sujatmiko, A., Alexandri, M. B., Arifianti, R., & Sumadinata, W. S. (2022). The Effect of Digital Entrepreneurship on Creative Cities: In Pandemic Covid-19 Era. *Specialusis Ugdymas*, 1(43), 3386–3406.
- Teece, D. J., & Linden, G. (2017). Business models, value capture, and the digital enterprise. *Journal of Organization Design*, 6(1), 0–14. <https://doi.org/10.1186/s41469-017-0018-x>
- Zaheer, H., Breyer, Y., & Dumay, J. (2019). Digital entrepreneurship: An interdisciplinary structured literature review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 148(June 2018). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119735>
- Zhai, Y., Yang, K., Chen, L., Lin, H., Yu, M., & Jin, R. (2022). Digital entrepreneurship: global maps and trends of research. *Journal of Business and Industrial Marketing*, April. <https://doi.org/10.1108/JBIM-05-2021-0244>
- Zhang, X., Liu, Y., Geng, X., & Wei, D. (2022). The Digital Entrepreneurship Era: How to Motivate Innovativeness in Middle Management Teams? The Vertical Organisational Pervasiveness of Chief Executive Officer Entrepreneurial Orientation. *Frontiers in Psychology*, 13(March), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.775558>
- Zhao, F., & Collier, A. (2016). Digital Entrepreneurship:

Research and Practice. *9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, October, 2173–2182.*
<http://eprints.staffs.ac.uk/6274/>

KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL

Berkembangnya teknologi di dunia telah membuka era digital baru, termasuk dalam dunia keuangan dan bisnis. Guna menyiasati tidak menurunnya omzet, tak jarang mereka berlomba-lomba untuk melakukan sebuah inovasi dengan menggunakan piranti-piranti digital. Bagi sebagian pengusaha atau wirausahawan, bergantung pada teknologi bisa saja menciptakan peluang baru yang artinya juga harus siap untuk lebih kompetitif dengan para pesaing. Hal itu termasuk pada penggunaan sistem keuangan berbasis digital.

Digitalisasi yang telah menjadi bagian dari hidup manusia, perlahan menjadi model baru dalam sektor keuangan dan bisnis. Digitalisasi bahkan menjadi gaya hidup manusia, sebagaimana menandakan ciri manusia mulai memasuki Era *Society 5.0*.

Buku Keuangan dan Bisnis digital ini merupakan buku *fundament* yang memberikan informasi dan pengetahuan terkini tentang keuangan dan bisnis digital. Ditulis oleh 13 orang akademisi yang berasal dari 8 Perguruan Tinggi yang berbeda-beda. Secara umum buku ini mengkaji tentang Pengantar Bisnis, Hukum Bisnis, Lingkup Keuangan dan Bisnis Digital, Perilaku Konsumen, Revolusi Keuangan dan Bisnis Digital, *Financial Technology*, Pemasaran Melalui Jaringan Internet, *Digital Entrepreneurship*, Strategi Bisnis Digital, Pengembangan Ide dan *Design Thinking*, Model Bisnis, Peran Lembaga Keuangan serta Peran Pemerintah Pada Sektor Keuangan dan Bisnis Digital.



PENERBIT

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN LHOKSEUMAWA

Anggota Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (APPTI)
Nomor: 005.152.1.3.2022

