

Optimalisasi Digital Competence sebagai Strategi Adaptasi Dinamis Wirausahawan dalam Menghadapi Disrupsi Pasar di Era Digital

¹Abu Muna Almaududi Ausat, ²Dewa Oka Suparwata, ³Andriya Risdwiyanto

¹Universitas Subang, Indonesia, ²Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Indonesia

³Universitas Proklamasi 45, Indonesia

¹abumuna742@gmail.com, ²suparwata_do@umgo.ac.id, ³andriya.risdwiyanto@up45.ac.id

Submit : 28 Feb 2025 | Diterima : 29 Mar 2025 | Terbit : 30 Mar 2025

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan disrupsi pasar yang menuntut wirausahawan untuk memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi agar bisnis mereka tetap kompetitif. Optimalisasi digital competence menjadi strategi kunci dalam menghadapi perubahan ini, mencakup literasi informasi, komunikasi digital, pemanfaatan teknologi dalam operasional bisnis, serta keamanan siber. Penelitian ini merupakan tinjauan pustaka dengan pendekatan kualitatif dan analisis deskriptif, yang mengkaji berbagai literatur dari Google Scholar dan sumber kredibel lainnya dalam rentang tahun 2015–2024. Dari 50 artikel awal, 22 artikel dipilih berdasarkan relevansi dan kualitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wirausahawan yang mengoptimalkan digital competence mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta menciptakan inovasi bisnis yang berkelanjutan. Studi kasus dari Mangkokku, Buttonscarves, dan Sayurbox membuktikan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, manajemen pelanggan, dan rantai pasok dapat meningkatkan daya saing bisnis. Namun, masih banyak wirausahawan yang menghadapi kendala seperti keterbatasan akses terhadap pelatihan digital dan resistensi terhadap perubahan teknologi. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan industri diperlukan untuk menyediakan pelatihan serta dukungan kebijakan guna meningkatkan kesiapan digital wirausahawan. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan digital competence bukan hanya menjadi kebutuhan individu wirausahawan, tetapi juga faktor strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Keywords: Digital Competence, Disrupsi Pasar, Adaptasi Dinamis, Wirausahawan, Transformasi Digital

PENDAHULUAN

Beradaptasi terhadap perubahan pasar yang dinamis di era digital menjadi tantangan utama bagi wirausahawan di berbagai sektor. Disrupsi pasar yang disebabkan oleh inovasi teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan meningkatnya persaingan global menuntut wirausahawan untuk memiliki kompetensi digital yang optimal agar tetap relevan dan kompetitif. Digital competence, yang mencakup kemampuan memahami, menggunakan, dan mengelola teknologi digital secara efektif, telah menjadi salah satu faktor kunci dalam keberhasilan bisnis modern. Menurut teori Digital Competence Framework, kompetensi digital terdiri dari beberapa aspek utama seperti literasi informasi, komunikasi digital, pembuatan konten digital, keamanan siber, serta pemecahan masalah berbasis teknologi (Audrin et al., 2024; Wicaksono & Prasetyo, 2023). Penguasaan terhadap aspek-aspek tersebut memungkinkan wirausahawan untuk beradaptasi secara lebih fleksibel terhadap perubahan pasar yang cepat dan tidak terduga.

Perubahan lanskap bisnis yang dipercepat oleh perkembangan teknologi digital semakin memperjelas pentingnya digital competence dalam dunia kewirausahaan. Transformasi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, dengan semakin banyaknya pelanggan yang beralih ke

platform e-commerce, media sosial, dan layanan digital lainnya. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah (UKM) yang mengadopsi teknologi digital lebih awal memiliki tingkat keberlanjutan usaha yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang masih bertumpu pada metode konvensional. Menurut studi dari (Chatra et al., 2024), UKM yang mengembangkan kompetensi digital mereka mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan berinovasi dalam produk serta layanan yang mereka tawarkan. Maka, optimalisasi digital competence menjadi kebutuhan tambahan dan suatu strategi yang esensial bagi wirausahawan untuk bertahan dan berkembang di tengah disrupsi pasar.

Selain itu, digital competence berperan penting dalam meningkatkan ketahanan bisnis terhadap tantangan eksternal seperti krisis ekonomi, perubahan regulasi, dan pandemi global. Sebagai contoh, selama pandemi COVID-19, banyak usaha yang mengalami penurunan omzet akibat pembatasan aktivitas fisik dan pergeseran perilaku konsumen ke arah digital. Wirausahawan yang memiliki keterampilan digital yang memadai dapat dengan cepat beradaptasi dengan mengalihkan operasional bisnis mereka ke platform online, memanfaatkan pemasaran digital, dan menerapkan strategi e-commerce. Studi yang dilakukan oleh (Dwivedi et al., 2021) menunjukkan bahwa bisnis yang lebih digital-savvy mengalami pemulihan yang lebih cepat dibandingkan dengan bisnis yang masih bergantung pada metode konvensional. Hal ini mengindikasikan bahwa digital competence memberikan keuntungan kompetitif dan meningkatkan resiliensi usaha terhadap guncangan pasar.

Lebih lanjut, optimalisasi digital competence juga berkontribusi terhadap peningkatan daya saing usaha melalui inovasi berbasis teknologi. Wirausahawan yang menguasai teknologi digital mampu menciptakan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan modern, yang semakin mengutamakan kenyamanan, personalisasi, dan efisiensi. Misalnya, penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam analisis data pelanggan memungkinkan pengusaha untuk memahami tren pasar dengan lebih akurat, sementara teknologi blockchain dapat digunakan untuk meningkatkan transparansi dan keamanan transaksi. Konsep dynamic capabilities yang dikembangkan oleh (Farzaneh et al., 2022) menegaskan bahwa organisasi yang memiliki kapabilitas dinamis, termasuk dalam mengadopsi teknologi baru, lebih mampu untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat. Dengan demikian, digital competence merupakan keterampilan teknis, sekaligus menjadi faktor strategis dalam inovasi bisnis.

Namun, meskipun penting, masih banyak wirausahawan yang menghadapi kendala dalam mengembangkan kompetensi digital mereka. Beberapa hambatan utama meliputi kurangnya akses terhadap pelatihan digital, keterbatasan sumber daya, serta resistensi terhadap perubahan teknologi. Menurut penelitian dari (Rahayu & Day, 2017), banyak pelaku usaha kecil dan menengah yang merasa kesulitan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi karena kurangnya pemahaman terhadap manfaatnya atau keterbatasan dana untuk mengadopsi solusi digital. Selain itu, faktor usia dan pengalaman bisnis juga dapat memengaruhi kesiapan wirausahawan dalam mengadopsi teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif untuk membantu wirausahawan dalam meningkatkan digital competence mereka agar dapat bersaing secara lebih efektif di pasar yang semakin terdigitalisasi.

Dalam konteks ini, kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan industri menjadi kunci dalam mempercepat penguatan kompetensi digital bagi wirausahawan. Program pelatihan berbasis digital, pendampingan usaha, serta kebijakan yang mendukung transformasi digital dapat memberikan dorongan signifikan bagi pelaku usaha dalam meningkatkan keterampilan mereka. Pemerintah Indonesia sendiri telah meluncurkan berbagai inisiatif seperti program UMKM Go Digital dan Gerakan Nasional Literasi Digital untuk membantu wirausahawan dalam mengadopsi teknologi digital. Selain itu, institusi pendidikan tinggi juga dapat berperan dengan menyediakan kurikulum yang berorientasi pada pengembangan kompetensi digital bagi calon wirausahawan, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan bisnis di era digital.

Optimalisasi digital competence sebagai strategi adaptasi dinamis juga perlu mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan etika dalam penggunaan teknologi. Meskipun adopsi teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha, penting bagi wirausahawan untuk tetap memperhatikan prinsip-prinsip keberlanjutan, seperti perlindungan data pelanggan,

penggunaan teknologi yang ramah lingkungan, serta keseimbangan antara otomatisasi dan peran tenaga kerja manusia. Penelitian yang dilakukan oleh (Buonocore et al., 2024) menyoroti bahwa transformasi digital yang tidak memperhatikan etika dapat menimbulkan dampak negatif, seperti penyalahgunaan data dan pengurangan lapangan pekerjaan. Artinya, strategi optimalisasi digital competence harus disertai dengan pemahaman terhadap aspek tanggung jawab sosial dan dampak jangka panjang dari penggunaan teknologi digital.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana optimalisasi digital competence dapat menjadi strategi adaptasi dinamis bagi wirausahawan dalam menghadapi disrupsi pasar di era digital. Dengan meninjau berbagai literatur terkait, penelitian ini akan mengeksplorasi peran kompetensi digital dalam meningkatkan ketahanan bisnis, inovasi, serta daya saing wirausahawan. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan kompetensi digital serta strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi hambatan dalam proses adopsi teknologi digital. Melalui kajian ini, diharapkan dapat ditemukan wawasan yang lebih mendalam mengenai pentingnya digital competence dalam menghadapi tantangan bisnis di era yang semakin terdigitalisasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Digital Competence

Digital competence merujuk pada kemampuan individu dalam memahami, menggunakan, dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis dan kewirausahaan (Jony & Yayan, 2024). Kompetensi ini mencakup literasi digital, penguasaan perangkat lunak dan aplikasi bisnis, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, serta keamanan siber dalam mengelola data dan transaksi. Dalam konteks wirausaha, digital competence menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan inovasi bisnis yang sesuai dengan perkembangan teknologi. Kemampuan ini juga mencakup kecerdasan dalam memilah informasi digital yang kredibel serta keterampilan dalam mengadopsi teknologi baru guna meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Disrupsi Pasar

Disrupsi pasar adalah fenomena perubahan drastis dalam struktur industri dan pola bisnis akibat munculnya inovasi teknologi yang menggeser cara tradisional dalam beroperasi (Olabode et al., 2023). Disrupsi ini sering kali terjadi karena hadirnya model bisnis baru yang lebih efisien, berbasis digital, dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat dan murah dibandingkan metode konvensional. Contoh nyata dari disrupsi pasar adalah kehadiran e-commerce yang mengubah pola belanja masyarakat dari toko fisik ke platform daring, serta layanan transportasi berbasis aplikasi yang menggeser dominasi taksi konvensional. Bagi wirausahawan, disrupsi pasar bisa menjadi ancaman jika tidak mampu beradaptasi, tetapi juga merupakan peluang untuk mengembangkan model bisnis inovatif yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar modern.

Adaptasi Dinamis

Adaptasi dinamis merupakan kemampuan individu atau organisasi dalam menyesuaikan diri secara cepat dan fleksibel terhadap perubahan lingkungan bisnis yang tidak terduga (Cakmak, 2023). Dalam konteks kewirausahaan, adaptasi dinamis mencakup pengambilan keputusan yang responsif terhadap tren pasar, kemampuan mengintegrasikan teknologi baru, serta pengembangan strategi bisnis yang agile untuk menghadapi ketidakpastian ekonomi. Wirausahawan yang memiliki kemampuan adaptasi dinamis akan lebih siap dalam mengatasi tantangan, seperti perubahan kebijakan regulasi, preferensi konsumen, atau gangguan rantai pasok akibat faktor eksternal. Adaptasi yang cepat terhadap perubahan ini memungkinkan bisnis untuk tetap bertahan, berkembang, dan bahkan memimpin pasar dengan menciptakan nilai tambah yang inovatif.

Wirausahawan

Wirausahawan adalah individu yang menciptakan, mengembangkan, dan menjalankan usaha dengan mengambil risiko serta memanfaatkan peluang yang ada untuk mencapai keuntungan

dan pertumbuhan bisnis (Bryson, 2015). Seorang wirausahawan bertindak sebagai pengelola bisnis dan inovator yang terus mencari cara baru untuk meningkatkan daya saing usahanya. Dalam era digital, wirausahawan perlu memiliki keterampilan teknologi yang baik agar dapat memanfaatkan berbagai platform digital untuk pemasaran, distribusi, dan interaksi dengan pelanggan. Selain itu, wirausahawan yang sukses juga memiliki pola pikir visioner, daya tahan menghadapi tantangan, serta kemampuan dalam membangun jejaring bisnis yang luas guna mempercepat pertumbuhan usaha mereka.

Transformasi Digital

Transformasi digital adalah proses perubahan fundamental dalam cara bisnis beroperasi dengan mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan daya saing (Kraus et al., 2022). Transformasi ini mencakup berbagai aspek, seperti digitalisasi proses operasional, pemanfaatan big data untuk analisis bisnis, serta integrasi kecerdasan buatan dalam layanan pelanggan. Dalam konteks kewirausahaan, transformasi digital memungkinkan bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan pengalaman pelanggan, serta mengoptimalkan rantai pasok melalui sistem berbasis teknologi. Perusahaan yang berhasil melakukan transformasi digital, seperti GoTo, Shopee, dan Ruangguru, mampu mengubah lanskap industri dengan menghadirkan solusi inovatif berbasis teknologi, sementara bisnis yang enggan beradaptasi sering kali tertinggal dan kehilangan daya saingnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis konsep optimalisasi digital competence sebagai strategi adaptasi dinamis wirausahawan dalam menghadapi disrupsi pasar di era digital. Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk menggali secara mendalam berbagai perspektif teoritis dan empiris yang berkaitan dengan digital competence, adaptasi bisnis, serta tantangan yang dihadapi wirausahawan dalam menghadapi perubahan pasar yang semakin terdigitalisasi. Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif, di mana data yang diperoleh dari berbagai sumber literatur dikaji secara sistematis untuk memberikan pemahaman yang komprehensif terkait topik yang dibahas. Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi tren, konsep, serta temuan-temuan utama dari penelitian terdahulu yang relevan dengan optimalisasi digital competence dan dampaknya terhadap strategi adaptasi wirausahawan. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan kompetensi digital dalam konteks kewirausahaan serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kesiapan wirausahawan dalam menghadapi tantangan digital. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui pencarian literatur yang dilakukan menggunakan database Google Scholar serta berbagai website kredibel yang menyediakan publikasi ilmiah dan laporan riset terkait. Pemilihan sumber dilakukan berdasarkan relevansi dengan topik penelitian, di mana hanya artikel yang diterbitkan dalam rentang waktu 2015–2024 yang dipertimbangkan untuk memastikan bahwa data yang digunakan masih relevan dengan dinamika digitalisasi bisnis saat ini. Pada tahap awal pencarian, ditemukan sebanyak 50 artikel yang membahas topik terkait, namun setelah melalui proses seleksi ketat berdasarkan kredibilitas sumber, relevansi konten, serta kesesuaian dengan fokus penelitian, hanya 22 artikel yang digunakan dalam analisis akhir. Proses seleksi artikel dilakukan dengan beberapa kriteria utama, di antaranya: (1) artikel yang membahas digital competence dalam konteks kewirausahaan dan bisnis; (2) penelitian yang mengulas dampak digitalisasi terhadap strategi adaptasi wirausahawan dalam menghadapi disrupsi pasar; (3) publikasi yang berasal dari jurnal terindeks atau laporan dari lembaga riset yang kredibel; dan (4) studi yang menggunakan pendekatan empiris maupun konseptual yang dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai strategi optimalisasi digital competence.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Optimalisasi digital competence menjadi faktor kunci bagi wirausahawan dalam menghadapi disrupsi pasar di era digital, karena kemampuan untuk memahami, mengelola, dan

mengintegrasikan teknologi secara strategis menentukan daya saing bisnis di tengah perubahan yang cepat. Digital competence mencakup literasi informasi, komunikasi digital, pengelolaan data, keamanan siber, serta pemecahan masalah berbasis teknologi, yang secara kolektif memungkinkan wirausahawan untuk mengadaptasi model bisnisnya terhadap dinamika digital dengan lebih gesit dan efektif. Penerapan digital competence yang optimal terlihat dalam pemanfaatan platform e-commerce untuk memperluas pasar, pemasaran digital berbasis algoritma guna meningkatkan keterlibatan pelanggan, serta penggunaan kecerdasan buatan dalam sistem manajemen pelanggan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan personalisasi layanan. Lebih jauh, digital competence juga berperan dalam pengambilan keputusan berbasis data yang memungkinkan bisnis merespons perubahan tren secara proaktif, menghindari stagnasi, serta menciptakan inovasi produk atau layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Aldoseri et al., 2024). Tanpa kompetensi digital yang memadai, wirausahawan berisiko kehilangan pangsa pasar akibat ketidaksiapan dalam mengadopsi teknologi yang semakin mendominasi ekosistem bisnis, serta mengalami keterbatasan dalam membangun keberlanjutan usaha, terutama dalam menghadapi tantangan seperti perubahan perilaku konsumen, transformasi industri, dan meningkatnya persaingan berbasis teknologi.

Transformasi digital telah mengubah perilaku konsumen secara signifikan, mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya menyesuaikan strategi bisnisnya tetapi juga mengadopsi teknologi secara proaktif agar tetap kompetitif di tengah perubahan yang cepat. Studi terdahulu menunjukkan bahwa UKM yang mengoptimalkan teknologi digital lebih cepat mengalami peningkatan efisiensi operasional dan daya saing dibandingkan UKM yang masih mengandalkan metode konvensional, karena teknologi memungkinkan otomatisasi, efisiensi rantai pasok, dan strategi pemasaran berbasis data yang lebih presisi (Sharabati et al., 2024). Bisnis kuliner Mangkokku, yang didirikan oleh Chef Arnold Poernomo dan rekan-rekannya, menjadi bukti konkret bagaimana transformasi digital dapat dioptimalkan untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis bahkan dalam situasi krisis seperti pandemi COVID-19 (Yuniar, 2021). Mangkokku berhasil meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan di tengah ketatnya persaingan industri kuliner dengan mengadopsi sistem pemesanan berbasis aplikasi yang mengurangi ketergantungan pada transaksi offline, memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasaran yang interaktif dan berbasis algoritma, serta menggunakan analisis data pelanggan untuk menyesuaikan menu dengan preferensi konsumen. Lebih dari sekadar alat adaptasi, digitalisasi dalam bisnis seperti Mangkokku menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan memungkinkan keputusan berbasis data yang lebih akurat, personalisasi layanan yang lebih baik, dan efisiensi biaya operasional yang lebih tinggi dibandingkan model bisnis tradisional. Keberhasilan ini menegaskan bahwa kompetensi digital bukan lagi sekadar opsi, melainkan kebutuhan fundamental bagi pelaku usaha yang ingin bertahan dan berkembang dalam ekosistem bisnis modern yang semakin terdigitalisasi.

Selain dalam industri kuliner, digital competence juga menjadi faktor kunci dalam sektor fesyen dan kreatif, memungkinkan brand untuk beradaptasi dengan dinamika pasar yang semakin terdigitalisasi dan berbasis tren konsumen. Buttonscarves, sebagai merek hijab premium asal Indonesia, berhasil memperluas pangsa pasarnya melalui strategi pemasaran digital yang inovatif, memanfaatkan kekuatan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk membangun branding yang kuat, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta menciptakan tren yang viral guna mempercepat adopsi produk di pasar (Assegaf, 2023; Linda & Asih, 2024). Buttonscarves dapat memperluas jangkauan ke pasar global tetapi juga meningkatkan pengalaman pelanggan dengan layanan personalisasi berbasis data dengan pendekatan omnichannel yang mengintegrasikan e-commerce dan toko fisik. Pemanfaatan big data memungkinkan mereka untuk menganalisis pola perilaku konsumen secara lebih mendalam, mengidentifikasi tren fashion yang sedang berkembang, serta mengembangkan koleksi produk yang lebih sesuai dengan preferensi pelanggan, sehingga meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi risiko produk tidak laku. Selain itu, strategi digital Buttonscarves juga mencakup optimalisasi iklan berbayar berbasis algoritma untuk menargetkan segmen pelanggan potensial dengan lebih akurat, serta pemanfaatan influencer marketing guna memperkuat kredibilitas dan daya tarik produk mereka. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa digital competence merupakan alat untuk meningkatkan daya saing, sekaligus menjadi fondasi utama bagi bisnis untuk berkembang secara global dengan strategi berbasis

teknologi yang lebih adaptif, presisi, dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang.

Kurangnya kompetensi digital di kalangan pelaku usaha kecil berdampak pada keterbatasan akses ke pelanggan yang semakin beralih ke layanan daring dan mempercepat marginalisasi bisnis tradisional dalam ekosistem ekonomi digital yang semakin kompetitif. Banyak pedagang konvensional di pasar tradisional mengalami penurunan omzet akibat pergeseran perilaku konsumen yang lebih memilih kenyamanan berbelanja melalui platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan GrabMart, sementara ketidakmampuan mereka dalam mengadopsi teknologi digital menyebabkan hilangnya peluang dalam pemasaran berbasis algoritma, pembayaran digital yang lebih praktis, serta sistem logistik yang lebih efisien (Ausat et al., 2022; Ausat & Suherlan, 2021; Rahutami, 2021). Selain itu, keterbatasan dalam analisis data membuat mereka sulit memahami preferensi pelanggan, yang pada akhirnya menghambat inovasi produk dan layanan yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar, memperkuat ketimpangan antara bisnis digital dan konvensional. Maka, pelatihan digital bagi pelaku usaha kecil tidak dapat hanya berfokus pada edukasi teknis seperti cara menggunakan platform digital, tetapi juga harus mencakup pengembangan strategi adaptasi berbasis data, di mana wirausahawan diajarkan untuk memanfaatkan analitik pelanggan guna mengoptimalkan keputusan bisnis mereka. Selain itu, pemasaran digital yang efektif harus menjadi bagian dari pelatihan, agar mereka dapat menjangkau audiens yang lebih luas melalui media sosial dan iklan berbasis algoritma, serta mampu membangun interaksi yang lebih personal dengan pelanggan melalui chatbot dan email marketing otomatis. Di sisi lain, integrasi teknologi dalam rantai pasok juga menjadi aspek krusial, terutama bagi sektor yang sangat bergantung pada distribusi fisik seperti ritel dan kuliner, sehingga para pelaku usaha dapat mengadopsi sistem manajemen inventaris otomatis, pemantauan stok real-time, serta optimalisasi logistik berbasis AI untuk meningkatkan efisiensi operasional. Implementasi dalam pendekatan pelatihan yang lebih menyeluruh ini menuntun wirausahawan kecil memiliki keterampilan digital yang mumpuni dan strategi yang matang dalam menghadapi persaingan di pasar yang semakin terdigitalisasi, sekaligus mempersempit kesenjangan digital yang semakin memperlebar jurang antara bisnis konvensional dan digital.

Selain dalam aspek pemasaran dan operasional, digital competence juga memainkan peran krusial dalam meningkatkan efisiensi bisnis dengan mengoptimalkan proses kerja, meminimalkan biaya, dan mempercepat distribusi produk atau layanan. Sayurbox, sebuah startup agritech di Indonesia, menjadi contoh konkret bagaimana teknologi dapat merevolusi rantai pasok dengan menghubungkan petani langsung dengan konsumen melalui platform digital, mengurangi ketergantungan pada perantara yang selama ini menyebabkan ketimpangan harga dan ketidakstabilan pasokan. Sayurbox mampu mengintegrasikan analisis permintaan pasar secara real-time dengan menerapkan sistem manajemen rantai pasok berbasis teknologi, meningkatkan ketepatan prediksi stok, serta mengurangi limbah hasil pertanian melalui distribusi yang lebih efisien, sehingga petani mendapatkan harga jual yang lebih adil dan konsumen memperoleh produk dengan harga yang lebih kompetitif (Ariati & Putra, 2024; Istikhomah et al., 2014). Selain itu, penggunaan teknologi dalam manajemen operasional Sayurbox memungkinkan automasi proses pemesanan, pelacakan pengiriman yang lebih transparan, serta integrasi pembayaran digital, yang mempercepat transaksi dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Keberhasilan Sayurbox menegaskan bahwa pemanfaatan digital competence bisa meningkatkan efisiensi operasional, sekaligus menciptakan dampak sosial-ekonomi yang lebih luas dengan memberdayakan petani, mengurangi ketimpangan akses pasar, dan membentuk ekosistem bisnis yang lebih berkelanjutan. Wirausahawan yang memahami bagaimana mengoptimalkan teknologi dalam model bisnisnya akan lebih mampu menghadapi disrupsi pasar, merancang strategi berbasis data, serta menciptakan inovasi yang mampu bertahan dalam jangka panjang di tengah persaingan digital yang semakin ketat.

Banyak wirausahawan menghadapi berbagai hambatan dalam meningkatkan kompetensi digital mereka, mulai dari kurangnya akses terhadap pelatihan, keterbatasan modal untuk investasi teknologi, hingga resistensi terhadap perubahan yang sering kali didasarkan pada ketidakpahaman akan manfaat jangka panjang dari transformasi digital. Penelitian dari (Rahayu & Day, 2017) menunjukkan bahwa sebagian besar UKM di Indonesia masih mengalami kesulitan dalam mengadopsi teknologi digital akibat keterbatasan sumber daya manusia, finansial, serta minimnya

literasi digital, yang menghambat integrasi teknologi dalam operasional bisnis mereka. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif untuk membantu wirausahawan dalam mengembangkan kompetensi digital mereka, salah satunya melalui pelatihan berbasis kebutuhan industri, yang dirancang untuk memberikan keterampilan praktis seperti pemasaran digital, manajemen data, dan pemanfaatan platform e-commerce secara efektif. Selain itu, program pendampingan dari mentor atau inkubator bisnis dapat memberikan bimbingan yang lebih personal dalam mengadopsi teknologi sesuai dengan skala usaha dan karakteristik pasar yang mereka targetkan. Penyediaan akses pembiayaan khusus untuk digitalisasi, seperti subsidi perangkat lunak atau kredit bunga rendah untuk investasi teknologi, juga menjadi langkah penting dalam mendorong percepatan transformasi digital bagi pelaku usaha kecil. Di sisi lain, peran pemerintah dan sektor swasta dalam mengembangkan kebijakan pro-digitalisasi, seperti insentif pajak bagi UKM yang mengadopsi teknologi atau kolaborasi dengan perusahaan teknologi untuk menyediakan solusi yang lebih terjangkau, dapat mempercepat adopsi digital di kalangan wirausahawan. Hambatan-hambatan dalam penguasaan kompetensi digital dapat dikurangi dengan pendekatan yang terstruktur dan berkelanjutan, sehingga wirausahawan mampu bertahan dalam persaingan pasar yang semakin terdigitalisasi dan lebih inovatif dalam mengembangkan model bisnis yang adaptif dan berkelanjutan.

Kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan industri menjadi kunci dalam mempercepat transformasi digital bagi wirausahawan dengan menciptakan ekosistem pendukung yang menyeluruh, mulai dari edukasi hingga akses teknologi dan pendanaan. Program seperti Gerakan Nasional Literasi Digital, yang diluncurkan pemerintah Indonesia, dirancang untuk meningkatkan pemahaman teknologi masyarakat, termasuk pelaku UMKM, dengan menyediakan pelatihan dalam aspek literasi informasi, keamanan digital, budaya digital, dan etika digital yang menjadi fondasi penting dalam adaptasi teknologi. Sementara itu, inisiatif global seperti Google Digital Garage dan Facebook Blueprint menawarkan kursus gratis yang berfokus pada pemasaran digital, analisis data, serta strategi e-commerce, memungkinkan wirausahawan untuk mengembangkan keterampilan berbasis teknologi tanpa harus menghadapi hambatan biaya. Lebih jauh, kerja sama dengan industri, seperti kemitraan antara marketplace seperti Tokopedia dan Shopee dengan komunitas UMKM, memberikan akses langsung kepada pelaku usaha untuk memahami tren pasar, mengoptimalkan algoritma platform, serta meningkatkan visibilitas produk mereka di ekosistem digital. Selain itu, akademisi juga berperan dalam merancang kurikulum berbasis kebutuhan industri dan melakukan riset untuk memahami pola adopsi digital di sektor UMKM, yang dapat menjadi dasar dalam merancang kebijakan yang lebih efektif. Dengan adanya sinergi antara sektor-sektor ini, tidak hanya meningkatkan kesiapan digital wirausahawan, tetapi juga menciptakan lingkungan yang mendorong inovasi dan keberlanjutan bisnis dalam menghadapi tantangan ekonomi yang semakin kompleks di era digital.

Optimalisasi digital competence menjadi strategi fundamental bagi wirausahawan dalam menghadapi disrupsi pasar di era digital, karena teknologi adalah alat bantu dan faktor penentu daya saing dan keberlanjutan bisnis. Studi kasus dari berbagai sektor, seperti industri kuliner dengan Mangkokku, fesyen dengan Buttonsarves, serta agrotech dengan Sayurbox, menunjukkan bahwa bisnis yang mampu mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional dan strategi pemasarannya memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang dibandingkan dengan yang masih mengandalkan metode konvensional. Keberhasilan mereka dalam memanfaatkan platform e-commerce, analisis big data, pemasaran berbasis algoritma, serta sistem manajemen pelanggan berbasis kecerdasan buatan menjadi bukti bahwa digital competence mampu meningkatkan efisiensi dan membuka peluang ekspansi pasar yang lebih luas. Maka, wirausahawan perlu secara proaktif mengasah keterampilan digital mereka, baik melalui pelatihan formal seperti yang disediakan oleh Google Digital Garage dan Facebook Blueprint, maupun melalui pembelajaran berbasis komunitas dan eksperimen langsung dalam bisnis mereka. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan sektor swasta dalam bentuk kebijakan pro-digitalisasi, insentif keuangan, serta kemitraan strategis dengan platform teknologi juga berperan penting dalam mempercepat adopsi digital di kalangan pelaku usaha kecil. Wirausahawan mampu beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah dengan meningkatkan kompetensi digital secara berkelanjutan, serta lebih siap dalam mengantisipasi tren masa depan, menciptakan inovasi yang

relevan, dan memastikan keberlanjutan bisnis mereka dalam lanskap ekonomi yang semakin terdigitalisasi.

Tabel 1. Temuan Penting Optimalisasi Digital Competence

Temuan Penting	Penjelasan
Digital Competence sebagai Fondasi Adaptasi Wirausahawan	Kemampuan digital menjadi faktor kunci bagi wirausahawan dalam menghadapi perubahan pasar yang semakin terdigitalisasi. Penguasaan teknologi memungkinkan mereka meningkatkan efisiensi operasional, strategi pemasaran digital, serta inovasi berbasis data.
Disrupsi Pasar Mendorong Perubahan Strategi Bisnis	Transformasi digital telah mengubah pola konsumsi dan cara bisnis beroperasi. Wirausahawan yang tidak mampu beradaptasi dengan teknologi digital berisiko tertinggal dan kehilangan daya saing di pasar.
Adaptasi Dinamis sebagai Respon terhadap Ketidakpastian Pasar	Wirausahawan yang mengoptimalkan <i>digital competence</i> dapat dengan cepat menyesuaikan strategi bisnis mereka terhadap tren pasar yang terus berubah, baik dalam aspek produk, pemasaran, maupun distribusi.
Strategi Optimalisasi Digital Competence dalam Wirausaha	Optimalisasi <i>digital competence</i> dapat dilakukan melalui pemanfaatan e-commerce, pemasaran berbasis media sosial, penggunaan <i>big data</i> , serta penerapan kecerdasan buatan (AI) dalam bisnis.
Studi Kasus Keberhasilan Digitalisasi Wirausaha	Contoh bisnis seperti Mangkokku yang sukses menggunakan strategi pemasaran digital, Buttonsarves yang membangun komunitas pelanggan berbasis digital, serta Sayurbox yang mengoptimalkan rantai pasok berbasis teknologi membuktikan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan daya saing wirausahawan.
Hambatan dalam Implementasi Digital Competence	Tantangan utama dalam digitalisasi bisnis meliputi kurangnya literasi digital, resistensi terhadap perubahan, keterbatasan infrastruktur digital, serta biaya investasi teknologi yang masih relatif tinggi.
Pentingnya Dukungan Ekosistem Digital bagi Wirausahawan	Pemerintah, institusi pendidikan, dan sektor industri perlu berkolaborasi dalam menyediakan akses pelatihan teknologi, pendanaan untuk digitalisasi UMKM, serta infrastruktur yang mendukung transformasi digital dalam kewirausahaan.
Implikasi Optimalisasi Digital Competence terhadap Keberlanjutan Bisnis	Wirausahawan yang mengoptimalkan <i>digital competence</i> memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di era digital. Selain itu, adopsi teknologi dalam bisnis tidak hanya meningkatkan daya saing individu tetapi juga mempercepat pertumbuhan ekonomi digital secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Optimalisasi digital competence merupakan strategi adaptasi yang sangat penting bagi wirausahawan dalam menghadapi disrupsi pasar di era digital. Kemampuan untuk memahami, mengelola, dan memanfaatkan teknologi digital memungkinkan bisnis untuk tetap kompetitif dan relevan di tengah perubahan yang cepat. Studi kasus dari berbagai sektor, seperti Mangkokku, Buttonsarves, dan Sayurbox, menunjukkan bahwa wirausahawan yang memiliki digital competence yang baik mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan menciptakan inovasi bisnis yang berkelanjutan. Sebaliknya, wirausahawan yang kurang memiliki kompetensi digital berisiko mengalami stagnasi atau bahkan penurunan kinerja akibat ketidakmampuan untuk menyesuaikan diri dengan tren digital yang terus berkembang. Penguatan

literasi digital, investasi dalam teknologi, serta pelatihan dan pendampingan bagi pelaku usaha menjadi elemen kunci dalam memastikan keberlanjutan bisnis di era digital.

Penelitian ini memiliki implikasi teoretis dan praktis yang signifikan. Dari sisi teoretis, temuan penelitian ini memperkaya literatur mengenai digital competence dalam konteks kewirausahaan dan memberikan wawasan mengenai bagaimana strategi digital dapat digunakan sebagai alat adaptasi dinamis dalam menghadapi disrupsi pasar. Dari sisi praktis, penelitian ini memberikan gambaran bagi wirausahawan, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya mengenai pentingnya peningkatan digital competence dalam bisnis. Pemerintah dan sektor swasta dapat menggunakan temuan ini sebagai dasar untuk merancang kebijakan dan program pelatihan yang lebih efektif guna meningkatkan kesiapan wirausahawan dalam mengadopsi teknologi digital. Selain itu, bagi akademisi, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan kurikulum pendidikan kewirausahaan berbasis digital agar lebih relevan dengan kebutuhan industri.

Untuk meningkatkan adaptasi wirausahawan terhadap perubahan pasar berbasis digital, beberapa saran dapat diberikan. Pertama, wirausahawan perlu secara aktif meningkatkan literasi digital mereka melalui berbagai pelatihan dan kursus daring, seperti yang disediakan oleh Google Digital Garage atau Facebook Blueprint. Kedua, kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan industri harus diperkuat dalam menyediakan akses terhadap teknologi dan pendampingan bagi pelaku UMKM, terutama di sektor yang masih mengalami kesenjangan digital. Ketiga, wirausahawan disarankan untuk lebih proaktif dalam mengadopsi teknologi digital dalam berbagai aspek bisnis, termasuk pemasaran, operasional, dan manajemen pelanggan. Keempat, investasi dalam infrastruktur digital dan keamanan siber juga perlu menjadi perhatian agar bisnis dapat berjalan dengan efisien dan aman dalam ekosistem digital yang semakin kompleks.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi hasilnya. Pertama, sebagai penelitian tinjauan pustaka dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini tidak melakukan pengujian empiris langsung terhadap dampak digital competence terhadap keberlanjutan bisnis wirausahawan, sehingga diperlukan penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak tersebut secara lebih objektif. Kedua, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada artikel yang diperoleh dari Google Scholar dan website kredibel dalam rentang waktu 2015–2024, sehingga mungkin terdapat keterbatasan dalam cakupan literatur yang dianalisis. Ketiga, studi kasus yang digunakan sebagai ilustrasi dalam pembahasan lebih banyak berasal dari bisnis yang sudah cukup mapan dalam pemanfaatan digital, sehingga generalisasi terhadap UMKM yang masih dalam tahap awal transformasi digital perlu dilakukan dengan lebih hati-hati. Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan pendekatan studi lapangan atau wawancara langsung dengan wirausahawan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai tantangan dan strategi optimalisasi digital competence dalam konteks bisnis yang lebih beragam.

REFERENSI

- Aldoseri, A., Al-Khalifa, K. N., & Hamouda, A. M. (2024). AI-Powered Innovation in Digital Transformation: Key Pillars and Industry Impact. *Sustainability*, 16(5), 1790. <https://doi.org/10.3390/su16051790>
- Ariati, N., & Putra, B. B. A. G. F. (2024). Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada Perusahaan Sayur Box Menggunakan Metode Ward dan Peppard. *Jurnal Penelitian Sistem Informasi*, 3(1), 10–17. <https://doi.org/10.54066/jpsi.v3i1.2804>
- Assegaf, R. (2023). Analisis Keberhasilan Hijab Indonesia: Strategi Marketing Buttons carves Dalam Ekspansi Pasar Di Malaysia. *Halal Research Journal*, 3(1), 30–37. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v3i1.584>
- Audrin, B., Audrin, C., & Salamin, X. (2024). Digital skills at work – Conceptual development and empirical validation of a measurement scale. *Technological Forecasting and Social Change*, 202, 123279. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123279>
- Ausat, A. M. A., Siti Astuti, E., & Wilopo. (2022). Analisis Faktor Yang Berpengaruh Pada Adopsi E-commerce Dan Dampaknya Bagi Kinerja UKM Di Kabupaten Subang. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 9(2), 333–346. <https://doi.org/10.25126/jtiik.202295422>

- Ausat, A. M. A., & Suherlan, S. (2021). Obstacles and Solutions of MSMEs in Electronic Commerce during Covid-19 Pandemic: Evidence from Indonesia. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 4(1), 11–19. <https://doi.org/10.54268/BASKARA.4.1.11-19>
- Bryson, J. R. (2015). Entrepreneurship, Geography of. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (pp. 686–691). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.72125-8>
- Buonocore, F., Annosi, M. C., de Gennaro, D., & Riemma, F. (2024). Digital transformation and social change: Leadership strategies for responsible innovation. *Journal of Engineering and Technology Management*, 74, 101843. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2024.101843>
- Cakmak, Z. (2023). Adapting to Environmental Change: The Importance of Organizational Agility in the Business Landscape. *Florya Chronicles of Political Economy*, 9(1), 67–87. https://doi.org/10.17932/IAU.FCPE.2015.010/fcpe_v09i1004
- Chatra, A., Budaya, I., Saprudin, & Judijanto, L. (2024). Dynamic of Product Innovation, Community Involvement, and Regulatory Policy: Case Study of MSME Entrepreneurship in Indonesia. *IJBLE*, 5(1), 105–118.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Farzaneh, M., Wilden, R., Afshari, L., & Mehralian, G. (2022). Dynamic capabilities and innovation ambidexterity: The roles of intellectual capital and innovation orientation. *Journal of Business Research*, 148, 47–59. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.030>
- Istikhomah, N., Ngadiman, & Sohidin. (2014). Analisis Kinerja Sumber Daya Insani Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Dana Amanah Ditinjau Dari Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia. *Jupe UNS*, 2(2), 109–123.
- Jony, C., & Yayan, H. (2024). The Influence of Entrepreneurship Education and Digital Literacy in Forming Entrepreneurial Competence. *Dinasti International Journal of Management Science*, 5(6), 1154–1161.
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International Journal of Information Management*, 63, 102466. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466>
- Linda, Y., & Asih, K. (2024). buttonsarves's digital content marketing on its social media instagram account to maintain brand image. *Jurnal JUMANIS-BAJA*, 6(2), 182–192.
- Olabode, O. E., Hultman, M., Leonidou, C. N., & Boso, N. (2023). Disruptive market shift: Conceptualization, antecedents, and response mechanisms. *Technological Forecasting and Social Change*, 192, 122577. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122577>
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Rahutami, A. I. (2021). *berubah seiring waktu antologi pemikiran ekonomi dan bisnis pada era covid-19* (Vol. 1). Universitas Katolik Soegijapranata.
- Sharabati, A.-A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The Impact of Digital Marketing on the Performance of SMEs: An Analytical Study in Light of Modern Digital Transformations. *Sustainability*, 16(19), 8667. <https://doi.org/10.3390/su16198667>
- Wicaksono, R. B., & Prasetyo, W. H. (2023). Digital competence for students in the networking society 5.0: A systematic review. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 20(2), 412–425. <https://doi.org/10.21831/jc.v20i2.51673>
- Yuniar, N. (2021). *Kunci kesuksesan di industri kuliner menurut Chef Arnold*. Kalteng.Antarnews.Com.