



Digitalisasi dan Transformasi Bisnis: Perspektif Praktisi Muda UMKM tentang Perubahan Ekonomi

Median Wilestari^{1*}, Sari Mujiani¹, Bagus Hari Sugiharto², Sutrisno³, Andriya Risdwiyanto⁴

¹Universitas Islam As-Syafi'iyah, Indonesia

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yadika Bangil, Indonesia

³Universitas PGRI Semarang, Indonesia

⁴Universitas Proklamasi 45, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received May 05, 2023

Revised June 23, 2023

Accepted July 12, 2023

Available online August 31, 2023

Kata Kunci:

Digitalisasi Ekonomi; Transformasi Bisnis; Pengusaha Muda; UMKM; Perubahan Ekonomi

Keywords:

Economy Digitalisation; Business Transformation; Young Entrepreneurs; MSMEs; Economic Change



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

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

mengidentifikasi beberapa tantangan yang dihadapi para partisipan saat menjalankan bisnis online pascapandemi, seperti keterampilan yang dibutuhkan, kekhawatiran terkait pasar pada platform digital, dan kualitas internet. Temuan ini dapat digunakan untuk mengembangkan program yang mendukung wirausahawan selama masa gangguan ekonomi dan untuk membuat kebijakan dan strategi pemerintah untuk mempromosikan kewirausahaan digital, terutama di negara-negara berkembang pasca pandemi.

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 telah berdampak besar pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk ekonomi, yang sangat terpengaruh oleh krisis kesehatan masyarakat yang belum pernah terjadi sebelumnya. Akibatnya, banyak bisnis yang terpaksa tutup dan beralih ke platform digital untuk bertahan dari krisis dan berkembang dalam jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mendorong dan menghambat inovasi digital pada UMKM selama masa disrupsi ekonomi, khususnya dari sudut pandang wirausahawan muda di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang rinci dan deskriptif tentang masalah tersebut. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan 30 wirausahawan di Kota Bekasi untuk mengeksplorasi dampak positif dan negatif dari pandemi terhadap inovasi wirausaha dalam bertransisi ke platform digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor eksternal (kendala pasar dan permintaan) dan internal (pertumbuhan pribadi dan profesional) mendorong inovasi digital di UMKM selama dan setelah pandemi. Pandemi telah berdampak secara tidak proporsional pada UMKM karena mereka kekurangan sumber daya perusahaan besar dalam hal pembiayaan, manajemen, dan teknologi. Studi ini juga

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has greatly impacted various aspects of people's lives, including the economy, which has been severely affected by the unprecedented public health crisis. As a result, many businesses have been forced to close and turn to digital platforms to survive the crisis and thrive in the long run. Therefore, this research aims to understand the factors that encourage and hinder digital innovation in MSMEs during economic disruption, particularly from the perspective of young entrepreneurs in Bekasi City. This research uses a qualitative approach to gain a detailed and descriptive understanding of the issue. The researcher conducted in-depth interviews with 30 entrepreneurs in Bekasi City to explore the positive and negative impacts of the pandemic on entrepreneurial innovation in transitioning to digital platforms. The results show that external (market and demand constraints) and internal (personal and professional growth) factors drive digital innovation in MSMEs during and after the pandemic. The pandemic has disproportionately impacted MSMEs as they lack large enterprises' financing, management, and technology resources. The study also identified some challenges participants faced when running an online business post-pandemic, such as the skills required, market-related concerns on digital platforms, and internet quality. The findings can be used to develop programs that support entrepreneurs during times of economic disruption and to create government policies and strategies to promote digital entrepreneurship, especially in post-pandemic developing countries.

*Corresponding author

E-mail addresses: median.feb@uia.ac.id

1. PENDAHULUAN

Selama pandemi COVID-19, negara di seluruh dunia menerapkan kebijakan untuk mencegah penyebaran virus corona (Juergensen et al., 2020; Putritamara et al., 2023). Pemerintah Indonesia juga melakukan berbagai pencegahan dan pembatasan sosial dan ekonomi yang membatasi mobilitas dan interaksi fisik antara masyarakat (Maritz et al., 2020). Akibatnya, kontak tatap muka berkurang secara tiba-tiba dan kegiatan sosial dan ekonomi beralih ke platform digital, termasuk kewirausahaan digital (Dannenberg et al., 2020; Sahoo & Ashwani, 2020). Hampir wilayah di seluruh dunia mengalami fenomena migrasi ke platform digital semua.

Dampak pandemi COVID-19 telah mendorong bisnis dan konsumen untuk beralih ke platform digital sebagai "normal baru" (Cueto & Agaton, 2021; Mukhoryanova et al., 2021). Perubahan ini telah mempengaruhi perusahaan besar dan UMKM secara berbeda, dengan beberapa perusahaan mengalami kegagalan dan penutupan, sementara yang lain menunjukkan ketahanan dan mampu menyesuaikan operasi mereka untuk mengatasi krisis. Ada beberapa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan UMKM yang tangguh, termasuk literasi keuangan, budaya menabung, dan adaptasi teknologi, sementara UMKM yang mengalami tantangan keuangan dan kurangnya kesiapan terhadap kehadiran migrasi ke platform online mengalami kesulitan (Igbinkhase, 2021). Ada tiga jalur yang dapat diambil oleh UMKM untuk menjadi sukses: UMKM dengan tingkat kematangan digital yang tinggi dapat mempercepat transisi mereka menjadi perusahaan digital, UMKM yang mengalami masalah likuiditas tetapi memiliki tingkat kematangan digital yang rendah dapat mulai mendigitalisasi operasi penjualan mereka, dan yang memiliki literasi digital yang sangat terbatas dapat mendapatkan dukungan dari mitra yang memiliki kemampuan digital yang sangat baik (Jorge-Vázquez et al., 2021; Reuschke et al., 2021).

Beberapa penelitian selama dan pasca pandemi ini telah membahas tentang kondisi dan faktor yang mendorong transformasi digital dalam bisnis dan kebijakan publik, dengan mempertimbangkan dampaknya pada pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja (Juergensen et al., 2020; Lopes et al., 2018; Maritz et al., 2020). Beberapa faktor pendukung yang teridentifikasi mencakup teknologi seperti media sosial, sumber daya pendidikan yang terbuka, promosi digital, dan penggalan data, yang membantu wirausahawan muda mengatasi hambatan dalam menciptakan usaha baru (Steininger, 2019). Di samping itu, pandemi COVID-19 juga menjadi pendorong transformasi digital karena mengubah kebiasaan konsumen dan mendorong program inovasi organisasi yang mempercepat transformasi digital, baik pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) maupun perusahaan besar (Apriyanti & Yuvitasari, 2021; Lungu et al., 2021; Shafi et al., 2020).

Untuk memperkuat perekonomian di banyak negara maju dan berkembang, UMKM harus ditingkatkan untuk bersaing di era digital. Sejumlah penelitian terbaru telah dilakukan untuk menganalisis bagaimana digitalisasi dapat membantu UMKM di berbagai sektor dan wilayah. Contohnya, Muhamad et al. (2021) melakukan survei daring di Malaysia dan menemukan bahwa selama pandemi, penggunaan teknologi digital oleh UMKM mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan periode sebelumnya. Di sektor manufaktur, Mohapatra et al. (2022) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memberikan solusi bagi masalah yang timbul selama pandemi. Sementara itu, Jorge-Vázquez et al. (2021) menemukan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing UMKM di sektor pertanian-pangan Eropa. Lungu et al. (2021) juga menemukan bahwa transformasi digital dapat membantu memecahkan masalah di industri medis dengan menawarkan solusi baru seperti teknologi blockchain yang dapat membantu dalam manajemen data. Oleh karena itu, digitalisasi dapat menjadi kunci untuk mengembangkan UMKM yang berkelanjutan dan kompetitif di era globalisasi dan teknologi digital.

Dalam konteks Indonesia, UMKM mampu menyerap 97 % dari total angkatan kerja dan mampu menghimpun hingga 60,4 % dari total investasi di Indonesia (Koeswahyono et al., 2022; Mujiyanto et al., 2023). Pandemi COVID-19 telah menunjukkan dampaknya pada UMKM, seperti yang terlihat dalam beberapa penelitian sebelumnya. Namun, penelitian yang berkaitan dengan masalah pendorong dan penghambat transformasi digital UMKM ini masih terbatas di Indonesia, khususnya di Kota Bekasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengisi gap penelitian untuk mengeksplorasi pendorong dan hambatan transformasi digital UMKM dari sudut pandang wirausahawan muda di Kota Bekasi. Melihat pandangan wirausahawan muda sangat penting karena mereka dianggap sebagai katalisator inovasi dan pertumbuhan ekonomi, dan mereka memiliki keinginan untuk menciptakan perbedaan positif dalam masyarakat mereka (Riswandi et al., 2023). Selain itu, inovasi digital memiliki potensi besar dalam hal kontribusi wirausahawan muda terhadap keberhasilan agenda sosial-ekonomi untuk UMKM (Sussan & Acs, 2017).

Maka dari itu, berdasarkan gap penelitian yang sudah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana disrupsi ekonomi memicu inovasi di kalangan UMKM. Tujuan spesifiknya adalah (1) meneliti tantangan yang dihadapi dalam beralih ke platform digital, dan (2) mengevaluasi implikasinya

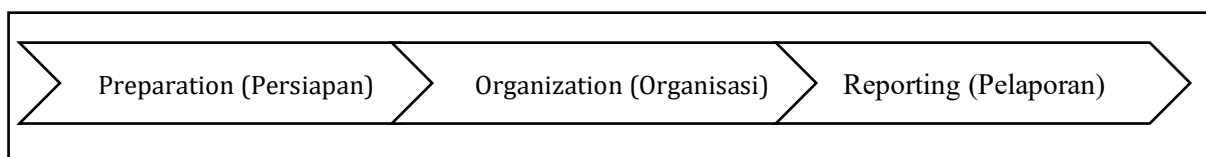
bagi kebijakan dan strategi pemerintah untuk memulihkan ekonomi melalui kewirausahaan online, dengan mempertimbangkan perspektif wirausahawan online muda di Kota Bekasi. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar rekomendasi bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendukung kewirausahaan sebagai salah satu cara untuk memulihkan ekonomi setelah pandemi. Kontribusi penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana disrupsi ekonomi dapat memicu inovasi di kalangan UMKM. Melalui penelitian ini, tantangan yang dihadapi dalam beralih ke platform digital dapat diidentifikasi dan dievaluasi, serta implikasinya bagi kebijakan dan strategi pemerintah dalam memulihkan ekonomi melalui kewirausahaan online dapat dipahami. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam mengisi kesenjangan pengetahuan tentang peran disrupsi ekonomi dalam mendorong inovasi dan pengembangan kewirausahaan online di Indonesia, khususnya di Kota Bekasi.

2. METODE

Penelitian ini membahas pengalaman hidup seorang wirausahawan muda dalam berbisnis online pasca pandemi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memperdalam pemahaman terhadap masalah yang ada (Creswell & Creswell, 2018). Tujuan metode ini adalah untuk menggunakan fenomenologi guna memahami konteks, perilaku, kepercayaan, dan pengalaman hidup para partisipan. Dalam penelitian ini, metode kualitatif menghasilkan informasi yang lebih mendalam dan ilustratif untuk memahami berbagai dimensi yang berbeda dari masalah yang sedang dianalisis. Fokus metode ini adalah pada pemahaman dan penjelasan tentang dinamika hubungan sosial yang tidak dapat dikuantifikasi, sehingga berkaitan dengan aspek-aspek realitas yang kompleks (Merriam, 2010). Dalam penelitian ini, responden disebut sebagai "partisipan" karena mereka berpartisipasi dalam wawancara mendalam untuk berbagi pengalamannya. Membatasi jumlah partisipan menjadi beberapa orang saja dapat menghasilkan informasi yang lebih dalam daripada signifikansi statistik. Pembatasan partisipan untuk lebih memahami fenomena secara mendalam dan mendapatkan wawasan yang kaya tentang pengalaman dan perspektif individu. Dengan melibatkan partisipan yang terbatas, peneliti dapat menghabiskan lebih banyak waktu dan energi dalam berinteraksi dengan setiap partisipan secara intensif, memungkinkan mereka untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam dan kontekstual. Wawancara dilakukan dengan partisipan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang masalah yang sedang diteliti (Denzin & Lincoln, 2018).

Penelitian dilakukan di Kota Bekasi, Jawa Barat, antara September dan November 2022, peneliti mengambil partisipan 30 wirausahawan muda yang terdiri dari 60% laki-laki, 40% perempuan. Mereka berusia antara 17 hingga 40 tahun. Wiraswasta yang dipilih tergabung dalam usaha mikro dengan kurang dari 10 karyawan, perusahaan kecil antara 10 dan 50 karyawan, dan perusahaan menengah antara 50 dan 100 karyawan. Pengambilan sampel secara purposif berdasarkan kriteria, yaitu pengusaha muda dari Kota Bekasi, Jawa Barat yang memulai bisnis secara online selama pandemi dan pasca pandemi, kemudian bersedia berpartisipasi dengan kelengkapan laporan yang memenuhi pertanyaan penelitian. Kota Bekasi dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan merupakan salah satu kota yang memiliki potensi besar dalam pengembangan kewirausahaan online. Dengan populasi yang besar dan infrastruktur teknologi yang memadai, banyak wirausahawan muda di Kota Bekasi yang memulai bisnis mereka secara online. Hal ini membuat Kota Bekasi menjadi tempat yang relevan untuk mengkaji dampak disrupsi ekonomi pada kewirausahaan online. Melakukan penelitian di Kota Bekasi memungkinkan peneliti untuk mempelajari bagaimana wirausahawan muda beradaptasi dengan perubahan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi dan bagaimana kewirausahaan online dapat menjadi solusi dalam memulihkan ekonomi pasca pandemi.

Peneliti menggunakan ukuran partisipan berdasarkan "kejenuhan data" dan melakukan analisis data dan pengumpulan data secara bersamaan untuk memperhatikan kejenuhan data (Tracy, 2013). Peneliti menjaga anonimitas partisipan dengan memberikan kode dan memberikan data berkode kepada partisipan untuk verifikasi dan peninjauan tanggapan mereka, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Prosedur Penelitian (Flick, 2014)

Dalam penelitian ini, Analisis Isi Induktif digunakan untuk penelitian kualitatif yang dimulai dengan pendekatan induktif atau dengan tema yang didefinisikan secara longgar, dengan menggunakan metode

pengumpulan data yang terbuka. Metode Analisis Isi Induktif merupakan metode kualitatif yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi tema melalui pengkajian dokumen, rekaman, dan bahan verbal lainnya (Flick, 2014). Keuntungan dari metode ini adalah sensitivitas terhadap konten, fleksibilitas dalam desain penelitian, serta kemampuan untuk menganalisis berbagai jenis data kualitatif. Dibandingkan dengan metode analisis kualitatif lainnya, analisis isi memungkinkan peneliti untuk secara sistematis dan obyektif menggambarkan fenomena penelitian pada tingkat teoretis yang dapat diterapkan pada berbagai jenis dokumen (Leavy, 2017). Dalam penelitian ini, analisis isi induktif digunakan untuk menghasilkan konsep, kategori, dan tema dari data. Proses analisis isi induktif terdiri dari tiga langkah, yaitu persiapan, pengorganisasian, dan pelaporan (Flick, 2014). Langkah pertama, persiapan meliputi identifikasi pengumpulan data dan strategi pengambilan sampel, diikuti dengan pembacaan data oleh para peneliti dan definisi unit analisis yang dapat berupa kata, kalimat, makna, atau tema. Para partisipan yang terlibat dalam penelitian ini tidak dikenakan biaya dan dijamin kerahasiaannya, karena data hanya dapat diakses oleh para peneliti.

Langkah kedua adalah pengorganisasian data yang meliputi kategorisasi dan abstraksi data, interpretasi, serta pemeriksaan keterwakilan sampel data yang terkumpul. Untuk melakukan hal ini, para peneliti mengidentifikasi kode-kode terbuka dari data mentah yang diekspresikan dengan kata-kata yang sama atau sedikit diubah. Selanjutnya, kesamaan dan perbedaan antara kode-kode tersebut dibandingkan untuk menentukan kelompok mana yang cocok. Proses abstraksi kemudian dilakukan untuk membentuk sub-kategori dari kode-kode terbuka yang kemudian dikelompokkan ke dalam kategori umum dan kategori utama. Setelah itu, para peneliti mengevaluasi apakah proses abstraksi perlu dilanjutkan dengan mengelompokkan sub-konsep berdasarkan kesamaan isi. Dalam langkah ini, peneliti kembali ke data mentah untuk memeriksa apakah isu yang termasuk dalam kode terbuka yang teridentifikasi telah dibahas dalam konteks makna kewirausahaan digital. Setelah konfirmasi, para peneliti memberikan nama sub-konsep dan konsep utama yang sesuai.

Dalam langkah terakhir, yaitu langkah pelaporan, peneliti harus melaporkan hasil analisis secara sistematis dan logis. Pada langkah ini, peneliti harus menjelaskan isi konsep-konsep yang diidentifikasi melalui sub-kategori dan kode-kode terbuka dengan memberikan kutipan otentik yang menghubungkan hasil dengan data mentah. Kutipan harus dipilih dengan cermat agar mencerminkan berbagai bagian dari proses analisis dan mencakup partisipan yang beragam.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti mengelompokkan analisis konten menjadi dua bagian. Pertama, menganalisis tantangan wirausaha muda yang memotivasi mereka untuk memulai bisnis online selama pandemi. Kedua, peneliti menganalisis rekomendasi kebijakan yang dapat membantu mengatasi tantangan-tantangan tersebut.

Tantangan Pengusaha Muda dalam Memulai Kewirausahaan Digital

Tantangan yang dihadapi oleh wirausahawan muda dalam memulai kewirausahaan digital mencakup 17 kode, terdiri dari 7 sub-kategori, dan 2 kategori umum. Tabel 1 menunjukkan hasil klasifikasi tersebut. Para partisipan menjelaskan dua kategori umum tantangan yang meliputi keterampilan dalam kewirausahaan, pasar yang terkait, dan lingkungan bisnis selama dan pasca pandemi. Tabel 1 memberikan ringkasan dari kode yang dihasilkan dan tanggapan yang signifikan.

Table 1. Tantangan Inovasi Digitalisasi

Kategori Umum	Sub Kategori	Kode (Frekuensi Pernyataan)
Tantangan dalam Kewirausahaan	Keterampilan bisnis	Kreativitas dalam strategi pemasaran (5) Menjalin hubungan baik dengan klien (4) Memberikan pelayanan yang berkualitas (5)
	Keterampilan teknologi informasi	Keterampilan dalam menggunakan teknologi (8)
	Keterampilan manajemen pribadi	Kesabaran dalam bisnis (2) Keyakinan dalam penjualan langsung (2) Tekanan mental (2) Manajemen waktu (5)
Tantangan Pasar dalam Memulai Bisnis Online	Bisnis pembiayaan	Kesulitan meningkatkan modal (2) Kurangnya modal (2)
	Kondisi pasar	Persaingan yang kuat (6) Jumlah pelanggan terbatas (5) Keuntungan kecil untuk startup (2) Target pasar yang berbeda (3)
	Transaksi Online	Barang dikirim dan pesanan dibatalkan (3) Kualitas pesanan (2)
	Masalah hukum	Izin usaha, masalah hak cipta (2)

Para pengusaha muda yang baru memasuki bisnis online menghadapi tantangan kurangnya pengetahuan tentang menjalankan bisnis online, penggunaan teknologi informasi, dan keterampilan manajemen pribadi. Mereka juga menghadapi tantangan pasar dalam platform digital, termasuk masalah pembiayaan untuk bisnis startup, transformasi digital pasar, masalah transaksi online, dan perizinan usaha aplikasi serta hak cipta pembuatan konten di platform seperti YouTube. Selain itu, lingkungan bisnis selama dan pasca pandemi menambah tantangan bagi pengusaha muda dalam transformasi digital usaha kecil dan menengah. Beberapa tantangan meliputi infrastruktur energi dan telekomunikasi, serta pembatasan karantina masyarakat untuk mengurangi penyebaran virus.

Dukungan untuk Kewirausahaan Digital dari Perspektif Pengusaha Muda

Pertanyaan ke-2 mencakup 10 kode, terdiri dari 7 sub-kategori, 3 kategori umum, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2. Kategori umum tersebut terdiri dari dukungan pemerintah untuk bisnis baru, pengembangan keterampilan untuk wirausaha muda, dan penyediaan infrastruktur yang lebih baik untuk memfasilitasi kewirausahaan digital. Tabel 2 berisi hasil klasifikasi kebijakan yang direkomendasikan oleh wirausaha muda untuk mendukung digitalisasi usaha kecil dan menengah, yang dapat dilihat pada Tabel 2 untuk ringkasan kode dan tanggapan yang signifikan.

Table 2. Rekomendasi Kebijakan untuk UMKM

Kategori Umum	Sub Kategori	Kode (Frekuensi Pernyataan)
Dukungan pemerintah	Dukungan keuangan	Subsidi, pinjaman, pengurangan pajak (19)
	Dukungan Pemasaran dan Administrasi	Dukungan izin usaha, pemasaran (15) Pemasaran dan pameran produk (6)
	Dukungan hukum	Dukungan TI dan perlindungan hukum untuk penjual dan pembeli (6)
Pengembangan keterampilan	Peningkatan keterampilan	Kesulitan meningkatkan modal (2) Kurangnya modal (2)
	Pendidikan kewirausahaan	Kewirausahaan sebagai mata kuliah pilihan (3)
Pembangunan Infrastruktur	Meningkatkan konektivitas internet	Meningkatkan kecepatan dan jangkauan internet (5) Tarif internet yang lebih rendah (3)
	Peningkatan energi dan teknis	Meningkatkan infrastruktur energi (3)

Dalam hal dukungan awal untuk wirausaha muda, 19 partisipan setuju bahwa pembiayaan adalah faktor yang sangat penting dalam memulai bisnis. Salah satu opsi yang diinginkan adalah pinjaman dengan bunga minimal, subsidi selama masa lockdown, dan pengurangan atau pembebasan pajak selama masa gangguan ekonomi. Pengusaha muda juga mengungkapkan keinginan untuk mempromosikan produk mereka melalui pemasaran online guna menjangkau pelanggan yang lebih luas serta membantu mereka dalam pendaftaran bisnis. Di sisi lain, pemerintah diharapkan memberikan perlindungan hukum kepada pengusaha dan pelanggan dari tindakan penipuan.

Agar UMKM baru bisa bersaing secara kompetitif dan tetap berkelanjutan di tengah-tengah persaingan bisnis, pemerintah perlu menyediakan program-program yang dapat meningkatkan keterampilan kewirausahaan. Menurut para partisipan, keterampilan yang diperlukan termasuk keterampilan keuangan, akuntansi, teknologi informasi, dan keterampilan manajemen bisnis. Selain itu, para partisipan merekomendasikan agar sekolah-sekolah menawarkan mata pelajaran pilihan yang mengajarkan dasar-dasar kewirausahaan. Selanjutnya, pemerintah harus mengimplementasikan program yang mendorong persaingan antara perusahaan telekomunikasi, sehingga dapat menurunkan harga dan meningkatkan kualitas konektivitas internet. Selain itu, infrastruktur yang dapat menyediakan sumber listrik yang lebih andal, terutama di daerah pedesaan, juga harus dikembangkan.

Melalui analisis konten induktif kualitatif terhadap pengalaman hidup wirausahawan muda, ditemukan dua hasil menarik yaitu motivasi ekstrinsik dan intrinsik dalam mendorong inovasi digital selama disrupsi ekonomi selama dan pasca pandemi. Motivasi ekstrinsik adalah dorongan untuk melakukan sesuatu atau menyelesaikan tugas demi mencapai tujuan eksternal atau menghindari hukuman serta menerima hadiah (Anggadwita et al., 2021; Ganlin et al., 2021). Dalam penelitian ini, para partisipan mengalami kendala seperti perubahan permintaan pasar dan kondisi pasar, serta perubahan status ekonomi rumah tangga akibat pandemi. Selain itu, faktor kemampuan dan kualitas kewirausahaan seperti ide bisnis, sumber daya keuangan, dan jaringan juga sangat penting dalam memulai bisnis selama pandemi dan pasca pandemi (Costa & Castro, 2021; Haneberg, 2021; Kim, 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa krisis COVID-19 sangat memengaruhi UMKM karena mereka menghadapi beberapa masalah dalam pembiayaan, gangguan rantai pasokan, penurunan permintaan, dan keuntungan. Selain itu, preferensi kaum muda untuk menjadi wirausahawan juga meningkat selama dan pasca pandemi COVID-19 karena mereka

menganggap nilai kewirausahaan lebih penting dan memiliki lebih banyak kemampuan dan keahlian kewirausahaan daripada sebelum pandemi (Muhamad et al., 2021). Reaksi wirausaha muda terhadap faktor pendorong ekstrinsik terhadap inovasi digital mencerminkan berbagai teori kewirausahaan seperti pengaruh, ketahanan, dan kemampuan dinamis (Igbinkhase, 2021; Mohapatra et al., 2022).

Dalam hal lain, motivasi intrinsik terlibat dalam melakukan sesuatu untuk kepentingan dirinya sendiri, seperti ketika seseorang merasa termotivasi oleh minat, kesenangan, kepuasan, dan tantangan dari pekerjaan itu sendiri, dan bukan karena tekanan atau desakan dari luar (Cueto & Agaton, 2021; Mukhoryanova et al., 2021). Dalam penelitian ini, partisipan menggambarkan faktor-faktor ini sebagai motivasi pribadi untuk memulai bisnis digital, pertumbuhan profesional sebagai wirausahawan muda, dan kesempatan untuk membantu sesama warga, terutama mereka yang terdampak pandemi. Meskipun penelitian sebelumnya hanya fokus pada motivasi ekstrinsik, hasil penelitian ini menemukan bahwa motivasi intrinsik juga merupakan pendorong yang sama pentingnya bagi inovasi digital UMKM. Temuan ini menunjukkan peran faktor internal dan eksternal dalam mendorong kewirausahaan digital dan menegaskan manfaat menggunakan metode kualitatif eksploratif dengan kedalaman dan kekayaan informasi yang lebih besar daripada metode kuantitatif dengan kuesioner yang terbatas.

Para partisipan dalam penelitian ini menggambarkan tiga hambatan utama yang dihadapi dalam kewirausahaan digital selama dan pasca pandemi, yaitu keterampilan kewirausahaan, kondisi pasar di platform digital, dan lingkungan bisnis. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa ada berbagai tantangan dalam kewirausahaan digital (Braun et al., 2021; Jorge-Vázquez et al., 2021; Lungu et al., 2021; Reuschke et al., 2021). Reuschke et al (2021), misalnya, telah memaparkan tantangan dalam mengadopsi inovasi digital, termasuk bisnis, teknologi, keterampilan, rantai pasokan, dan inovasi. Studi lain juga telah mengidentifikasi berbagai tantangan, seperti struktur organisasi perusahaan, infrastruktur TI, perubahan pasar, risiko yang belum pernah terjadi sebelumnya, ketidakpastian dalam teknologi dan model bisnis baru, serta peraturan khusus negara yang mengatur inovasi digital (Apriyanti & Yuvitasari, 2021; Damoah, 2020; Lobe & Morgan, 2021; Shafi et al., 2020; Tran, 2021). Selain itu, Sahut et al. (2021) menemukan bahwa infrastruktur kelembagaan yang lemah dan lingkungan yang diwarnai oleh korupsi dapat menghambat operasi para pengusaha. Hambatan lain termasuk ketidakpastian tentang pendapatan, risiko kehilangan harta benda, uang dan/atau biaya waktu karena kemungkinan kegagalan, dan tidak adanya pekerjaan tetap yang dapat menekan kemampuan kewirausahaan (Dannenberget al., 2020; Eller et al., 2020; Juergensen et al., 2020; G. Liu et al., 2020; Maritz et al., 2020; Sahoo & Ashwani, 2020). Selain itu, Lopes et al. (2018) mengelompokkan hambatan terhadap digitalisasi UMKM menjadi dua vektor utama, yaitu faktor internal (kurangnya kesadaran dan literasi digital dalam implementasi digital) dan faktor eksternal lainnya.

Studi ini menambahkan hambatan tambahan yang muncul akibat pandemi COVID-19 dan setelahnya pada tantangan yang dihadapi oleh pengusaha muda. Tantangan-tantangan ini termasuk pembatasan mobilitas dan risiko kesehatan dalam pengiriman barang dan jasa secara online, jam kerja terbatas dalam perbankan dan bisnis, serta biaya operasional yang meningkat akibat peraturan transportasi yang lebih ketat. Pandemi juga mengakibatkan pembatasan regional dan lokal untuk beberapa sektor, yang mengakibatkan kesulitan ekonomi yang besar bagi orang-orang yang harus tinggal di rumah, sehingga transaksi online untuk belanja ritel dan layanan pribadi meningkat drastis dan memaksa bisnis offline yang sudah ada untuk mengubah model bisnis mereka. Selain itu, pembatasan pemerintah menghambat kemampuan pengusaha untuk mencari dukungan dalam jaringan dengan rekan-rekan atau penasihat dan mentor profesional, yang sangat penting bagi mereka untuk mengakses dukungan sosial. Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, pengusaha muda harus memiliki ketahanan, keberanian, kemampuan untuk mempengaruhi, dan kemampuan dinamis seperti yang dibahas dalam kerangka teoretis untuk kewirausahaan digital di tengah disrupsi ekonomi.

Selain dampak kebijakan, penelitian ini memiliki implikasi yang penting bagi industri bisnis dan manajerial. Pemahaman mengenai dinamika digitalisasi di UMKM dapat membantu organisasi dan industri membuat keputusan yang lebih baik dalam menghadapi norma baru dalam berbisnis. Dalam lingkungan bisnis yang cepat berubah, para pengusaha harus memperhatikan dua kapabilitas TI yang mempengaruhi kinerja perusahaan, yaitu infrastruktur TI yang fleksibel dan asimilasi TI (Kee et al., 2019; Steininger, 2019). Bisnis yang terbiasa dengan tantangan dan peluang digitalisasi produk dan layanan mereka akan mampu mengatasi hambatan e-commerce atau bahkan dalam transisi dari bisnis konvensional ke bisnis digital (Antonizzi & Smuts, 2020). Perpindahan ke e-commerce ini dapat memberikan akses yang lebih luas bagi pelanggan mereka melalui ledakan platform digital. Teknologi digital menjadi kunci dalam mengatasi perubahan dalam strategi bisnis, terutama bagi industri yang paling terdampak oleh pandemi. Selain itu, layanan online telah berkembang secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir di berbagai negara, yang kini memiliki lebih banyak opsi online daripada sebelumnya (Farooq et al., 2019). Kesiapsiagaan dan

strategi bisnis, seperti sensitivitas harga, perubahan dalam proses pembelian online, dan lain-lain, membantu dalam mengelola rantai pasokan dan keberlanjutan bisnis online.

Dalam beberapa tahun terakhir, UMKM telah mengalami kemajuan yang signifikan terutama di platform e-commerce. Alat-alat digital digunakan untuk berbagai kegiatan seperti keuangan, produksi, operasi, sumber daya manusia, dan pemasaran (Baker & Nelson, 2005; Geibel & Manickam, 2017; Priyono et al., 2020). Untuk mendefinisikan kembali merek mereka dan membuat pelanggan percaya pada layanan mereka, manajemen harus memiliki pemahaman yang lebih dalam tentang e-commerce (H. Liu et al., 2013; Sarasvathy, 2001). UMKM harus meningkatkan situs web dan layanan logistik mereka untuk memaksimalkan layanan pelanggan. Koneksi internet sangat penting untuk produktivitas bisnis dan juga keamanan data perusahaan yang diberikan kepada pelanggan. Blockchain dapat membantu mempercepat proses transformasi digital dengan mengurangi masalah manajemen data (Raya & Kayiasah, 2017; Sussan & Acs, 2017). Pengusaha juga harus memastikan ketersediaan sumber daya manusia yang mampu mengelola platform online UMKM untuk mengakomodasi pesanan dan transaksi online dari pelanggan (Fisher, 2012).

Jejaring sosial, yang sering dibahas dalam konteks sosiologis, dianggap penting dalam transformasi digital UMKM sehingga pengusaha perlu menginvestasikan modal sosial mereka di dalamnya. Hal ini dilakukan untuk memperoleh pengaruh atau keunggulan kompetitif di platform online (del Olmo-García et al., 2020). Dalam meningkatkan diri, pengusaha dapat memperkuat jaringan sosial mereka dengan bergabung dengan berbagai media sosial dan platform e-commerce, yang akan memberikan akses ke pengetahuan dan sumber daya sebelumnya tidak tersedia bagi mereka (Nambisan, 2017; Teece et al., 1997). Selain itu, teori kewirausahaan menunjukkan bahwa tindakan dan keputusan seorang wirausahawan dalam membangun mereknya akan mempengaruhi transaksi dan pertumbuhan perusahaan, terutama untuk bisnis yang menawarkan layanan heterogen sebelum pandemi (Fisher, 2012; Meyer, 1982). Oleh karena itu, inovasi digital sangat penting bagi pemahaman wirausahawan muda dalam memperkenalkan produk dan layanan baru di pasar, walaupun hal ini dapat memiliki risiko yang lebih besar. Risiko tersebut dapat diatasi dengan diversifikasi terkait dan respons bisnis yang efektif serta strategi inovasi, terutama selama gangguan ekonomi seperti pandemi.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Setelah pasca pandemi, terjadi percepatan transformasi digital pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memunculkan tuntutan bagi para pengusaha untuk mengadopsi inovasi teknologi guna mempertahankan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi digital pada UMKM selama dan pasca pandemi didorong oleh faktor ekstrinsik (pembatasan dan permintaan pasar) dan intrinsik (pengembangan pribadi dan profesional, kepedulian terhadap orang lain). UMKM sangat terdampak oleh situasi pandemi karena sumber daya yang mereka miliki biasanya tidak sebanding dengan perusahaan besar dalam hal pembiayaan, manajemen, dan teknologi. Meskipun dukungan pemerintah tidak signifikan, para wirausahawan muda berhasil bertahan dalam bisnis dengan mengadopsi inovasi digital, terutama dengan meningkatnya permintaan online untuk barang dan jasa selama penguncian komunitas. Inovasi-inovasi digital ini mencerminkan tentang pengaruh, ketahanan, dan kemampuan dinamis pada saat ketidakpastian dan gangguan ekonomi. Namun, pengusaha muda juga menghadapi tantangan dalam hal keterampilan yang dibutuhkan untuk melakukan bisnis online, masalah terkait pasar di dunia digital, pembatasan mobilitas, dan ketersediaan infrastruktur internet yang berkualitas. Temuan dari penelitian ini menyarankan beberapa implikasi kebijakan. Pertama, pemerintah perlu memberikan dukungan kepada UMKM pemula dalam hal pembiayaan, kapasitas teknis, pemasaran, dan semua persyaratan pendaftaran bisnis. Memperhatikan kerentanan UMKM terhadap guncangan ekonomi yang parah, kebijakan prioritas yang langsung ditujukan pada dukungan keuangan pada awal pandemi bertujuan untuk mengatasi tantangan fase bertahan hidup yang mencegah krisis likuiditas dan meminimalkan kehilangan pekerjaan. Ketiga, karena pertumbuhan digitalisasi pasar yang pesat, pemerintah perlu meningkatkan infrastruktur teknologi informasi di seluruh negara agar inovasi digital di sektor UMKM dan ekonomi secara keseluruhan dapat dipercepat. Dalam rangka meningkatkan infrastruktur TI, program pelatihan keterampilan digital dan pengetahuan tentang teknologi yang tersedia harus disediakan. Dengan begitu, proses produksi dan saluran pemasaran dapat ditingkatkan sehingga e-commerce menjadi lebih dinamis dan jumlah layanan yang ditawarkan oleh UMKM di internet dapat meningkat. Pengusaha muda juga perlu meningkatkan praktek manajemen berbasis digital, seperti penggunaan perangkat lunak atau aplikasi yang membantu dalam manajemen inventaris, pengelolaan keuangan, analisis data, promosi, pemasaran, dan pengelolaan hubungan pelanggan. Ini membantu UMKM menjadi lebih efisien dan efektif dalam menjalankan bisnis mereka. Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan kebijakan yang lebih efektif dalam mendukung UMKM dalam beradaptasi dengan perubahan ekonomi dan teknologi, serta meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan platform digital.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Anggadwita, G., Martini, E., Hendayani, R., & Kamil, M. R. (2021). The Role of Technology and Innovation Capabilities in Achieving Business Resilience of MSMEs during Covid-19: Empirical Study. *2021 9th International Conference on Information and Communication Technology, ICoICT 2021*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICoICT52021.2021.9527464>
- Antonizzi, J., & Smuts, H. (2020). The Characteristics of Digital Entrepreneurship and Digital Transformation: A Systematic Literature Review. In *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics): Vol. 12066 LNCS*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5_20
- Apriyanti, H. W., & Yuvitasari, E. (2021). The Role of Digital Utilization in Accounting to Enhance MSMEs' Performance During COVID-19 Pandemic: Case Study in Semarang, Central Java, Indonesia. In *Lecture Notes in Networks and Systems (Vol. 278)*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-79725-6_49
- Baker, T., & Nelson, R. E. (2005). Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 329–366. <https://doi.org/10.2189/asqu.2005.50.3.329>
- Braun, V., Clarke, V., Boulton, E., Davey, L., & McEvoy, C. (2021). The online survey as a qualitative research tool. *International Journal of Social Research Methodology*, 24(6), 641–654. <https://doi.org/10.1080/13645579.2020.1805550>
- Costa, J., & Castro, R. (2021). Smes must go online—e-commerce as an escape hatch for resilience and survivability. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(7), 3043–3062. <https://doi.org/10.3390/jtaer16070166>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Cueto, L. J., & Agaton, C. B. (2021). Pandemic and typhoon: Positive impacts of a double disaster on mental health of female students in the Philippines. *Behavioral Sciences*, 11(5). <https://doi.org/10.3390/bs11050064>
- Damoah, O. B. O. (2020). Strategic factors predicting the likelihood of youth entrepreneurship in Ghana: a logistic regression analysis. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 16(4), 389–401. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-06-2018-0057>
- Dannenberg, P., Fuchs, M., Riedler, T., & Wiedemann, C. (2020). Digital Transition by COVID-19 Pandemic? The German Food Online Retail. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 111(3), 543–560. <https://doi.org/10.1111/tesg.12453>
- del Olmo-García, F., Crecente, F., & Sarabia, M. (2020). Macroeconomic and institutional drivers of early failure among self-employed entrepreneurs: an analysis of the euro zone. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 33(1), 1830–1848. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1754268>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds). (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. In *Sage Publications (Vol. 195, Issue 5)*. <https://doi.org/10.1007/s11229-017-1319-x>
- Eller, R., Alford, P., Kallmünzer, A., & Peters, M. (2020). Antecedents, consequences, and challenges of small and medium-sized enterprise digitalization. *Journal of Business Research*, 112, 119–127. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.004>
- Farooq, Q., Fu, P., Hao, Y., Jonathan, T., & Zhang, Y. (2019). A Review of Management and Importance of E-Commerce Implementation in Service Delivery of Private Express Enterprises of China. *SAGE Open*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/2158244018824194>
- Fisher, G. (2012). Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(5), 1019–1051. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00537.x>
- Flick, U. (eds). (2014). *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis*. In *SAGE Publications Ltd*. <http://dx.doi.org/10.4135/9781446282243>
- Ganlin, P., Qamruzzaman, M. D., Mehta, A. M., Naqvi, F. N., & Karim, S. (2021). Innovative finance, technological adaptation and smes sustainability: The mediating role of government support during covid-19 pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 13(16). <https://doi.org/10.3390/su13169218>
- Geibel, R. C., & Manickam, M. (2017). Analysis of Start-Up Ecosystems in Germany and in the USA. *Springer Proceedings in Business and Economics*, 639–649. https://doi.org/10.1007/978-3-319-43434-6_55
- Haneberg, D. H. (2021). SME managers' learning from crisis and effectual behaviour. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(6), 873–887. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2021-0009>
- Igbinakase, I. (2021). Determinants for SMEs and entrepreneurship success post-pandemic. In *Handbook of Research on Strategies and Interventions to Mitigate COVID-19 Impact on SMEs*. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-7436-2.ch008>

- Jorge-Vázquez, J., Chivite-Cebolla, M. P., & Salinas-Ramos, F. (2021). The digitalization of the European agri-food cooperative sector. Determining factors to embrace information and communication technologies. *Agriculture (Switzerland)*, 11(6). <https://doi.org/10.3390/agriculture11060514>
- Juergensen, J., Guimón, J., & Narula, R. (2020). European SMEs amidst the COVID-19 crisis: assessing impact and policy responses. *Journal of Industrial and Business Economics*, 47(3), 499–510. <https://doi.org/10.1007/s40812-020-00169-4>
- Kee, D. M. H., Yusoff, Y. M., & Khin, S. (2019). The role of support on start-up success: A pls-sem approach. *Asian Academy of Management Journal*, 24, 43–59. <https://doi.org/10.21315/AAMJ2019.24.S1.4>
- Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance: Implications of Open Innovation and Solutions for the Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc8030119>
- Kim, D. (2021). Visualizing the regional patterns of two crises: The COVID-19 outbreak and decreasing MSME sales during three different phases of 2020 in Korea. *Environment and Planning A*, 53(7), 1591–1593. <https://doi.org/10.1177/0308518X211013033>
- Koeswahyono, I., Maharani, D. P., & Liemanto, A. (2022). Legal breakthrough of the Indonesian job creation law for ease, protection, and empowerment of MSMEs during the COVID-19 pandemic. *Cogent Social Sciences*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2084895>
- 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>
- Leavy, P. (2017). *Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches*. The Guilford Press.
- Li, L., Su, F., Zhang, W., & Mao, J.-Y. (2018). Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal*, 28(6), 1129–1157. <https://doi.org/10.1111/isj.12153>
- Liu, G., Fei, S., Yan, Z., Wu, C.-H., & Tsai, S.-B. (2020). An Empirical Study on Response to Online Customer Reviews and E-Commerce Sales: From the Mobile Information System Perspective. *Mobile Information Systems*, 2020. <https://doi.org/10.1155/2020/8864764>
- Liu, H., Ke, W., Wei, K. K., & Hua, Z. (2013). The impact of IT capabilities on firm performance: The mediating roles of absorptive capacity and supply chain agility. *Decision Support Systems*, 54(3), 1452–1462. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.12.016>
- Lobe, B., & Morgan, D. L. (2021). Assessing the effectiveness of video-based interviewing: a systematic comparison of video-conferencing based dyadic interviews and focus groups. *International Journal of Social Research Methodology*, 24(3), 301–312. <https://doi.org/10.1080/13645579.2020.1785763>
- Lopes, J., Antunes, H., & Rodrigues, R. (2018). Comparative Entrepreneurship between Western Europe and Latin America. *Entrepreneurship Research Journal*, 8(4). <https://doi.org/10.1515/erj-2017-0058>
- Lungu, A. E., Bogoslov, I. A., Stoica, E. A., & Georgescu, M. R. (2021). From decision to survival—shifting the paradigm in entrepreneurship during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 13(14). <https://doi.org/10.3390/su13147674>
- Maritz, A., Perenyi, A., de Waal, G., & Buck, C. (2020). Entrepreneurship as the unsung hero during the current COVID-19 economic crisis: Australian perspectives. *Sustainability (Switzerland)*, 12(11). <https://doi.org/10.3390/su12114612>
- Merriam, S. B. (2010). Qualitative case studies. In *International Encyclopedia of Education*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-044894-7.01532-3>
- Meyer, A. D. (1982). Adapting to environmental jolts. *Administrative Science Quarterly*, 27(4), 515–537. <https://doi.org/10.2307/2392528>
- Mohapatra, B., Tripathy, S., Singhal, D., & Saha, R. (2022). Significance of digital technology in manufacturing sectors: Examination of key factors during Covid-19. *Research in Transportation Economics*, 93. <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2021.101134>
- Muhamad, S., Kusairi, S., Man, M., Majid, N. F. H., & Wan Kassim, W. Z. (2021). Digital adoption by enterprises in Malaysian industrial sectors during COVID-19 pandemic: A data article. *Data in Brief*, 37. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2021.107197>
- Mujianto, M., Hartoyo, H., Nurmalina, R., & Yusuf, E. Z. (2023). The Unraveling Loyalty Model of Traditional Retail to Suppliers for Business Sustainability in the Digital Transformation Era: Insight from MSMEs in Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/su15032827>
- Mukhoryanova, O., Kuleshova, L., Rusakova, N., & Mirgorodskaya, O. (2021). Sustainability of micro-enterprises in the digital economy. *E3S Web of Conferences*, 250. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125006008>
- 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>
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying digital transformation paths in the business model of smes during the covid-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1–22. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040104>
- Putritamara, J. A., Hartono, B., Toiba, H., Utami, H. N., Rahman, M. S., & Masyithoh, D. (2023). Do Dynamic Capabilities and Digital Transformation Improve Business Resilience during the COVID-19 Pandemic? Insights from Beekeeping MSMEs in Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/su15031760>
- Rahayu, S. K., Budiarti, I., Firdaus, D. W., & Onegina, V. (2023). Digitalization And Informal Msme: Digital Financial Inclusion For Msme Development In The Formal Economy. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 10(1), 9–19. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v10i1.1056>
- Rayes, Z. O. A., & Kayiaseh, H. M. A. (2017). Demand and Supply Firms' Interlock: A Youth-Based Entrepreneurial Initiative. *Springer Proceedings in Business and Economics*, 619–629. https://doi.org/10.1007/978-3-319-43434-6_53
- Reuschke, D., Mason, C., & Syrett, S. (2021). Digital futures of small businesses and entrepreneurial opportunity. *Futures*, 128. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2021.102714>
- Riswandi, B. A., Alfaqih, A., & Wicaksono, L. S. (2023). Design of Equity Crowdfunding in the Digital Age. *Laws*, 12(1). <https://doi.org/10.3390/laws12010008>
- Sahoo, P., & Ashwani. (2020). COVID-19 and Indian Economy: Impact on Growth, Manufacturing, Trade and MSME Sector. *Global Business Review*, 21(5), 1159–1183. <https://doi.org/10.1177/0972150920945687>
- 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>
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263. <https://doi.org/10.5465/AMR.2001.4378020>
- Shafi, M., Liu, J., & Ren, W. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan. *Research in Globalization*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2020.100018>
- 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>
- Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49(1), 55–73. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9867-5>
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)
- Tracy, S. J. (2013). Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact. In *Wiley-Blackwell* (Vol. 43, Issue 1). <https://doi.org/10.5613/rzs.43.1.6>
- Tran, L. T. T. (2021). Managing the effectiveness of e-commerce platforms in a pandemic. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102287>