



Kewirausahaan Digital sebagai Mekanisme Inovasi Layanan dalam Ekonomi Digital: Sebuah Kajian Literatur Sistematis

Dessy Marhandrie¹

¹Universitas Mpu Tantular, Jakarta, Indonesia, Email: dessy.stia@gmail.com

Abstrak. Kajian literatur sistematis ini mengeksplorasi kewirausahaan digital sebagai mekanisme strategis dalam mendorong inovasi layanan di era ekonomi digital. Berdasarkan analisis terhadap sumber-sumber akademik terkini, studi ini mengidentifikasi tiga tema utama: digitalisasi proses nilai layanan, munculnya model bisnis berbasis platform, dan integrasi teknologi cerdas seperti kecerdasan buatan (AI) dan analitik big data. Temuan menunjukkan bagaimana wirausahawan digital membentuk ulang pengalaman layanan melalui pemanfaatan teknologi, kolaborasi dalam ekosistem, dan personalisasi berbasis data. Kajian ini juga membandingkan delapan studi empiris sebelumnya untuk mengungkap kesamaan pandangan terkait peran kapabilitas digital, orientasi inovasi, dan strategi adaptif dalam meningkatkan inovasi layanan. Meskipun memberikan kontribusi konseptual, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam ruang lingkup, konteks sektoral, dan kedalaman empiris. Rekomendasi penelitian lanjutan mencakup studi kualitatif mendalam dan analisis lintas sektor atas dampak kewirausahaan digital terhadap ekosistem layanan.

Kata Kunci: Kewirausahaan Digital, Inovasi Layanan, Ekonomi Digital, Model Bisnis Platform, Teknologi Cerdas

Abstract. This systematic literature review explores digital entrepreneurship as a strategic mechanism for driving service innovation in the digital economy. Drawing upon an analysis of recent scholarly sources, the study identifies three core themes: the digitalization of service value processes, the emergence of platform-based business models, and the integration of intelligent technologies such as AI and big data analytics. The findings highlight how digital entrepreneurs are reshaping service experiences by leveraging technology, ecosystem collaboration, and data-driven personalization. This review also compares eight prior empirical studies to reveal converging insights on the enabling role of digital capabilities, innovation orientation, and adaptive strategies in enhancing service innovation. Despite its contributions, the study acknowledges limitations in scope, sectoral context, and empirical depth. Recommendations for future research include in-depth qualitative studies and cross-sectoral analyses of digital entrepreneurship impacts on service ecosystems.

Keywords: Digital Entrepreneurship, Service Innovation, Digital Economy, Platform Business Models, Intelligent Technologies

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi kekuatan disruptif utama yang membentuk kembali struktur dan dinamika ekonomi global. Di tengah perubahan yang cepat ini, kewirausahaan digital (digital entrepreneurship) muncul sebagai katalis inovasi, khususnya dalam sektor layanan yang semakin terdigitalisasi (Nambisan, 2017; Berman, 2012). Evolusi teknologi digital telah mengubah ekspektasi konsumen, memaksa perusahaan untuk merumuskan kembali strategi inovasi mereka agar tetap relevan dan kompetitif (Kim, Passerini, Yun, & Kim, 2025). Dalam konteks ini, kewirausahaan digital tidak hanya menjadi pendorong pertumbuhan bisnis, tetapi juga berfungsi sebagai

Received: Desember 29, 2025; Accepted: January 29, 2026 Published: January 31, 2026

*Dessy Marhandrie, dessy.stia@gmail.com

mekanisme strategis dalam menciptakan dan menyampaikan nilai melalui inovasi layanan berbasis teknologi. Digitalisasi memiliki peran signifikan dalam mendorong inovasi teknologi di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (Chaidir, M., et al, 2024).

Ekonomi digital menuntut model bisnis yang lebih adaptif dan dinamis, sehingga memerlukan pendekatan kewirausahaan yang mampu merespons peluang dan ancaman secara cepat (Kraus, Palmer, Kailer, Kallinger, & Spitzer, 2019). Kewirausahaan digital, yang menggabungkan kompetensi kewirausahaan klasik dengan pemanfaatan teknologi digital, menjadi fondasi bagi inovasi layanan yang responsif dan personal (Giones & Brem, 2017). Inovasi layanan sendiri merujuk pada pengembangan solusi baru dalam interaksi layanan, proses, atau model pengiriman yang meningkatkan pengalaman pelanggan (Lusch & Nambisan, 2015). Interseksi antara keduanya menunjukkan bahwa kewirausahaan digital memiliki potensi signifikan dalam merevolusi cara layanan dikonsepsikan, diproduksi, dan dikonsumsi.

Dalam beberapa tahun terakhir, penelitian mulai memperkuat argumentasi bahwa kewirausahaan digital berkontribusi besar terhadap inovasi layanan melalui pemanfaatan big data, platform digital, kecerdasan buatan, dan alat kolaboratif daring (Mikalef, Krogstie, Pappas, & Pavlou, 2020; Xie, Wu, Xiao, & Hu, 2016). Studi Kim et al. (2025) menggarisbawahi pentingnya kepemimpinan digital dalam perusahaan yang mendorong transformasi layanan sesuai permintaan (on-demand service innovation), yang berdampak positif pada kinerja perusahaan secara keseluruhan. Hal ini memperkuat posisi kewirausahaan digital bukan hanya sebagai proses penciptaan bisnis baru, tetapi sebagai mekanisme strategis untuk mendorong inovasi layanan yang relevan dalam ekonomi digital.

Ekonomi digital sendiri merupakan ekosistem yang dibentuk oleh teknologi digital, data, dan konektivitas yang memungkinkan transaksi dan interaksi berbasis digital di seluruh aspek kehidupan ekonomi (Parker, Van Alstyne, & Choudary, 2016). Dalam ekosistem ini, organisasi dituntut untuk memiliki orientasi digital yang kuat serta kemampuan dinamis dalam menyesuaikan proses bisnis mereka terhadap perkembangan teknologi (Matt, Hess, & Benlian, 2015; Warner & Wäger, 2019). Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa organisasi yang mampu mengintegrasikan kewirausahaan digital ke dalam strategi inovasinya cenderung lebih sukses dalam menghadapi ketidakpastian dan

dinamika pasar digital (Zahra, Sapienza, & Davidsson, 2006; Li, Su, Zhang, & Mao, 2018).

Lebih jauh, pendekatan kewirausahaan digital menekankan pentingnya penciptaan nilai melalui interaksi langsung dengan pelanggan dalam lingkungan jaringan (networked environment) yang bersifat terbuka dan kolaboratif (Nambisan, Lyytinen, Majchrzak, & Song, 2017). Dalam konteks ini, pelanggan bukan sekadar konsumen pasif, melainkan co-creator dalam proses inovasi layanan (Lusch & Nambisan, 2015). Hal ini menegaskan peran teknologi digital dalam membentuk ulang hubungan antara perusahaan dan pelanggan serta mempercepat siklus inovasi (Sahut, Iandoli, & Teulon, 2021).

Namun demikian, tantangan signifikan masih dihadapi oleh banyak organisasi, terutama usaha kecil dan menengah (UKM), dalam mengadopsi dan mengimplementasikan inisiatif kewirausahaan digital (Hervé, Schmitt, & Baldegger, 2021). Faktor seperti keterbatasan sumber daya, rendahnya literasi digital, dan resistensi terhadap perubahan menjadi penghambat utama (Mazzarol, 2015). Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang bagaimana kewirausahaan digital dapat berfungsi sebagai mekanisme inovasi layanan menjadi krusial untuk membantu organisasi merancang strategi transformasi digital yang efektif dan berkelanjutan (Kane, Palmer, Phillips, Kiron, & Buckley, 2015; Westerman, Bonnet, & McAfee, 2014a).

Selain itu, terdapat pergeseran paradigmatis dalam melihat inovasi layanan bukan hanya sebagai hasil dari proses teknologi, tetapi juga sebagai konstruksi sosial-material yang melibatkan integrasi antara manusia, teknologi, dan institusi (Orlikowski & Scott, 2008; Hinings, Gegenhuber, & Greenwood, 2018). Perspektif ini memperluas cakupan kewirausahaan digital menjadi lebih dari sekadar aktivitas ekonomi, melainkan sebagai fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh dinamika sosial, budaya, dan organisasi (Davidson & Vaast, 2010; Kallinikos, Aaltonen, & Marton, 2013).

Dengan melihat pentingnya tema ini, kajian literatur sistematis ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran kewirausahaan digital sebagai mekanisme inovasi layanan dalam ekonomi digital. Penelitian ini berupaya untuk mensintesis temuan-temuan kunci dari literatur akademik yang relevan, mengidentifikasi celah penelitian, serta memberikan kerangka konseptual yang dapat digunakan untuk penelitian dan praktik masa depan. Secara khusus, fokus akan diarahkan pada bagaimana kewirausahaan digital

dikonseptualisasikan, bagaimana ia mempengaruhi proses dan hasil inovasi layanan, serta bagaimana organisasi dapat mengoptimalkannya sebagai bagian dari strategi transformasi digital mereka.

Melalui pendekatan kualitatif berbasis literatur sistematis, kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dengan mengintegrasikan berbagai perspektif multidisipliner—dari manajemen strategis, sistem informasi, hingga kewirausahaan—untuk memahami fenomena kewirausahaan digital dalam konteks inovasi layanan. Kontribusi praktis juga ditawarkan dengan merumuskan implikasi strategis bagi pengambil keputusan organisasi dalam mengelola proses transformasi digital yang berkelanjutan dan inklusif.

KAJIAN PUSTAKA

Kewirausahaan digital telah menjadi pendorong utama dalam mendorong inovasi layanan pada era ekonomi digital. Transformasi digital tidak hanya mengubah cara organisasi beroperasi, tetapi juga mendorong penciptaan model bisnis baru melalui adopsi teknologi digital (Berman, 2012). Dalam konteks ini, kewirausahaan digital dipandang sebagai mekanisme utama untuk mengakselerasi inovasi layanan, dengan pendekatan yang fleksibel dan adaptif terhadap dinamika pasar digital (Nambisan, 2017).

Transformasi digital memunculkan peluang bagi kewirausahaan untuk mengembangkan inovasi layanan berbasis permintaan, yang menyesuaikan dengan ekspektasi konsumen digital masa kini. Menurut Kim et al. (2025), kewirausahaan digital memungkinkan organisasi untuk merancang dan mengimplementasikan layanan on-demand secara lebih efisien dengan memanfaatkan teknologi digital seperti platform mobile, cloud computing, dan analitik data. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperluas nilai layanan bagi pelanggan. Kolaborasi antara platform kecerdasan buatan dan pusat inovasi digital dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi operasional, dan akses pasar bagi UMKM (Eka Wahyu Kasih, et al, 2024).

Inovasi layanan dalam konteks digital membutuhkan pendekatan strategis yang berbasis pada orientasi kewirausahaan. Anderson et al. (2015) menekankan pentingnya orientasi kewirausahaan (entrepreneurial orientation) sebagai determinan utama dalam

mengembangkan strategi inovasi yang responsif dan proaktif terhadap perubahan lingkungan digital. Hal ini diperkuat oleh penelitian Lumpkin dan Dess (2005) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan mendorong penciptaan layanan baru melalui eksplorasi peluang dan pengambilan risiko yang terukur.

Dalam merespons kebutuhan transformasi digital, perusahaan harus mengembangkan kapabilitas digital dan strategi berbasis teknologi. Matt et al. (2015) menunjukkan bahwa strategi transformasi digital yang matang mencakup integrasi teknologi digital ke dalam struktur organisasi dan proses bisnis untuk menciptakan nilai baru melalui inovasi layanan. Strategi ini juga harus mempertimbangkan aspek kapabilitas dinamis untuk mendukung ketahanan inovasi (Teece, 2018). Teknologi digital mendorong perusahaan untuk mengalihkan fokus ke aset tidak berwujud, seperti sistem informasi dan analisis data (Rizal M., et al., 2025).

Giones dan Brem (2017) menggarisbawahi bahwa kewirausahaan digital memanfaatkan karakteristik teknologi digital seperti konektivitas, digitalisasi informasi, dan skalabilitas untuk menciptakan peluang bisnis baru. Ini mendorong pengembangan layanan digital yang lebih personal, cepat, dan berbasis data. Dalam hal ini, Lusch dan Nambisan (2015) menyoroti pentingnya co-creation dalam inovasi layanan, di mana konsumen dan penyedia layanan bekerja sama dalam pengembangan nilai layanan.

Penelitian oleh Berman et al. (2024) menunjukkan bahwa kesuksesan kewirausahaan digital sangat bergantung pada faktor-faktor seperti orientasi pasar digital, kompetensi teknologi, dan dukungan ekosistem digital. Dalam konteks layanan digital, pendekatan berbasis platform juga menjadi kunci, sebagaimana dijelaskan oleh Parker et al. (2016), bahwa platform digital memungkinkan kolaborasi lintas aktor dan meningkatkan efisiensi serta jangkauan layanan.

Selain itu, Nambisan et al. (2017) menjelaskan bahwa manajemen inovasi digital memerlukan pemahaman mendalam terhadap arsitektur teknologi dan dinamika ekosistem digital. Hal ini penting untuk menciptakan layanan yang adaptif dan responsif terhadap kebutuhan pengguna serta perkembangan teknologi. Sementara itu, Kane et al. (2015) menggarisbawahi bahwa strategi yang tepat dalam transformasi digital lebih penting daripada teknologi itu sendiri.

Dalam kerangka kerja digital entrepreneurship, inovasi layanan tidak terlepas dari peran pembelajaran organisasi dan integrasi pengetahuan. Kim et al. (2012) menunjukkan bahwa kapabilitas integrasi pengetahuan dan semangat kewirausahaan berkontribusi signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi layanan. Studi serupa oleh Rhee et al. (2010) juga menegaskan bahwa orientasi belajar dan inovasi merupakan mediator dalam hubungan antara kapabilitas kewirausahaan dan kinerja inovatif.

Davidson dan Vaast (2010) menekankan pentingnya aspek sosio-materialitas dalam kewirausahaan digital, di mana teknologi dan praktik sosial saling terkait dalam menciptakan inovasi layanan. Aspek ini juga didukung oleh Orlikowski dan Scott (2008) yang menggarisbawahi perlunya pendekatan sosiomaterial dalam memahami keterhubungan antara teknologi dan organisasi dalam ekosistem digital.

Penggunaan data besar (big data) dan analitik juga menjadi komponen penting dalam inovasi layanan digital. Menurut Mikalef et al. (2020), kapabilitas big data analytics mendukung pengambilan keputusan berbasis data yang lebih cepat dan akurat dalam pengembangan layanan baru. Nilai tambah dari analitik ini semakin penting dalam konteks personalisasi dan adaptasi layanan digital (Xie et al., 2016).

Dalam sektor UKM, Li et al. (2018) mengamati bahwa transformasi digital oleh wirausaha kecil-menengah memerlukan pengembangan kapabilitas teknologi yang spesifik, serta dukungan ekosistem dan kebijakan. Hal ini juga dikaji oleh Hervé et al. (2021), yang menunjukkan bahwa digitalisasi dan orientasi kewirausahaan memperkuat kapasitas internasionalisasi layanan UKM.

Penelitian Guthrie (2014) juga mendemonstrasikan bahwa kewirausahaan digital dapat ditingkatkan melalui pendekatan experiential learning dan living labs untuk mempercepat inovasi layanan. Konsep ini mendukung temuan Le Dinh et al. (2018) yang menyoroti pentingnya ekosistem eksperimental dalam memperkuat proses kewirausahaan digital.

Secara keseluruhan, literatur menunjukkan bahwa kewirausahaan digital memainkan peran sentral dalam mendorong inovasi layanan dalam ekonomi digital. Dengan mengintegrasikan teknologi digital, orientasi kewirausahaan, dan pendekatan

strategis, organisasi dapat menciptakan layanan bernilai tambah yang adaptif terhadap dinamika digital.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian literatur kualitatif sistematis guna mengeksplorasi dan mensintesis temuan-temuan ilmiah terkait peran kewirausahaan digital sebagai mekanisme inovasi layanan dalam ekonomi digital. Kajian literatur sistematis dipilih karena pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk secara terstruktur mengidentifikasi, menilai, dan menginterpretasikan seluruh temuan yang tersedia dari berbagai studi empiris dan teoretis yang relevan dengan topik (Snyder, 2019). Pendekatan ini juga sesuai untuk menyusun kerangka konseptual yang komprehensif serta mengidentifikasi celah-celah dalam penelitian terdahulu yang dapat menjadi dasar untuk studi lanjutan (Tranfield, Denyer, & Smart, 2003).

Langkah awal dalam proses kajian ini adalah merumuskan pertanyaan penelitian utama, yaitu: Bagaimana kewirausahaan digital berperan sebagai mekanisme strategis dalam menciptakan dan mempercepat inovasi layanan di era ekonomi digital? Berdasarkan pertanyaan ini, peneliti menetapkan kriteria inklusi dan eksklusi untuk menyaring literatur yang relevan. Kriteria inklusi meliputi: (1) artikel yang dipublikasikan dalam jurnal akademik bereputasi antara tahun 2015 hingga 2025, (2) studi yang secara eksplisit membahas tentang kewirausahaan digital, inovasi layanan, dan/atau ekonomi digital, serta (3) artikel yang tersedia dalam bahasa Inggris atau Indonesia. Sementara itu, artikel yang bersifat opini, editorial, dan tidak memiliki dasar metodologis yang jelas dikeluarkan dari telaah.

Untuk proses pengumpulan literatur, dilakukan pencarian artikel ilmiah melalui beberapa pangkalan data akademik terpercaya. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian mencakup kombinasi istilah seperti "digital entrepreneurship", "service innovation", "digital economy", "digital transformation", serta "platform-based business models". Teknik pencarian juga mengadopsi pendekatan boolean (and, or, not) guna memperluas dan memperdalam jangkauan literatur (Boell & Cecez-Kecmanovic, 2015).

Setelah proses identifikasi awal, dilakukan seleksi berdasarkan abstrak dan kata kunci, diikuti dengan telaah penuh pada artikel-artikel yang memenuhi kriteria. Untuk memastikan kualitas dan relevansi, digunakan metode PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) sebagai panduan dalam tahapan

seleksi dan dokumentasi literatur (Page et al., 2021). Dari hasil penyaringan, sebanyak 60 artikel utama dipilih untuk dianalisis lebih lanjut berdasarkan kontribusinya terhadap pemahaman konseptual dan/atau empiris mengenai hubungan antara kewirausahaan digital dan inovasi layanan.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan sintesis tematik kualitatif. Teknik ini digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola tematik yang muncul dari berbagai artikel yang ditelaah, termasuk bagaimana konsep kewirausahaan digital dipraktikkan dalam berbagai konteks organisasi dan sektor layanan (Braun & Clarke, 2006). Proses analisis ini terdiri atas beberapa tahap, yaitu: (1) membaca dan memahami teks secara mendalam, (2) melakukan open coding untuk mengidentifikasi konsep-konsep utama, (3) mengelompokkan kode menjadi tema-tema utama, dan (4) menyusun narasi konseptual yang menjelaskan keterkaitan antara tema-tema tersebut dalam kerangka ekonomi digital.

Untuk meningkatkan keandalan dan validitas analisis, dilakukan teknik triangulasi teori, yakni dengan membandingkan temuan dari berbagai studi dengan beragam pendekatan teoretis seperti teori inovasi layanan (*service-dominant logic*), teori kewirausahaan digital berbasis teknologi (Nambisan, 2017), serta kerangka ekonomi digital berbasis platform (Parker et al., 2016). Pendekatan ini memungkinkan penyajian perspektif yang lebih luas dan mengurangi bias interpretatif yang mungkin muncul dalam proses penyintesisan literatur.

Secara keseluruhan, metodologi penelitian ini dirancang untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam dan terstruktur mengenai bagaimana kewirausahaan digital berfungsi sebagai instrumen strategis dalam merancang, mendistribusikan, dan meningkatkan inovasi layanan dalam konteks ekonomi digital yang terus berkembang. Selain itu, kajian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual terhadap pengembangan kerangka kerja kewirausahaan digital yang dapat diadaptasi dalam kebijakan maupun praktik bisnis masa depan.

HASIL PENELITIAN

Hasil dari kajian literatur sistematis ini menunjukkan bahwa kewirausahaan digital telah berkembang menjadi mekanisme kunci dalam mendorong inovasi layanan di era ekonomi digital. Kewirausahaan digital tidak hanya berperan dalam penciptaan bisnis baru berbasis teknologi, tetapi juga dalam mendesain ulang model layanan tradisional

agar lebih responsif, efisien, dan berbasis data. Dari artikel yang dianalisis, ditemukan tiga tema utama yang menggambarkan kontribusi kewirausahaan digital terhadap inovasi layanan: (1) digitalisasi proses nilai layanan, (2) pembentukan model bisnis berbasis platform, dan (3) integrasi teknologi cerdas untuk personalisasi layanan.

Pertama, digitalisasi proses nilai layanan menjadi fondasi dalam mendorong efisiensi operasional dan peningkatan pengalaman pelanggan. Penelitian oleh Kraus et al. (2021) menegaskan bahwa penggunaan teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk mendesain ulang alur layanan secara real-time, memungkinkan co-creation antara pelanggan dan penyedia layanan. Proses digital ini memfasilitasi penyampaian layanan yang lebih cepat, fleksibel, dan hemat biaya (Linz et al., 2020).

Kedua, model bisnis berbasis platform menjadi penggerak utama kewirausahaan digital dalam membentuk ekosistem layanan baru. Studi oleh Parker et al. (2016) menunjukkan bahwa platform digital seperti Grab, Tokopedia, dan Gojek berhasil menciptakan struktur pasar baru yang menempatkan pengguna sebagai kontributor nilai, bukan hanya sebagai konsumen. Pendekatan ini memungkinkan terjadinya inovasi layanan yang bersifat terbuka dan kolaboratif (Autio et al., 2018).

Ketiga, integrasi teknologi cerdas seperti artificial intelligence (AI), big data analytics, dan Internet of Things (IoT) menjadi faktor pembeda dalam membangun layanan yang adaptif dan dipersonalisasi. Penelitian oleh Li et al. (2022) menunjukkan bahwa kewirausahaan digital yang mengadopsi teknologi ini mampu menciptakan nilai tambah melalui otomatisasi keputusan, prediksi kebutuhan pelanggan, serta peningkatan kepuasan dan retensi pengguna. Dengan kata lain, teknologi cerdas telah menjadi tulang punggung dalam inovasi layanan berbasis kewirausahaan digital.

Selain itu, temuan literatur juga menunjukkan bahwa keberhasilan inovasi layanan dalam konteks digital sangat bergantung pada kapabilitas kewirausahaan digital, termasuk literasi teknologi, orientasi inovasi, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar digital (Sahut et al., 2021). Aspek ini menggarisbawahi pentingnya strategi kewirausahaan digital yang tidak hanya fokus pada teknologi, tetapi juga pada faktor manusia dan organisasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kewirausahaan digital telah menjadi mekanisme strategis dalam mendorong inovasi layanan yang berkelanjutan, responsif, dan berorientasi masa depan dalam ekonomi digital. Kajian ini memberikan kontribusi konseptual dengan menyatukan berbagai perspektif empiris ke dalam kerangka tematik yang dapat digunakan sebagai dasar bagi penelitian lanjutan maupun pengambilan keputusan strategis di tingkat organisasi dan kebijakan publik.

PEMBAHASAN

Hasil kajian literatur ini menunjukkan bahwa kewirausahaan digital telah berkembang menjadi pendorong utama inovasi layanan dalam lanskap ekonomi digital. Perubahan paradigma bisnis dari sistem linier tradisional menuju ekosistem berbasis platform menjadi katalisator bagi lahirnya model layanan baru yang lebih fleksibel, berbasis data, dan terhubung secara digital (Parker, Van Alstyne, & Choudary, 2016). Dalam konteks ini, kewirausahaan digital tidak hanya menciptakan perusahaan baru, melainkan juga mendorong transformasi mendasar dalam cara layanan dirancang, dikirimkan, dan dikonsumsi oleh pengguna akhir (Nambisan, 2017).

Diskusi ini akan mengulas tiga dimensi utama dari kontribusi kewirausahaan digital terhadap inovasi layanan: (1) digitalisasi nilai layanan, (2) model bisnis berbasis platform, dan (3) integrasi teknologi cerdas. Masing-masing dimensi ini akan dibandingkan secara kritis dengan temuan dari delapan penelitian terdahulu guna mengelaborasi kontribusi konseptual dan aplikatif dari studi ini.

Pertama, digitalisasi nilai layanan memegang peranan krusial dalam menciptakan efisiensi dan meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan. Studi oleh Kraus et al. (2021) menunjukkan bahwa perusahaan rintisan digital secara aktif menggunakan teknologi untuk merancang ulang proses layanan yang dulunya bersifat konvensional menjadi otomatis, efisien, dan berorientasi pengguna. Hal ini sejalan dengan temuan Linz, Müller-Stewens, & Zimmermann (2020) yang menekankan bahwa transformasi digital menuntut pengusaha untuk mengubah value chain tradisional menjadi proses digital end-to-end yang terintegrasi dengan teknologi seperti cloud computing dan big data. Studi ini memperkuat temuan tersebut dengan menambahkan bahwa digitalisasi tidak hanya menciptakan efisiensi, tetapi juga memperluas kapabilitas kustomisasi layanan secara real-time melalui interaksi digital.

Kedua, model bisnis berbasis platform menjadi salah satu bentuk inovasi kewirausahaan digital yang paling disruptif. Sebagaimana dijelaskan Parker et al. (2016), platform seperti Gojek, Airbnb, dan Bukalapak mampu mempertemukan penyedia layanan dan pengguna dalam satu ekosistem digital yang terstandarisasi dan scalable. Studi oleh Autio, Nambisan, Thomas, & Wright (2018) bahkan menyebutkan bahwa affordances digital menciptakan peluang bagi pengusaha untuk mengeksplorasi model bisnis yang bersifat non-linier dan berbasis interaksi pengguna. Temuan kajian ini mendukung pandangan tersebut dan menambahkan bahwa platform entrepreneurship juga berkontribusi terhadap inklusi ekonomi dengan membuka akses pasar bagi pelaku usaha kecil yang sebelumnya terpinggirkan dari sistem layanan formal. Ini juga sejalan dengan hasil studi Kuckertz et al. (2020), yang menyoroti bagaimana platform digital selama pandemi COVID-19 berfungsi sebagai penyelamat ekonomi dengan memfasilitasi interaksi layanan tanpa kontak.

Ketiga, integrasi teknologi cerdas seperti Artificial Intelligence (AI), Internet of Things (IoT), dan analytics menjadi pendorong diferensiasi layanan dalam kewirausahaan digital. Li et al. (2022) menemukan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan AI dalam desain layanannya mampu memberikan personalisasi ekstrem dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Bharadwaj et al. (2013) yang menekankan bahwa digital capability merupakan sumber keunggulan kompetitif dalam konteks transformasi digital. Studi ini menambahkan bahwa integrasi teknologi tidak hanya terkait dengan automasi atau efisiensi, melainkan juga membentuk ulang cara perusahaan memahami dan merespons ekspektasi pelanggan melalui pendekatan berbasis data.

Keunggulan kompetitif yang muncul dari penggunaan teknologi digital dalam inovasi layanan juga terlihat dalam studi Nambisan, Wright, & Feldman (2019), yang menunjukkan bahwa kemampuan organisasi untuk mengorkestrasi sumber daya digital menjadi faktor kunci dalam menciptakan inovasi yang agile dan responsif. Dalam konteks ini, kewirausahaan digital bukan sekadar tentang adopsi teknologi, tetapi tentang kemampuan mengadaptasi struktur organisasi dan strategi bisnis terhadap dinamika ekosistem digital (Sahut, Iandoli, & Teulon, 2021). Kajian ini sejalan dengan temuan tersebut, dengan menegaskan bahwa kewirausahaan digital yang efektif mensyaratkan

literasi digital yang tinggi, keterbukaan terhadap eksperimen, dan kultur inovatif yang kuat.

Perbandingan dengan delapan penelitian terdahulu memperkuat kontribusi sintesis kajian ini. Misalnya, studi oleh Giones & Brem (2017) menyoroti bahwa inovasi berbasis kewirausahaan digital dipengaruhi oleh dinamika teknologi dan pasar, serta membutuhkan pendekatan manajerial yang berbeda dari kewirausahaan tradisional. Demikian pula, penelitian oleh Yoo, Boland, Lyytinen, & Majchrzak (2012) menggambarkan digital entrepreneurship sebagai bentuk pembentukan kembali hubungan antara teknologi, manusia, dan nilai, yang sepenuhnya mengubah cara layanan diciptakan dan dikonsumsi.

Selain itu, studi oleh Rippa & Secundo (2019) mengungkapkan bahwa kolaborasi antar aktor dalam ekosistem digital memperkuat dinamika inovasi layanan. Dalam kajian ini, peran kewirausahaan digital dalam membangun kolaborasi lintas sektor terbukti sebagai elemen penting dalam menciptakan inovasi yang inklusif dan berkelanjutan. Hasil serupa juga dikemukakan oleh Sussan & Acs (2017) dalam konsep entrepreneurial ecosystem, di mana kewirausahaan digital berfungsi sebagai jembatan antara inovasi teknologi dan pertumbuhan ekonomi digital.

Dalam hal ini, penting untuk dicatat bahwa keberhasilan kewirausahaan digital dalam mendorong inovasi layanan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor kontekstual seperti regulasi, infrastruktur digital, dan dukungan ekosistem. Studi oleh Elia, Margherita, & Passiante (2020) menggarisbawahi bahwa pengusaha digital di negara berkembang menghadapi tantangan tambahan terkait dengan keterbatasan akses teknologi dan modal. Oleh karena itu, kontribusi studi ini tidak hanya pada tingkat konseptual, tetapi juga pada level kebijakan dengan menyoroti pentingnya pembangunan ekosistem digital yang mendukung inklusi dan inovasi.

Secara keseluruhan, kajian ini memperluas literatur kewirausahaan digital dengan menyatukan berbagai kontribusi empiris ke dalam tiga dimensi tematik utama. Selain memberikan pemetaan sistematis terhadap peran kewirausahaan digital dalam inovasi layanan, kajian ini juga menghadirkan kerangka konseptual yang dapat digunakan sebagai dasar untuk eksplorasi lebih lanjut dalam riset maupun kebijakan strategis.

SIMPULAN

Kajian literatur sistematis ini menyimpulkan bahwa kewirausahaan digital merupakan mekanisme strategis yang efektif dalam mendorong inovasi layanan di era ekonomi digital. Terdapat tiga dimensi utama yang menjadi penggerak utama dalam inovasi layanan digital: digitalisasi nilai layanan, pengembangan model bisnis berbasis platform, dan integrasi teknologi cerdas. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa kewirausahaan digital bukan hanya tentang menciptakan bisnis baru, tetapi juga tentang menciptakan ulang cara nilai layanan diciptakan dan dikonsumsi secara digital, serta bagaimana pelaku usaha berinteraksi dengan pelanggan dan ekosistemnya.

Selain itu, studi ini menegaskan bahwa kewirausahaan digital memiliki potensi untuk menciptakan inklusi ekonomi, mempercepat adopsi teknologi, dan memfasilitasi pertumbuhan bisnis yang adaptif terhadap disrupsi. Dengan membandingkan delapan penelitian terdahulu, kajian ini juga memperlihatkan adanya konvergensi tematik yang kuat mengenai pentingnya ekosistem digital yang mendukung, literasi digital, dan kemampuan manajerial dalam menciptakan inovasi layanan yang berkelanjutan.

LIMITASI

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, fokus kajian dibatasi pada literatur yang tersedia dalam jurnal akademik bereputasi dan artikel ilmiah dalam rentang waktu tertentu, sehingga ada kemungkinan terlewatnya kontribusi dari praktik lapangan atau laporan industri yang relevan. Kedua, pendekatan literatur sistematis bersifat deskriptif dan analitis, sehingga belum mampu mengungkap hubungan kausal atau pengaruh langsung antar variabel yang dikaji. Ketiga, studi ini belum secara spesifik membedakan antara konteks geografis atau sektor industri tertentu, padahal dinamika kewirausahaan digital dan inovasi layanan sangat dipengaruhi oleh faktor kontekstual.

Untuk itu, penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi secara empiris hubungan antara dimensi kewirausahaan digital dan kinerja inovasi layanan dalam berbagai konteks sektor dan wilayah. Selain itu, studi kualitatif mendalam yang melibatkan pelaku usaha digital dapat memberikan wawasan yang lebih kontekstual mengenai tantangan dan strategi yang mereka hadapi dalam mengembangkan layanan inovatif berbasis digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, B. S., Kreiser, P. M., Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Eshima, Y. (2015). Reconceptualizing entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 36(10), 1579–1596. <https://doi.org/10.1002/smj.2298>
- Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. W., & Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 72–95. <https://doi.org/10.1002/sej.1266>
- Berman, S. J. (2012). Digital transformation: Opportunities to create new business models. *Strategy & Leadership*, 40(2), 16–24. <https://doi.org/10.1108/10878571211209314>
- Berman, T., Stuckler, D., Schallmo, D., & Kraus, S. (2024). Drivers and success factors of digital entrepreneurship: A systematic literature review and future research agenda. *Journal of Small Business Management*, 62(5), 2453–2481. <https://doi.org/10.1080/00472778.2023.2238791>
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482.
- Boell, S. K., & Cecez-Kecmanovic, D. (2015). On being ‘systematic’ in literature reviews. *Formulating Research Methods for Information Systems*, 48(9), 1289–1307. <https://doi.org/10.1057/ejis.2014.44>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Davidson, E., & Vaast, E. (2010). *Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment*. In 2010 43rd Hawaii International Conference on System Sciences (pp. 1–10). IEEE.
- Eka Wahyu Kasih, Ngadi Permana, & Mohammad Chaidir. (2024). The Synergy of Artificial Intelligence and Digital Innovation Hubs in Driving Digital Innovation For MSMES. *Indonesian Economic Review*, 4(1), 14-28. <https://doi.org/10.53787/iconv.v4i1.37>
- 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, 119791. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119791>
- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44–51. <https://doi.org/10.22215/timreview/1076>
- Guthrie, C. (2014). The digital factory: A hands-on learning project in digital entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(1), 115.
- Hervé, A., Schmitt, C., & Baldegger, R. (2021). Digitalization, entrepreneurial orientation & internationalization of micro-, small-, and medium-sized enterprises. *Technology Innovation Management Review*. <https://doi.org/10.22215/timreview/1343>
- Hinings, B., Gegenhuber, T., & Greenwood, R. (2018). Digital innovation and transformation: An institutional perspective. *Information and Organization*, 28(1), 52–61. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2018.02.004>
- Kim, Y. J., Passerini, K., Yun, B. S., & Kim, A. (2025). Making the case for digital transformation: Digital entrepreneurship and on-demand service innovation. *Journal of Small Business Management*, 1–29.

- <https://doi.org/10.1080/00472778.2024.2424807>
- Kim, Y. J., Song, S., Sambamurthy, V., & Lee, Y. L. (2012). Entrepreneurship, knowledge integration capability, and firm performance: An empirical study. *Information Systems Frontiers*, 14(5), 1047–1060. <https://doi.org/10.1007/s10796-011-9331-z>
- 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 Behavior & Research*, 25(2), 353–375. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425>
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2021). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(1), 1–20. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2020-0380>
- Kuckertz, A., Brändle, L., Gaudig, A., Hinderer, S., Reyes, C. A. M., Prochotta, A., Steinbrink, K. M., & Berger, E. S. C. (2020). Startups in times of crisis—A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00169. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00169>
- Le Dinh, T., Vu, M. C., & Ayayi, A. (2018). Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1–17.
- Li, L., Su, F., Zhang, W., & Mao, J. Y. (2022). Digital transformation and business model innovation: A mediating role of capability reconfiguration. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121246. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121246>
- 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>
- Linz, C., Müller-Stewens, G., & Zimmermann, A. (2020). *Radical business model transformation: Gaining the competitive edge in a disruptive world*. Kogan Page Publishers.
- Lusch, R. F., & Nambisan, S. (2015). Service innovation. *MIS Quarterly*, 39(1), 155–176. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2015/39.1.07>
- Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2015). Digital transformation strategies. *Business & Information Systems Engineering*, 57(5), 339–343. <https://doi.org/10.1007/s12599-015-0401-5>
- Mazzarol, T. (2015). SMEs engagement with e-commerce, e-business and e-marketing. *Small Enterprise Research*, 22(1), 79–90. <https://doi.org/10.1080/13215906.2015.1018400>
- Mikalef, P., Krogstie, J., Pappas, I. O., & Pavlou, P. (2020). Exploring the relationship between big data analytics capability and competitive performance. *Information & Management*, 57(2), 103169. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.05.004>
- Mohamad Chaidir, Grace Yulianti, & Seger Santoso. (2024). Dampak Digitalisasi terhadap Inovasi Teknologi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Visi Manajemen*, 10(2), 74–87. <https://doi.org/10.56910/jvm.v10i2.523>
- Muhammad Rizal, Ruslaini Ruslaini, Grace Yulianti, & Sri Utami Nurhasanah. (2025). The Impact of Digital Transformation on Corporate Financial Investments: A Literature Review. *Indonesian Economic Review*, 5(1), 24-31. <https://doi.org/10.53787/iconv.v5i1.41>

- 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>
- Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., & Song, M. (2017). Digital innovation management. *MIS Quarterly*, 41(1), 223–238. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2017/41:1.03>
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8), 103773. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- Orlikowski, W. J., & Scott, S. V. (2008). 10 Sociomateriality: Challenging the separation of technology, work and organization. *Academy of Management Annals*, 2(1), 433–474. <https://doi.org/10.5465/19416520802211644>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. W. W. Norton & Company.
- Rhee, J., Park, T., & Lee, D. H. (2010). Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea. *Technovation*, 30(1), 65–75. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2009.04.008>
- Rippa, P., & Secundo, G. (2019). Digital academic entrepreneurship: The potential of digital technologies on academic entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 900–911. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.013>
- Sahut, J. M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship: Opportunities and challenges. *Small Business Economics*, 56(3), 1159–1169. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00260-8>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- 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. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007>
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Warner, K. S., & Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal. *Long Range Planning*, 52(3), 326–349. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.12.001>
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014a). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Press.
- Xie, K., Wu, Y., Xiao, J., & Hu, Q. (2016). Value co-creation between firms and customers. *Information & Management*, 53(8), 1034–1048. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.06.003>
- Yoo, Y., Boland, R. J., Lyytinen, K., & Majchrzak, A. (2012). Organizing for innovation in the digitized world. *Organization Science*, 23(5), 1398–1408. <https://doi.org/10.1287/orsc.1120.0771>