

PENERAPAN KONSEP ENTREPRENEURSHIP DALAM MERINTIS USAHA BARU: STRATEGI, PELUANG, DAN TANTANGAN DI ERA DIGITAL

Mifta Rizqi Amalia¹

¹ Universitas K.H Abdurrahman Wahid

Email: mifta.rizqi.amalia24188@mhs.uingusdur.ac.id

Ferida Rahmawati²

² Universitas K.H Abdurrahman Wahid

Email: ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id

Abstract

The digital era has opened new horizons for entrepreneurs in pioneering and developing businesses. This article aims to comprehensively examine the application of the concept of entrepreneurship in the context of digital entrepreneurship, encompassing relevant strategies, opportunity identification, and challenges faced. The method used is a systematic literature review analyzing various current scientific and practical sources. The study results indicate that the success of entrepreneurs in the digital era is largely determined by the ability to adapt to technology, mastery of the digital ecosystem, and the development of a sustainable, innovative mindset. Furthermore, the utilization of digital platforms, data analytics, and artificial intelligence are key strategies that differentiate successful entrepreneurs from unsuccessful ones. Key challenges include the acceleration of technological change, increasingly fierce global competition, cybersecurity, and limited access to capital and digital infrastructure. This article provides both an academic contribution and a practical guide for aspiring entrepreneurs seeking to optimally capitalize on opportunities in the digital era.

Keywords: entrepreneurship, digital entrepreneurship, startups, business strategy, digital era, innovation.

Abstrak

Era digital telah membuka cakrawala baru bagi para wirausahawan dalam merintis dan mengembangkan usaha. Artikel ini bertujuan mengkaji secara komprehensif penerapan konsep entrepreneurship dalam konteks kewirausahaan digital, meliputi strategi yang relevan, identifikasi peluang, serta tantangan yang dihadapi. Metode yang digunakan adalah kajian literatur sistematis dengan menganalisis berbagai sumber ilmiah dan praktis terkini. Hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan wirausahawan di era digital sangat ditentukan oleh kemampuan adaptasi teknologi, penguasaan ekosistem digital, dan pengembangan mindset inovatif yang berkelanjutan. Selain itu, pemanfaatan platform digital, analitik data, dan kecerdasan buatan menjadi strategi kunci yang membedakan wirausahawan sukses dari yang gagal. Tantangan utama meliputi percepatan perubahan teknologi, persaingan global yang semakin ketat, keamanan siber, serta keterbatasan akses modal dan infrastruktur digital. Artikel ini memberikan kontribusi akademis sekaligus panduan praktis bagi calon wirausahawan yang ingin memanfaatkan peluang di era digital secara optimal.

Kata kunci: entrepreneurship, kewirausahaan digital, startup, strategi bisnis, era digital, inovasi

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang masif dalam dua dekade terakhir telah merevolusi cara manusia berbisnis, berkomunikasi, dan menciptakan nilai ekonomi. Revolusi industri 4.0 dan kini era Society 5.0 telah melahirkan ekosistem bisnis yang sama sekali berbeda dari era sebelumnya, di mana batas-batas geografis, modal konvensional, dan model bisnis tradisional tidak lagi menjadi hambatan utama bagi lahirnya wirausahawan baru (Schwab, 2016).

Entrepreneurship atau kewirausahaan merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi suatu bangsa. Di Indonesia, pemerintah menargetkan rasio wirausahawan mencapai 3,95% dari

total populasi pada tahun 2024, sebuah angka yang masih jauh di bawah negara-negara maju seperti Amerika Serikat (11,6%) dan Singapura (8,7%) (Kemenko Perekonomian, 2021). Kondisi ini menunjukkan masih besarnya ruang untuk pengembangan ekosistem kewirausahaan di Indonesia, khususnya dalam memanfaatkan peluang digital.

Era digital telah melahirkan konsep-konsep baru dalam kewirausahaan seperti digital entrepreneurship, technopreneur, dan sociopreneur digital yang memanfaatkan teknologi sebagai inti dari model bisnis mereka. Fenomena ini tidak hanya menciptakan peluang yang belum pernah ada sebelumnya, tetapi juga menghadirkan tantangan-tantangan baru yang memerlukan pemahaman mendalam dan strategi yang tepat untuk dinavigasi dengan berhasil (Nambisan, 2017).

Artikel ini bertujuan untuk: (1) mengkaji konsep dan karakteristik entrepreneurship di era digital; (2) mengidentifikasi strategi-strategi kunci yang relevan bagi wirausahawan pemula; (3) memetakan peluang bisnis yang terbuka lebar di ekosistem digital; serta (4) menganalisis tantangan-tantangan utama yang dihadapi wirausahawan dalam merintis usaha baru di era digital. Pemahaman holistik terhadap keempat aspek tersebut diharapkan dapat menjadi panduan praktis sekaligus kontribusi akademis bagi pengembangan ilmu kewirausahaan di Indonesia.

Entrepreneurship secara etimologis berasal dari kata Prancis *entreprendre* yang berarti “mengambil di antara” atau “melaksanakan.” Schumpeter (1934) mendefinisikan wirausahawan sebagai agen perubahan yang melakukan inovasi kreatif untuk menciptakan kombinasi baru dari sumber daya yang ada. Definisi ini menekankan peran sentral inovasi dan pengambilan risiko dalam kewirausahaan. Drucker (1985) memperluas definisi tersebut dengan menyatakan bahwa entrepreneurship bukan sekadar tentang mendirikan bisnis baru, melainkan tentang perilaku dan tindakan yang berfokus pada penciptaan nilai dan pemanfaatan peluang. Sementara itu, Timmons dan Spinelli (2009) mendefinisikan entrepreneurship sebagai cara berpikir, bernalar, dan bertindak yang terobsesi dengan peluang, menyeluruh dalam pendekatan, dan seimbang dalam kepemimpinan. Dalam konteks kontemporer, Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022) mendefinisikan wirausahawan sebagai individu yang memulai, memiliki, atau mengelola bisnis baru atau berkembang yang didorong oleh peluang. Definisi ini semakin relevan di era digital di mana ambang batas untuk memulai bisnis semakin rendah berkat kemajuan teknologi.

Digital entrepreneurship merupakan evolusi dari konsep kewirausahaan tradisional yang menjadikan teknologi digital sebagai inti dari penciptaan nilai dan model bisnis. Nambisan (2017) mendefinisikan digital entrepreneurship sebagai penciptaan usaha baru atau transformasi usaha yang ada melalui pengembangan novel digital artifacts, platform, atau ekosistem digital. Karakteristik utama digital entrepreneurship yang membedakannya dari kewirausahaan konvensional meliputi skalabilitas yang hampir tanpa batas, biaya marginal yang mendekati nol, kecepatan inovasi yang tinggi, serta kemampuan untuk menjangkau pasar global sejak hari pertama (Hull et al., 2007). Karakteristik-karakteristik ini menciptakan dinamika kompetisi yang berbeda sekaligus membuka peluang yang belum pernah ada sebelumnya.

Isenberg (2011) menggambarkan ekosistem kewirausahaan sebagai sekumpulan elemen individual berupa budaya, kebijakan, modal, institusi pendukung, sumber daya manusia, dan pasar yang secara kolektif menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan wirausaha. Di era digital, ekosistem ini semakin diperkaya oleh kehadiran akselerator startup, co-working space, dan komunitas teknologi yang memfasilitasi kolaborasi dan pembelajaran bersama. Laporan Startup Genome (2022) mengidentifikasi bahwa ekosistem startup yang berkembang pesat ditandai oleh tingginya konektivitas antaraktor, ketersediaan mentor berpengalaman, akses terhadap modal ventura, serta budaya yang toleran terhadap kegagalan. Indonesia sendiri telah berhasil mengembangkan ekosistem startup yang dinamis, terbukti dengan lahirnya beberapa unicorn dan decacorn seperti GoTo, Tokopedia, dan Traveloka.

Landasan utama keberhasilan wirausahawan di era digital adalah pengembangan mindset yang tepat. Dweck (2006) memperkenalkan konsep *growth mindset*, yaitu keyakinan bahwa kemampuan dapat dikembangkan melalui dedikasi dan kerja keras, yang sangat relevan bagi wirausahawan digital yang harus terus beradaptasi dengan perubahan teknologi yang cepat. Dalam konteks digital entrepreneurship, mindset yang diperlukan meliputi design thinking untuk memahami dan memecahkan masalah pengguna, agile mindset untuk beradaptasi secara cepat terhadap perubahan pasar, data-driven decision making untuk mengambil keputusan berdasarkan bukti dan analitik, serta resilience mindset untuk menghadapi kegagalan dan belajar darinya (Ries, 2011).

Metodologi Lean Startup yang dikembangkan oleh Ries (2011) telah menjadi salah satu kerangka kerja paling berpengaruh dalam dunia kewirausahaan digital. Metodologi ini menekankan siklus Build-Measure-Learn yang memungkinkan wirausahawan untuk menguji hipotesis bisnis secara cepat dengan modal minimal melalui pengembangan Minimum Viable Product (MVP). Penerapan Lean Startup dalam konteks Indonesia memerlukan adaptasi terhadap kondisi lokal, termasuk infrastruktur digital yang belum merata, perilaku konsumen yang unik, dan ekosistem regulasi yang masih berkembang. Wirausahawan yang berhasil menerapkan metodologi ini secara adaptif terbukti memiliki tingkat kelangsungan hidup usaha yang lebih tinggi dibandingkan yang menggunakan pendekatan bisnis konvensional (Blank, 2013).

Strategi pemasaran digital merupakan salah satu kompetensi inti yang harus dikuasai wirausahawan era digital. Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021) dalam konsep Marketing 5.0 menekankan pentingnya penggabungan teknologi, termasuk kecerdasan buatan, machine learning, dan big data analytics, dengan sentuhan manusiawi dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang bermakna. Dalam praktiknya, strategi pemasaran digital untuk startup mencakup content marketing, search engine optimization (SEO), social media marketing, influencer marketing, dan community building. Pendekatan growth hacking yang dipopulerkan oleh Ellis (2010) menawarkan alternatif strategi pertumbuhan yang lebih kreatif dan berbiaya rendah, sangat cocok untuk startup dengan keterbatasan anggaran pemasaran.

Osterwalder dan Pigneur (2010) dalam Business Model Canvas memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk merancang dan menganalisis model bisnis. Di era digital, model bisnis yang paling umum dan berhasil meliputi Software as a Service (SaaS), marketplace dua sisi, freemium, subscription, dan platform model. Pemilihan model bisnis yang tepat sangat krusial karena akan menentukan struktur biaya, sumber pendapatan, dan skalabilitas jangka panjang usaha.

Industri e-commerce Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang luar biasa. Data Badan Pusat Statistik (2023) mencatat nilai transaksi e-commerce Indonesia mencapai Rp476,3 triliun pada tahun 2022, meningkat 18,7% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya penetrasi internet, tingginya adopsi smartphone, dan perubahan perilaku konsumen yang semakin nyaman berbelanja daring. Kemunculan social commerce, yaitu perpaduan antara media sosial dan e-commerce, membuka peluang baru yang signifikan. Platform seperti TikTok Shop, Instagram Shopping, dan WhatsApp Business telah menciptakan ekosistem perdagangan yang terintegrasi dengan kehidupan sosial digital konsumen. Wirausahawan yang mampu memanfaatkan social commerce secara efektif dapat membangun merek dan basis pelanggan yang kuat dengan investasi yang jauh lebih kecil dibandingkan ritel konvensional.

Ekonomi kreator (*creator economy*) merupakan salah satu fenomena paling transformatif di era digital. Li (2022) mendefinisikan creator economy sebagai ekosistem ekonomi di mana individu menghasilkan pendapatan dari kreasi konten digital yang didistribusikan melalui platform seperti YouTube, TikTok, Spotify, dan Substack. Di Indonesia, pertumbuhan kreator konten telah membuka

peluang bisnis baru tidak hanya bagi kreator itu sendiri, tetapi juga bagi ekosistem pendukung seperti agensi manajemen kreator, produsen konten, dan penyedia teknologi kreator.

Sektor teknologi keuangan (fintech) menawarkan peluang bisnis yang sangat besar, khususnya dalam menjawab kebutuhan inklusi keuangan bagi segmen masyarakat yang selama ini tidak terlayani oleh perbankan konvensional. Otoritas Jasa Keuangan (2023) mencatat bahwa tingkat inklusi keuangan Indonesia telah mencapai 85,1% pada tahun 2022, didorong sebagian besar oleh perkembangan fintech payment, peer-to-peer lending, dan insurtech.

Perkembangan kecerdasan buatan (AI) yang pesat membuka peluang kewirausahaan yang belum pernah ada sebelumnya. Wirausahawan yang dapat mengidentifikasi masalah-masalah nyata dan menerapkan solusi berbasis AI untuk memecahkannya memiliki potensi untuk menciptakan nilai ekonomi yang sangat besar. Peluang ini mencakup berbagai sektor, mulai dari pertanian presisi, kesehatan digital, pendidikan adaptif, hingga layanan keuangan yang dipersonalisasi (Agrawal, Gans, & Goldfarb, 2018).

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi wirausahawan di era digital adalah kecepatan perubahan teknologi yang terus mengalami akselerasi. Hukum Moore memprediksi bahwa kapasitas komputasi akan berlipat ganda setiap dua tahun, namun dalam praktiknya perkembangan teknologi digital terjadi bahkan lebih cepat dari prediksi tersebut. Wirausahawan harus terus memperbarui pengetahuan dan kompetensi teknologinya untuk tetap relevan di pasar yang dinamis ini. Kegagalan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dapat berakibat fatal bagi usaha yang baru dirintis. Contoh nyata adalah kemunduran bisnis-bisnis yang berbasis teknologi yang sudah usang, seperti warnet yang kalah bersaing dengan smartphone atau toko video fisik yang tergeser oleh platform streaming. Wirausahawan harus mengembangkan kemampuan untuk mengantisipasi tren teknologi dan memposisikan usahanya secara strategis menghadapi perubahan tersebut (Christensen, 1997).

Era digital telah menghapus batas-batas geografis dalam kompetisi bisnis dan menciptakan lingkungan hypercompetition, di mana wirausahawan lokal harus bersaing tidak hanya dengan pemain lokal tetapi juga dengan perusahaan teknologi global yang beroperasi di pasar yang sama. Fenomena ini memaksa wirausahawan untuk terus berinovasi dan mencari keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Porter, 2001).

Dengan semakin banyaknya bisnis yang beroperasi secara digital, ancaman keamanan siber menjadi tantangan yang tidak dapat diabaikan. Laporan IBM Cost of a Data Breach (2023) menunjukkan bahwa rata-rata biaya pelanggaran data global mencapai USD 4,45 juta, sebuah angka yang dapat menghancurkan startup yang baru berkembang. Tantangan ini diperparah oleh regulasi perlindungan data yang semakin ketat, termasuk berlakunya Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) di Indonesia yang menuntut kepatuhan dari seluruh pelaku usaha digital.

Meskipun era digital telah membuka banyak alternatif pendanaan baru seperti crowdfunding, venture capital, dan angel investing, akses terhadap modal tetap menjadi salah satu tantangan utama bagi wirausahawan pemula, terutama yang berada di luar kota-kota besar. Ketimpangan distribusi investasi startup yang masih sangat terkonsentrasi di Jakarta dan Pulau Jawa menciptakan kesenjangan ekosistem kewirausahaan yang perlu diatasi melalui kebijakan dan inisiatif yang terarah (Kemenkop UKM, 2022).

Tantangan lain yang sering diabaikan adalah kesenjangan kompetensi digital di kalangan wirausahawan, terutama yang berasal dari latar belakang nonteknologi. Survei APJII (2023) menunjukkan bahwa meskipun penetrasi internet Indonesia telah mencapai 78,19%, tingkat literasi digital masyarakat masih sangat bervariasi. Wirausahawan yang tidak memiliki kompetensi digital yang memadai akan kesulitan untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ditawarkan oleh ekosistem digital secara optimal.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur sistematis (Systematic Literature Review/SLR) dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dipilih karena bertujuan untuk mengkaji, menganalisis, dan mensintesis berbagai konsep, strategi, peluang, serta tantangan entrepreneurship di era digital berdasarkan sumber-sumber ilmiah yang relevan. Data penelitian diperoleh dari berbagai literatur berupa buku, artikel jurnal ilmiah, laporan lembaga resmi, dan publikasi akademik yang berkaitan dengan kewirausahaan, kewirausahaan digital, startup, inovasi, pemasaran digital, serta perkembangan teknologi digital.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur dari berbagai sumber terpercaya seperti jurnal nasional dan internasional, buku referensi, laporan pemerintah, serta laporan organisasi yang relevan dengan topik penelitian. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan kriteria relevansi, kredibilitas sumber, dan keterbaruan publikasi agar mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai perkembangan entrepreneurship di era digital.

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi (content analysis), yaitu mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber literatur. Selanjutnya, data disusun secara tematik berdasarkan fokus kajian yang meliputi konsep dasar entrepreneurship, strategi kewirausahaan digital, peluang bisnis di era digital, serta tantangan yang dihadapi wirausahawan. Hasil analisis kemudian disintesis untuk menghasilkan pemahaman yang utuh mengenai penerapan konsep entrepreneurship dalam merintis usaha baru di era digital serta implikasinya bagi pengembangan kewirausahaan di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian ini mengungkapkan bahwa keberhasilan dalam merintis usaha baru di era digital memerlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan pemahaman konseptual tentang entrepreneurship dengan kemampuan praktis dalam memanfaatkan teknologi digital. Temuan ini sejalan dengan argumen Shane dan Venkataraman (2000) bahwa kewirausahaan pada hakikatnya adalah proses penemuan, evaluasi, dan eksploitasi peluang, yang di era digital menjadi semakin kompleks dan multidimensional.

Strategi yang paling efektif bagi wirausahawan pemula di era digital adalah kombinasi antara pendekatan lean startup untuk validasi pasar awal, pertumbuhan organik melalui pemasaran konten dan komunitas, serta monetisasi yang bertahap dan berkelanjutan. Pendekatan ini memungkinkan wirausahawan untuk meminimalkan risiko kegagalan sambil memaksimalkan pembelajaran dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar yang sesungguhnya (Blank & Dorf, 2012).

Peluang terbesar di era digital terletak pada titik-titik pertemuan antara masalah nyata masyarakat dengan kemampuan teknologi untuk memecahkannya. Wirausahawan yang berhasil adalah mereka yang mampu mengidentifikasi friction points — titik-titik hambatan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat — dan menciptakan solusi digital yang elegan, mudah digunakan, dan menciptakan nilai nyata bagi penggunanya.

Di sisi lain, tantangan-tantangan yang diidentifikasi dalam kajian ini menuntut wirausahawan untuk mengembangkan kompetensi-kompetensi yang jauh melampaui pengetahuan teknis semata. Kepemimpinan adaptif, kemampuan membangun jaringan, kecerdasan emosional, dan ketangguhan mental (resilience) menjadi kompetensi yang sama pentingnya dengan keahlian teknologi dalam menentukan keberhasilan jangka panjang seorang wirausahawan digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa era digital telah mentransformasi lanskap kewirausahaan secara fundamental, menciptakan ekosistem yang kaya peluang sekaligus penuh tantangan. Penerapan konsep entrepreneurship yang efektif di era ini memerlukan perpaduan antara mindset yang tepat, penguasaan strategi digital yang relevan, kemampuan membaca dan memanfaatkan peluang pasar, serta ketangguhan dalam menghadapi berbagai tantangan.

Strategi utama yang direkomendasikan bagi wirausahawan pemula mencakup: (1) memulai dengan validasi masalah dan solusi sebelum investasi besar-besaran; (2) memanfaatkan metodologi Lean Startup untuk meminimalkan risiko; (3) membangun komunitas pengguna yang loyal sejak dini; (4) mengintegrasikan teknologi AI dan data analytics dalam operasional bisnis; serta (5) menjalin kolaborasi strategis dengan pemain ekosistem yang sudah mapan.

Bagi pemangku kebijakan, rekomendasi yang dapat diajukan meliputi: peningkatan infrastruktur digital yang merata, pengembangan program literasi digital yang komprehensif, penyederhanaan regulasi untuk startup teknologi, dan penciptaan ekosistem pendanaan yang lebih inklusif dan merata secara geografis. Dukungan sistemik dari berbagai pemangku kepentingan — pemerintah, akademisi, industri, dan masyarakat — sangat krusial untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan digital Indonesia yang berdaya saing global.

Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengkaji secara lebih mendalam faktor-faktor spesifik yang menentukan keberhasilan startup digital di Indonesia, termasuk studi kasus yang mendalam, analisis ekosistem regional, dan pengukuran dampak sosial-ekonomi dari perkembangan kewirausahaan digital terhadap kesejahteraan masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, A., Gans, J., & Goldfarb, A. (2018). *Prediction machines: The simple economics of artificial intelligence*. Harvard Business Review Press.
- APJII. (2023). *Laporan survei penetrasi internet Indonesia 2022–2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Blank, S. (2013). *The four steps to the epiphany: Successful strategies for products that win* (2nd ed.). K&S Ranch Publishing.
- Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. K&S Ranch Publishing.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business School Press.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.
- Ellis, S. (2010). *Find a growth hacker for your startup*. Startup Marketing Blog. <https://www.startup-marketing.com/where-are-all-the-growth-hackers>
- GEM. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 global report: Opportunity amid disruption*. Global Entrepreneurship Research Association.

- Hull, C. E., Caisy Hung, Y. T., Hair, N., Perotti, V., & DeMartino, R. (2007). Taking advantage of digital opportunities: A typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4(3), 290–303. <https://doi.org/10.1504/IJNVO.2007.015166>
- IBM Security. (2023). *Cost of a data breach report 2023*. IBM Corporation.
- Isenberg, D. J. (2011). Introducing the entrepreneurship ecosystem: Four defining characteristics. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics>
- Kemenko Perekonomian. (2021). *Kebijakan pengembangan kewirausahaan nasional 2021–2024*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.
- Kemenkop UKM. (2022). *Laporan tahunan kementerian koperasi dan UKM 2022*. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Li, F. (2022). The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends. *Technovation*, 92–93, 102012. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2019.12.003>
- 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>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.
- Schwab, K. (2016). *The fourth industrial revolution*. World Economic Forum.