SYIRKAH: Jurnal Ekonomi Syariah
Vol. 02 No. 03 (2025), Hal. 303-312

ANALISIS PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DAN DAMPAKNYA TERHADAP STRATEGI BISNIS MODERN DALAM MENGHADAPI TANTANGAN PASAR DIGITAL MASA KINI

Khairatul Umuri [1], Juliana Putri[2]

[1,2]UIN Sultanah Nahrasyiah Lhokseumawe
khairatulumuri5@gmail.com

Kata Kunci:
Ekonomi Digital; Strategi Bisnis Modern; Digitalisasi; Teknologi Informasi

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital telah membawa transformasi besar terhadap cara perusahaan beroperasi dan bersaing di pasar modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika perkembangan ekonomi digital serta dampaknya terhadap strategi bisnis modern dalam menghadapi tantangan pasar digital masa kini. Melalui pendekatan deskriptif-analitis, penelitian ini mengkaji bagaimana digitalisasi, perubahan perilaku konsumen, inovasi teknologi, dan peningkatan kompetisi global mendorong perusahaan untuk menyesuaikan model bisnis mereka. Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan dituntut untuk mengadopsi teknologi digital seperti big data analytics, artificial intelligence (AI), cloud computing, dan Internet of Things (IoT) untuk meningkatkan efisiensi, memperkuat kehadiran digital, serta menciptakan layanan yang lebih cepat, mudah, transparan, dan personal. Selain itu, ekonomi digital memengaruhi pola konsumsi masyarakat yang semakin mengutamakan kemudahan dan kecepatan, sehingga strategi bisnis modern harus bersifat adaptif, inovatif, dan berorientasi pada pengalaman pelanggan. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan perusahaan dalam era digital sangat bergantung pada kemampuan mereka memanfaatkan teknologi secara strategis dan menyesuaikan diri dengan perubahan pasar yang berlangsung cepat dan kompetitif.

SYIRKAH
(Jurnal Ekonomi Syariah)

SYIRKAH: Jurnal Ekonomi Syariah

Vol. 02 No. 03 (2025), Hal. 303-312

Keywords:
Digital Economy; Business Strategy; Digital Transformation

Abstract

The development of the digital economy has brought major transformation to the way companies operate and compete in the modern market. This research aims to analyze the dynamics of digital economic development and its impact on modern business strategies in facing today's digital market challenges. Through a descriptive-analytical approach, this research examines how digitalization, changes in consumer behavior, technological innovation, and increasing global competition encourage companies to adapt their business models. The analysis results show that companies are required to adopt digital technologies such as big data analytics, artificial intelligence (AI), cloud computing, and the Internet of Things (IoT) to increase efficiency, strengthen digital presence, and create services that are faster, easier, transparent, and personalized. In addition, the digital economy influences people's consumption patterns which increasingly prioritize convenience and speed, so modern business strategies must be adaptive, innovative and oriented towards customer experience. This research confirms that the success of companies in the digital era is highly dependent on their ability to utilize technology strategically and adapt to rapid and competitive market changes.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor, termasuk ekonomi. Digitalisasi memungkinkan transaksi dan aktivitas bisnis dilakukan secara lebih efisien, meningkatkan daya saing usaha, serta memperluas akses pasar bagi pelaku ekonomi. Dalam konteks Indonesia, ekonomi digital telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi, dengan sektor e-commerce, fintech, dan industri berbasis teknologi berkembang pesat. Ekonomi digital dapat didefinisikan sebagai aktivitas ekonomi yang berbasis pada pemanfaatan teknologi digital, di mana produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa dilakukan melalui platform digital seperti marketplace, aplikasi keuangan digital,dan sistem pembayaran elektronik.[1]

Salah satu aspek penting yang terpengaruh adalah perspektif persediaan. E-commerce telah mengubah pola permintaan pelanggan, mempercepat siklus pesanan, danmempengaruhi strategi persediaan. Permintaan yang fluktuatif dan tak terduga dalam e-commercemenuntut fleksibilitas dalam mengelola persediaan agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cepat dan akurat. Dalam lingkungan e-commerce, informasi yang akurat dan real-timemenjadi sangat penting untuk melacak pesanan,mengelola inventaris, dan memantau pengiriman. Teknologi yang terkait dengan e-commerce, seperti sistem manajemen pesanan (OMS) dan teknologi pelacakan barang (tracking), memainkan peran penting dalam memastikan informasi logistik yang terkini dan dapat diakses dengan mudah.[2]

Ekonomi digital telah menjadi fenomena global yang mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk pola konsumsi masyarakat. Dengan semakin luasnya akses internet dan berkembangnya teknologi digital, perilaku belanja konsumen mengalami pergeseran yang signifikan dari transaksi konvensional menuju transaksi berbasis digital. Platform e-commerce, layanan keuangan digital, serta inovasi dalam teknologi pembayaran telah menciptakan ekosistem baru dalam dunia perdagangan, memungkinkan konsumen untuk memperoleh barang dan jasa dengan lebih cepat, efisien, dan nyaman.

Perubahan ini didorong oleh faktor-faktor seperti kemudahan akses informasi, ketersediaan berbagai metode pembayaran, serta meningkatnya kepercayaan terhadap sistem digital. Fenomena ini mencerminkan bagaimana teknologi menjadi alat pendukung dan katalisutama dalam evolusi pola konsumsi masyarakat modern. Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan ekonomi digital telah mempercepat pergeseran dari model bisnis

[1] Christian Napitupulu et al., "Peranan Ekonomi Digital Dalam Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia" 01, no. 03 (2025): 138–45.
[2] Jurnal Ilmiah and Wahana Pendidikan, "No Title" 9, no. 15 (2023): 616–21.

tradisional ke model berbasis teknologi, yang pada akhirnya turut mengubah kebiasaan dan preferensi konsumen.

Kehadiran platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak di Indonesia telah merevolusi cara masyarakat berbelanja, mengurangi ketergantungan terhadap toko fisik dan meningkatkan adopsi belanja daring. Selain itu, munculnya konsep on-demand economy yang didorong oleh layanan seperti Gojek dan Grab telahmemperluas kemungkinan bagi konsumen untuk mengakses produk dan layanan dalam waktu singkat. Fenomena ini menunjukkan bahwa pola konsumsi berubah dalam hal cara bertransaksi dan ekspektasi terhadap kecepatan dan fleksibilitas layanan.

Selain itu, faktor ekonomi seperti meningkatnya daya beli masyarakat dan perubahan gaya hidup juga turut mempercepat pergeseran menuju konsumsi berbasis digital.Perubahan perilaku belanja di era internet juga tidak terlepas dari inovasi dalam sistem pembayaran digital. Kemudahan akses terhadap dompet digital seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay telah meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam transaksi daring, mengurangi ketergantungan terhadap uang tunai, serta meningkatkan inklusi keuangan di berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, perkembangan sistem buy now, pay later (BNPL) yang diterapkan oleh berbagai platform e-commerce telah memberikan fleksibilitas tambahan bagi konsumen dalam mengelola pengeluaran mereka, sehingga mendorong peningkatan transaksi digital.[3]

Dunia bisnis saat ini menghadapi berbagai perubahan yang cepat dan tak terduga. Teknologi yang berkembang pesat, globalisasi, perubahan kebutuhan konsumen, serta pergeseran ekonomi global menuntut para pelaku usaha untuk tidak hanya beradaptasi, tetapi juga berinovasi secara berkelanjutan. Namun, meskipun peluang bisnis semakin terbuka lebar, banyak pengusaha yang terhambat oleh tantangan-tantangan yang datang bersamaan dengan perubahan tersebut. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana menghadapi ketidakpastian dan volatilitas yang semakin meningkat dalam dunia bisnis.

Keputusanyang cepat dan tepat seringkali harus diambil tanpa adanya jaminan kesuksesan, sementara risiko kegagalan selalu mengintai. Banyak pengusaha yang merasa kesulitan untuk tetap bertahan dalam situasi yang penuh tantangan ini, terutama bagi mereka yang tidak memiliki mindset yang tangguh dan fleksibel. Di sisi lain, banyaknya pengusaha yang gagal dalam menjalankan usaha mereka juga disebabkan oleh ketidakmampuan dalam mengelola perubahan dan perkembangan yang ada. Mereka

[3] Jeffriansyah Dwi et al., "Transformasi Ekonomi Digital Dan Evolusi Pola Konsumsi : Tinjauan Literatur Tentang Perubahan Perilaku Belanja Di Era Internet" 14 (2025): 28–37.

terjebak dalam cara berpikir konvensional yang tidak lagi relevan dengan dinamika pasar yang terus berubah.

Oleh karena itu, penting untuk membangun dan mengembangkan mindset wirausaha yang adaptif dan mampu melihat perubahan sebagai peluang, bukan sebagai ancaman. Untuk itu, peran mindset wirausaha yang positif, kreatif, dan berorientasi pada solusi menjadi krusial. Tanpa adanya mindset yang tepat, seorang pengusaha akan kesulitan untuk menghadapi tantangan bisnis yang selalu berkembang, bahkan mungkin tidak dapat bertahan dalam pasar yang kompetitif. Ini menjadi dasar mengapa pengembangan mindset wirausaha yang tepat sangat diperlukan dalam menavigasi dunia bisnis yang penuh perubahan.[4]

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengandalkan studi literatur sebagai dasar utama. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis data sekunder yang berkaitan dengan perkembangan ekonomi digital di Indonesia serta dampaknya terhadap strategi bisnis modern. Data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk buku akademik, jurnal ilmiah, laporan resmi pemerintah, dan artikel yang relevan, yang didapatkan dari database ilmiah dan platform akses jurnal seperti Google Scholar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perkembangan Ekonomi Digital Mengubah Struktur Bisnis Tradisional

Seiring berjalannya waktu, berbagai makna dari pengertian ekonomi digital telah dikemukakan. Ekonomi digital mengancam dan menjanjikan perkembangan business intelligence di masa depan. Karena beberapa studi mengarah ke arah tertentu, mengidentifikasi ekonomi digital di samping struktur kompleks atau konsep yang dipahami sebagai konsep minimum dan lebih sebagai alat untuk melakukan sesuatu. Digitalisasi mengubah model manajemen bisnis dan mengubah ekonomi tradisional menjadi ekonomi digital yang menggunakan teknologi informasi sebagai keunggulan kompetitif di semua bidang kegiatan, mengubah rantai produk, hubungan dengan konsumen, dan strategi pemasaran. Ini mengarah pada munculnya produk dan inovasi baru dan mempengaruhi penyediaan sumber daya perusahaan, mengurangi biaya dan biaya organisasi, manajemen dan komunikasi.

Perbedaan antara ekonomi tradisional dan digital adalah :

A. Faktor produksi.

Pesatnya perkembangan ekonomi digital dikaitkan dengan meluasnya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi digital yang dapat mengubah ekonomi tradisional yang mengonsumsi sumber daya menjadi ekonomi yang menciptakan sumber daya.

[4] Harun Puling, Marten Bainkabel, and Yosia Belo, "Mindset Wirusaha : Strategi Menavigasi Dunia Bisnis Yang Penuh Perubahan," no. 1 (2025): 57–67.

B. Bentuk organisasi bisnis.

Akibat dari digitalisasi masyarakat, terdapat kecenderungan peningkatan jumlah pekerja mandiri, termasuk mereka yang berwirausaha. Pada saat yang sama, seseorang dapat menjadi pengusaha, manajer dan pelaksana dari semua tahap operasi perusahaan.

C. Tempat kerja.

Transisi ke ekonomi digital disertai dengan pergeseran tempat kerja dari pekerjaan fisik (kantor, bisnis) ke digital.

D. Proses ekonomi.

Ini ditandai dengan transisi dari produksi barang dan penyediaan layanan untuk konsumsi massal ke pendekatan individual untuk setiap konsumen potensial. Pelanggan bahkan dapat memesan produk dengan sketsa mereka sendiri. Misalnya, jika perwakilan bisnis pergi ke biro iklan untuk mengembangkan materi yang mereka butuhkan, mereka dapat menyesuaikannya dengan berbicara dengan perancang melalui Internet.[5]

2. Perubahan Perilaku Konsumen Menjadi Faktor Penentu

Kemudahan penggunaan platform e-commerce menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen di era digital. Konsumen cenderung memilih platform yang menyediakan antarmuka intuitif serta navigasi sederhana, karena pengalaman penggunaan yang mudah membuat mereka merasa lebih nyaman dan percaya diri saat berbelanja. Persepsi mengenai kemudahan dan kegunaan teknologi ini turut menentukan niat konsumen untuk mengadopsi platform tersebut. Ketika konsumen merasa bahwa proses belanja online dapat dilakukan dengan cepat dan tanpa hambatan, mereka menjadi lebih mungkin untuk melakukan transaksi berulang.

Hal ini berkaitan erat dengan perubahan perilaku konsumen yang kini semakin menuntut kecepatan, kemudahan, transparansi, dan personalisasi layanan. Perkembangan teknologi membuat konsumen tidak lagi sabar dengan proses yang rumit atau lambat. Mereka menginginkan pengalaman belanja yang efisien, jelas, dan sesuai dengan preferensi pribadi. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan platform e-commerce bukan hanya fitur teknis, tetapi telah menjadi bagian dari pola perilaku konsumen modern yang menempatkan kenyamanan dan efektivitas sebagai faktor penentu dalam memilih layanan digital. Bisnis yang mampu menyediakan pengalaman digital yang sederhana, cepat, dan transparan akan lebih mudah memenangkan perhatian dan loyalitas konsumen di pasar digital masa kini.[6]

[5] Rizky Fadillah et al., "DIGITAL ECONOMIC TRANSFORMATION : OPTIMALISASI EKONOMI DIGITAL PASCA PANDEMI COVID-19 PADA PELAKU UMKM" 3, no. November (2021): 123–35.
[6] Belanja Online and Media Sosial, "Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan PERILAKU KONSUMEN DALAM ERA DIGITAL : TREN DAN Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan" 6, no. 2 (2025): 218–29.

3. Persaingan Pasar Digital Menjadi Lebih Kompleks

Perusahaan besar yang memiliki dominasi ekonomi digital mendapatkan keuntungan atas efek jaringan. Perusahaan-perusahaan tersebut bisa memperoleh dari data yang tersedia untuk mendapatkan keunggulandari kompetitorlainnya dalam hal membaca konsumen. Selain itu, pelaku usaha baru menjadi sulit untuk bisa bersaing dengan perusahaan besar. Contohnya UMKM yang memiliki sumber daya yang terbatas kesulitan untuk memperoleh data untuk mengetahui preferensi pasar di era digital saat ini.

Oleh karena itu, melindungi tingkat persaingan di era digital jadi sangat penting agar tetap adil untuk pelaku usaha pesaing, pelaku usahakecil, serta beragam bisnis baru. Seiring dengan meningkatnya perkembangan industri berbasis digital, ini akan membuka peluang terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat. Hal ini bisa terjadi antara pelaku usaha dengan platform digital, dengan pelaku usaha konvensional. Munculnya model bisnis dengan metode transaksi baru, akan menimbulkan persaingan usaha model baru yang secara kompleks akan memperhadapkan antara industri berbasis digital dengan industri konvensional.

Persaingan antar para pelaku usaha seharusnya memberikan dampak dan manfaat yang baik bagi pertumbuhan ekonomi dan adanya pilihan bagi konsumen untuk menentukanproduk yang mereka inginkan. Tetapi, jika persaingan yang tumbuh memberikan dampak yang menghambat eksistensi model bisnis yang berbeda tentu akan menjadikan persaingan tidak terkontrol dengan baik. Hal ini juga diakibatkan belum adanya regulasi terkait persaingan usaha dalam bisnis digital.Pemerintah Indonesia belum lama ini akhirnya resmi melarang TikTok Shop, hal ini tentunya menimbulkan dampak bagi UMKM dan perkembangan ekonomi digital Indonesia ke depannya.

4. Teknologi Berperan sebagai Kekuatan Strategis

Perkembangan teknologi merupakan aspek yang sangat penting dalam strategi perusahaan modern, karena saat ini teknologi tidak lagi dipandang sebagai alat pendukung, tetapi sudah menjadi pusat kekuatan strategis yang menentukan arah bisnis. Perusahaan perlu mempertimbangkan kemajuan teknologi serta ketersediaan sumber daya teknis dan infrastruktur TI untuk memastikan bahwa inovasi yang diadopsi benar-benar dapat mendukung proses bisnis secara optimal.

Selain itu, faktor pasar seperti permintaan konsumen terhadap inovasi dan kemampuan pesaing dalam menerima serta memanfaatkan teknologi juga menjadi

pertimbangan penting. Hal ini sejalan dengan tren pemanfaatan teknologi tingkat lanjut, seperti big data analytics, artificial intelligence (AI), cloud computing, dan Internet of Things (IoT), yang semakin banyak diterapkan perusahaan untuk meningkatkan efektivitas operasional dan kualitas pengambilan keputusan.[7]

5. Digital Marketing Menjadi Strategi Utama

Digital marketing adalah pemasaran yang dilakukan dengan internet, media sosial, dan perangkat digital lainnya. Digital marketing dapat membantu bisnis kecil dan menengah (UMKM) dalam mempromosikan dan memasarkan barang dan jasa mereka. Mereka juga dapat mengakses pasar baru yang sebelumnya tertutup atau terbatas karena keterbatasan waktu, jarak, dan metode komunikasi Media sosial populer saat ini digunakan untuk memasarkan produk, termasuk Facebook, YouTube, Instagram, dan berbagai jenis media sosial lainnya. Digital marketing memiliki banyak keuntungan, seperti menurunkan biaya pemasaran dan menjangkau pasar yang lebih luas, serta memberikan ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Penawaran merek perusahaan melalui media digital atau jaringan online dikenal sebagai pemasaran digital.[8]

6. Tantangan Pasar Digital Mengharuskan Adaptasi Berkelanjutan

Tantangan pertama adalah tingkat konektivitas yang masih terbatas dalam ekosistem digital. Data terbaru menunjukkan bahwa hanya sekitar 13% atau sekitar 8 juta UMKM yang terkoneksi dengan ekosistem digital. Hal ini mengindikasikan bahwa masih ada sebagian besar UMKM yang belum memanfaatkan potensi dan peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital.

Untuk mengatasi tantangan ini, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan konektivitas dan aksesibilitas digital bagi UMKM melalui pengembangan infrastruktur digital, pelatihan, dan dukungan kebijakan yang memadai. Bisnis di pasar digital memiliki karakteristik yang membutuhkan respon yang cepat dan handal. UMKM perlu memiliki kapasitas untuk menanggapi kebutuhan dan permintaan konsumen secara efektif dalam lingkungan digital yang dinamis.

Tantangan ini terutama dihadapi oleh UMKM yang masih kental dengan informalitas dan kurang terbiasa dengan manajemen modern. Untuk mengatasi

[7] Prado Dian Firmansyah and Hapzi Ali, "Pengaruh Kebijakan Lingkungan , Pengembangan Teknologi Dan Kompetensi Inti Terhadap Strategi Perusahaan" 2, no. 2 (2024): 54–63.
[8] Guna Meningkatkan and Daya Saing, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing Umkm" I (2023): 29–37.

tantangan ini, UMKM perlu meningkatkan kemampuan adaptasi dan fleksibilitas mereka dalam menghadapi perubahan pasar digital. Tantangan selanjutnya adalah literasi digital yang terbatas di kalangan UMKM. Pelaku usaha sektor informal sering kali memiliki keterbatasan dalam memahami dan menggunakan media digital, alat komunikasi, dan jaringan yang tersedia.

Hal ini menyulitkan mereka dalam mencari, mengevaluasi, dan menggunakan informasi yang relevan dengan usaha mereka. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan upaya dalam meningkatkan literasi digital UMKM melalui pelatihan dan pendampingan yang tepat. Tantangan lain yang dihadapi oleh UMKM adalah literasi keuangan dan manajemen keuangan yang terbatas. Pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan keuangan sangat penting bagi UMKM, terutama dalam menghadapi situasi krisis dan ketidakpastian arus kas bisnis. Upaya perlu dilakukan untuk meningkatkan literasi keuangan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan yang memadai.[9]

KESIMPULAN

Perkembangan ekonomi digital telah menjadi kekuatan utama yang mendorong perubahan signifikan dalam strategi bisnis modern. Transformasi yang dipicu oleh kemajuan teknologi informasi, digitalisasi proses, dan perubahan perilaku konsumen membuat perusahaan harus menyesuaikan model bisnisnya agar tetap relevan dan kompetitif. Hasil analisis menunjukkan bahwa ekonomi digital tidak hanya membuka peluang baru melalui inovasi dan efisiensi operasional, tetapi juga menghadirkan tantangan berupa persaingan digital yang semakin ketat, isu keamanan data, dan tuntutan konsumen yang terus berkembang. Untuk menghadapi dinamika pasar digital masa kini, perusahaan perlu mengadopsi strategi yang adaptif, berbasis teknologi, serta berorientasi pada pemanfaatan data dan pengalaman pengguna. Dengan kemampuan bertransformasi secara berkelanjutan, bisnis dapat mempertahankan keberlanjutan dan menciptakan keunggulan kompetitif di tengah ekosistem digital yang semakin berkembang.

[9] Nursahdi Saleh, "JURNAL E-BUSSINESS Menaklukkan Tantangan Digital : Resiliensi UMKM Polewali Mandar Dalam Era Pasar Digital JURNAL E-BUSSINESS" 3, no. 2 (2023): 33–38.

REFERENSI

Dwi, Jeffriansyah, Sahputra Amory, Muhtar Mudo, and J Rhena. "Transformasi Ekonomi Digital Dan Evolusi Pola Konsumsi : Tinjauan Literatur Tentang Perubahan Perilaku Belanja Di Era Internet" 14 (2025): 28–37.

Fadillah, Rizky, Muhammad Iqbal Fasa, Universitas Islam, Negeri Raden, and Intan Lampung. "DIGITAL ECONOMIC TRANSFORMATION : OPTIMALISASI EKONOMI DIGITAL PASCA PANDEMI COVID-19 PADA PELAKU UMKM" 3, no. November (2021): 123–35.

Firmansyah, Prado Dian, and Hapzi Ali. "Pengaruh Kebijakan Lingkungan , Pengembangan Teknologi Dan Kompetensi Inti Terhadap Strategi Perusahaan" 2, no. 2 (2024): 54–63.

Ilmiah, Jurnal, and Wahana Pendidikan. "No Title" 9, no. 15 (2023): 616–21.

Meningkatkan, Guna, and Daya Saing. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing Umkm" I (2023): 29–37.

Napitupulu, Christian, Itsqon Wafi, Fauzan Nasution, and William Girsang. "Peranan Ekonomi Digital Dalam Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia" 01, no. 03 (2025): 138–45.

Online, Belanja, and Media Sosial. "Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan PERILAKU KONSUMEN DALAM ERA DIGITAL : TREN DAN Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan" 6, no. 2 (2025): 218–29.

Puling, Harun, Marten Bainkabel, and Yosia Belo. "Mindset Wirusaha : Strategi Menavigasi Dunia Bisnis Yang Penuh Perubahan," no. 1 (2025): 57–67.

Saleh, Nursahdi. "JURNAL E-BUSSINESS Menaklukkan Tantangan Digital : Resiliensi UMKM Polewali Mandar Dalam Era Pasar Digital JURNAL E-BUSSINESS" 3, no. 2 (2023): 33–38.