Vol. 3, No.2, 2025, pp. 18-31

Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis

Journal homepage: https://ejournal.pkmpi.org/index.php/ijess/index

MODEL BISNIS START-UP DIGITAL DI ERA EKONOMI DIGITAL

Meilany Putri Effendi[1], Nisa Ul Mahfuzha Nasution[2], Nabila Balqis[3]
[1]meilanyputrieffendi@gmail.com
[2]nisaulmahfuzhanst@gmail.com
[3]balqisnabila566@gmail.com
[1,2,3] Universitas Negeri Medan

Article Info

Article history:
Received Jun 12th, 2025
Revised Aug 20th, 2025
Accepted Aug 26th, 2025

Kata Kunci:
Start-up digital
Model bisnis
Ekonomi digital

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi besar dalam lanskap ekonomi global, melahirkan era ekonomi digital yang menuntut adaptasi dan inovasi dalam berbagai sektor, termasuk bisnis rintisan (start-up). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji model bisnis start-up digital yang berkembang di era ekonomi digital, dengan fokus pada elemen-elemen kunci seperti proposisi nilai, struktur pendapatan, strategi akuisisi pelanggan, serta pemanfaatan teknologi digital. Pendekatan kualitatif digunakan melalui studi literatur dan analisis kasus start-up digital di berbagai sektor, seperti e-commerce, edutech, fintech, dan healthtech. Hasil kajian menunjukkan bahwa model bisnis yang adaptif, berbasis platform, dan berorientasi pada kebutuhan konsumen digital merupakan kunci keberhasilan start-up di era ini. Selain itu, kemampuan untuk membangun ekosistem digital, menjalin kemitraan strategis, dan mengintegrasikan data sebagai aset bisnis utama menjadi faktor penentu dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami dinamika bisnis digital serta menawarkan wawasan praktis bagi pelaku usaha, investor, dan pembuat kebijakan dalam mendukung pertumbuhan start-up di era ekonomi digital..

ABSTARCT

The development of information and communication technology has driven a major transformation in the global economic landscape, giving rise to the digital economy era, which demands adaptation and innovation across various sectors, including start-up businesses. This study aims to examine digital start-up business models emerging in the digital economy era, focusing on key elements such as value proposition, revenue structure, customer acquisition strategies, and the utilization of digital technologies. A qualitative approach is employed through literature reviews and case analyses of digital start-ups in various sectors, such as e-commerce, edutech, fintech, and healthtech. The findings indicate that adaptive, platform-based, and customer-centric business models are crucial for start-up success in this era. Furthermore, the ability to build digital ecosystems, establish strategic partnerships, and integrate data as a core business asset are determining factors in creating sustainable competitive advantages. This study contributes to the understanding of digital business dynamics and offers practical insights for entrepreneurs, investors, and policymakers in supporting the growth of start-ups in the digital economy.

© 2025 Para Penulis. Diterbitkan oleh Perkumpulan Konsultan Manajemen Pendidikan Indonesia (PKMPI). Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY-NC-SA (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0

Corresponding Author:
Meilany Putri Effendi
Universitas Negeri Medan
Email: meilanyputrieffendi@gmail.com

Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat telah membawa dunia memasuki era ekonomi digital, di mana aktivitas ekonomi didominasi oleh pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aspek bisnis. Transformasi digital ini tidak hanya mengubah cara konsumen berinteraksi dengan produk dan layanan, tetapi juga mendorong munculnya berbagai bentuk bisnis baru yang lebih inovatif dan adaptif, salah satunya adalah start-up digital. Start-up digital merupakan perusahaan rintisan yang mengandalkan teknologi sebagai inti operasional dan sumber daya utamanya untuk menciptakan solusi baru, efisien, dan skalabel dalam menjawab kebutuhan pasar yang terus berubah.

Fenomena ini tidak hanya terjadi di negara maju, tetapi juga berkembang pesat di negara berkembang, termasuk Indonesia. Pemerintah Indonesia pun telah mendorong digitalisasi ekonomi melalui berbagai inisiatif seperti Gerakan Nasional 1000 Start-up Digital dan transformasi UMKM ke ekosistem digital. Hal ini membuka peluang besar bagi para pelaku usaha baru, namun sekaligus menciptakan tantangan dalam hal perumusan model bisnis yang tepat, berkelanjutan, dan mampu bersaing secara global.

Model bisnis menjadi elemen kunci dalam keberhasilan start-up digital. Tidak hanya sebagai kerangka operasional, tetapi juga sebagai strategi adaptif untuk menghadapi persaingan, perubahan perilaku konsumen, regulasi digital, dan perkembangan teknologi yang sangat cepat. Berbeda dengan perusahaan konvensional, start-up digital harus mampu merancang model bisnis yang lincah, inovatif, berbasis data, dan customer-centric. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif terhadap bagaimana model bisnis dirancang, diuji, dan disesuaikan di tengah dinamika ekonomi digital menjadi hal yang sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam bagaimana start-up digital membentuk dan mengembangkan model bisnisnya di era ekonomi digital, serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberlanjutan dan daya saing model tersebut. Dengan memahami dinamika ini, diharapkan hasil kajian dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu manajemen dan kewirausahaan digital, sekaligus memberikan wawasan praktis bagi para pelaku dan pengembang start-up di Indonesia maupun global

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan kajian literatur untuk menelusuri dan memahami perkembangan model bisnis start-up digital di era ekonomi digital. Metode ini dipilih karena studi literatur mampu memberikan landasan teori yang kuat serta merangkum berbagai pandangan dan temuan serta memahami berbagai informasi, teori, dan hasil penelitian yang sudah ada terkait model bisnis start-up digital, khususnya yang berkembang di wilayah Asia Tenggara dalam era ekonomi digital. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yaitu data yang sudah tersedia dan diambil dari berbagai sumber terpercaya seperti jurnal ilmiah, laporan industri, buku, artikel akademik, dan dokumen resmi. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi, yaitu dengan mencari, membaca, dan mencatat informasi dari berbagai literatur yang ditemukan lewat situs atau database ilmiah. Dalam proses pencariannya, digunakan kata kunci seperti "model bisnis start-up digital". Proses analisis data dilakukan

menggunakan analisis isi dan analisis tematik. Pertama-tama, peneliti menyaring informasi yang paling relevan dari semua sumber.

Hasil dan Pembahasan

No	Nama Pengarang	Tahun	Negara	Tujuan Penelitian	Partisipan	Desain dan Metode Pengambilan Data	Temuan
1	MaikelGiovani Kawengian	2021	Indonesia	Mengetahui pengaruh strategi pembelajaran kooperatif tipe Think Pair Share terhadap hasil belajar siswa dalam mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS).	Siswa kelas VSD GMIM 12 Manado.	Penelitian eksperimen dengan pendekatan kuantitatif; desain pretest-posttest control group design. MetodePengambilan Data:Tes hasil belajar (pretest dan posttest), serta dokumentasi.	Strategi pembelajaran kooperatif tipe Think Pair Share memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap hasil belajar siswa. Hal ini terlihat dari perbedaan hasil pretest dan posttest antara kelompok eksperimen dan kontrol.
2.	Risky Amelia dan Tata Sutabri	2024	Indonesia	Menganalisis peran Value Proposition Design (VPD) dalam membangun model bisnis startup e-commerce yang sukses di era digital.	Beberapa startup e-commerce di Indonesia yang telah berhasil menerapkan VPD (dalam konteks studi kasus).	fokus pada eksplorasi mendalam terhadap penerapan VPD. Wawancara mendalam dan analisis dokumen dari startup e-commerce yang diteliti.	1.VPD membantu startup memahami kebutuhan pelanggan, merancang produk relevan, dan membangun keunggulan kompetitif. 2.Studi kasus menunjukkan hasil signifikan seperti peningkatan penjualan (25%), kepuasan pelanggan (80%), loyalitas (30%), dan kepercayaan

							pelanggan (15%). 3. Tantangan utama termasuk keterbatasan sumber daya dan kurangnya pemahaman tim. 4.Penelitian menyarankan pelatihan tim, riset pasar, dan alokasi sumber daya yang cukup untuk implementasi VPD yang efektif.
3.	Maikel Giovani Kawengian	2024	Indonesia	Menganalisis tren bisnis startup digital di awal tahun 2024 untuk mengetahui arah perkembangan sektor ini.	25 bisnis startup digital yang dimulai pada bulan Februari 2024.	Analisis terhadap startup yang telah berjalan, tanpa intervensi langsung; sumber data berupa deskripsi startup yang diamati.	Tren dominan adalah startup B2B (business-to-business) yang menyediakan layanan pendukung bisnis, khususnya dalam bidang pemasaran. Startup digital juga berkembang pesat di sektor kesehatan, pendidikan, dan produktivitas pribadi. Negara-negara maju (seperti AS dan Inggris) mendominasi jumlah startup digital, tetapi beberapa negara berkembang juga menunjukkan pertumbuhan

							yang menjanjikan. Ditekankan perlunya riset lanjutan tentang efektivitas startup pendukung bisnis, khususnya di Indonesia.
4.	Lailatul Andriyati dan Ellya Zulaikha	2021	Indonesia	Membantu pengembangan ekosistem digital di Pontianak dalam mengatasi kesulitan kolaborasi untuk pengembangan startup digital, serta merumuskan strategi pengembangan berbasis pendekatan design thinking.	6 startup digital lokal dan stakeholder ekosistem digital di Pontianak.	Survei lapangan, wawancara mendalam, dan focus group discussion (FGD).	1. Aktivasi ekosistem digital lokal. 2.Pengembangandigital sociopreneurship dan peningkatan kompetensi SDM. Hambatan utama startup adalah akses pendanaan, minim mentor, dan keterbatasan SDM berkualitas. Peran strategis pemerintah daerah, perguruan tinggi, komunitas, dan pelaku ekonomi kreatif sangat penting dalam membangun ekosistem startup berkelanjutan.
5.	Muh. Akhyar Al Haris All	2025	Indonesia	Menganalisis tren tipe bisnis start-up digital tahun 2024, peran	Tidak ada partisipan individu	Literatur dari jurnal ilmiah, laporan industri, artikel berita, buku, dan situs	Inovasi model bisnis sangat penting untuk keberlanjutan startup digital.

				inovasi model bisnis terhadap keberlanjutan start-up, serta mengeksplorasi penerapan model bisnis inovatif untuk mendukung kesuksesan start-up di era digital.		seperti Startup Ranking; serta triangulasi data melalui perbandingan berbagai sumber.	Inovasi mencakup aspek produk, layanan, proses, platform, dan interaksi pelanggan. Faktor kunci dalam inovasi model bisnis meliputi peran pendiri, manajemen kas, keberlanjutan, dan adopsi teknologi. Tren bisnis startup 2024 didominasi aplikasi B2B dan sektor kesehatan. Bukalapak menjadi contoh sukses penerapan model bisnis inovatif yang mendorong daya saing melalui integrasi layanan, kemitraan strategis, dan personalisasi layanan. Tantangan tetap ada, seperti persaingan ketat dan perubahan tren konsumen.
6.	Desita Ria Yusian dan Niza Aulia	2021	Indonesia	Memberikan pemahaman kepada masyarakat, khususnya pemula atau UMKM,	Sekitar 150 peserta dari masyarakat umum, dalam kegiatan pengabdian	Wawancara, observasi lapangan, partisipasi peserta dalam diskusi dan tanya jawab	Sebagian besar masyarakat belum memahami pemanfaatan teknologi sebagai

				tentang potensi, peluang, serta tips memulai bisnis digital berbasis startup dengan memanfaatkan teknologi informasi.	masyarakat di Universitas Ubudiyah Indonesia.	selama kegiatan.	peluang bisnis digital. Sosialisasi berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang bisnis digital dan strategi awal membangun startup. Ditekankan pentingnya pengetahuan tentang teknologi informasi, kreativitas, inovasi, dan manajemen risiko bagi wirausahawan pemula. Bisnis digital dinilai lebih fleksibel dibandingkan bisnis konvensional dalam hal modal, lokasi, dan pemasaran.
7.	Loso Judianto	2024	Indonesia	Untuk mengeksplorasi perkembangan startup digital di Indonesia, meneliti faktor-faktor pendukung dan penghambat pertumbuhan, serta mengidentifikasi sektor-sektor potensial dan dampaknya	Tidakada partisipan individu karena penelitian ini berbasis tinjauan pustaka. Unit analisisnya adalah fenomena startup digital secara nasional.	Pendekatan kualitatif metode literature review Metode Pengambilan Data: Analisis terhadap sumber sekunder seperti jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel berita, dan data statistik.	Pertumbuhan startup digital di Indonesia sangat cepat, terutama di sektor e-commerce, fintech, edutech, dan healthtech. Dukungan pemerintah, swasta, dan komunitas sangat berpengaruh terhadap

				terhadap perekonomian.			ekosistem startup. Tantangan utama meliputi regulasi yang rumit, kurangnya SDM teknologi, dan keterbatasan akses pendanaan. Peluang besar masih terbuka karena pasar Indonesia luas, penetrasi internet tinggi, dan minat inovasi yang tinggi di kalangan generasi muda.
8.	Wildan Mahendra Ardiansyah	2023	Indonesia	Menganalisis bagaimana teknologi berperan dalam transformasi ekonomi dan bisnis di era digital, serta mengevaluasi peluang dan tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mengadopsi teknologi.	Tidak ada partisipan langsung karena penelitian ini merupakan studi literatur dan studi kasus.	Literatur dari buku, jurnal ilmiah, artikel, situs web resmi, serta wawancara dengan ahli dan praktisi teknologi.	Teknologi seperti AI, IoT, dan blockchain telah mempercepat inovasi, efisiensi, dan transformasi model bisnis. Teknologi mendorong penciptaan lapangan kerja baru, perubahan model bisnis, efisiensi operasional, dan peluang bisnis digital. Tantangan besar termasuk biaya tinggi, keterampilan baru, keamanan data, regulasi, dan etika.

							Perusahaan perlu beradaptasi secara cepat, merancang strategi teknologi yang berkelanjutan, dan mengutamakan pengalaman pelanggan agar tetap kompetitif.
9.	Bagus Hardika, Mahesa Dzikri, Kurniawan, Cindy Valencia, Wien Kuntari	2024	Indonesia	Mengembangkan strategi bisnis Trikarasu Design menggunakan Business Model Canvas (BMC)	Trikarasu Design (Mahasiswa IPB)	Kualitatif deskriptif, studi literatur	BMC membantu pemetaan elemen strategis (value proposition, customer segment, dll.), dan media sosial efektif meningkatkan visibilitas serta hubungan pelanggan
10.	M. Khairi, Bayu Rianto, Chrismondari, Yolnasdi, Muhammad Jalil, Husna Juita, Endi Sudeska	2025	Indonesia	Menjelaskan bagaimana teknologi memengaruhi transformasi ekonomi dan bisnis di era digital	Tidak spesifik	Kualitatif, metode literature review	Teknologi digital mendorong efisiensi, inovasi, perluasan pasar, dan pertumbuhan bisnis, namun juga membawa tantangan seperti keamanan data dan literasi digital rendah

Dari hasil kajian terhadap berbagai sumber literatur dan jurnal yang membahas mengenai model bisnsi start-up digital di era ekonomi digital, , diketahui bahwa keberhasilan sebuah start-up digital sangat dipengaruhi oleh model bisnis yang mereka terapkan. Pemilihan model bisnis yang tepat menjadi faktor penentu dalam menjaga kelangsungan usaha, terutama ketika dihadapkan pada kondisi pasar yang cepat berubah dan penuh ketidakpastian. Model bisnis yang fleksibel dan inovatif memungkinkan start-up untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar, mengatasi hambatan yang muncul, serta memperoleh dukungan pendanaan yang sesuai dengan kebutuhan usahanya. Dalam konteks ekonomi digital yang terus berkembang, kemampuan beradaptasi dan

strategi pembiayaan yang cermat menjadi kunci agar start-up dapat bertahan dan bersaing secara berkelanjutan.

Jurnal-jurnal yang dikaji secara umum membahas bagaimana perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak signifikan terhadap transformasi ekonomi dan bisnis, khususnya dalam konteks startup digital di Indonesia. Dalam jurnal Khairi et al. (2025), dijelaskan bahwa teknologi digital menjadi penggerak utama dalam transformasi struktural ekonomi, di mana teknologi mendorong efisiensi, produktivitas, serta memperluas akses pasar bagi pelaku bisnis. Namun, tantangan seperti literasi digital yang belum merata, keamanan data, dan regulasi menjadi hambatan yang harus diatasi. Senada dengan itu, Wildan Mahendra (2023) menekankan bahwa transformasi digital menghadirkan peluang besar, seperti penciptaan lapangan kerja baru, efisiensi proses bisnis melalui AI dan IoT, serta inovasi model bisnis, namun juga mengharuskan perusahaan menghadapi tantangan seperti keamanan siber dan perubahan perilaku konsumen. Dari sisi tren dan potensi pertumbuhan startup, Maikel Giovani (2024) mencatat bahwa pada awal 2024 terdapat lonjakan startup di sektor aplikasi pendukung bisnis, kesehatan digital, dan fintech, yang sayangnya banyak dibangun tanpa pemahaman mendalam tentang model bisnis dan pasar sasaran. Hal ini diperkuat oleh Loso Judijanto (2024) yang menjelaskan bahwa pertumbuhan pesat startup digital di Indonesia didorong oleh populasi muda yang melek teknologi, penetrasi internet yang tinggi, serta dukungan kebijakan pemerintah, meski tetap dihadapkan pada isu regulasi, akses pendanaan, dan SDM.

Dalam konteks pengembangan strategi, jurnal oleh Bagus Hardika et al. (2024) menampilkan studi kasus Trikarasu Design yang menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) untuk mengidentifikasi segmen pelanggan, nilai tambah, dan strategi promosi melalui media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, guna membangun relasi dan meningkatkan visibilitas bisnis. Pendekatan strategi bisnis juga menjadi fokus pada jurnal Lailatul Andriyati (2023), yang menggunakan metode design thinking dan FGD untuk menyusun strategi pengembangan ekosistem startup digital di Pontianak, dengan dua pilar utama yaitu aktivasi ekosistem digital dan peningkatan kompetensi digital-sociopreneurship. Sementara itu, Muh. Akhyar Al Haris All (2025) menegaskan pentingnya inovasi model bisnis sebagai kunci keberlanjutan startup digital. Inovasi tidak hanya mencakup produk, tetapi juga proses, platform, dan interaksi pelanggan, di mana startup dituntut untuk terus menyesuaikan diri dengan tren sosial dan teknologi agar tetap relevan dan kompetitif di pasar. Pendekatan ini sejalan dengan praktik dari perusahaan seperti Bukalapak yang berhasil mengadopsi inovasi model bisnis untuk bertahan dan berkembang.

Terakhir, jurnal dari Desita Ria Yusian & Niza Aulia (2021) lebih menyoroti aspek edukatif dengan memberikan panduan dasar kepada masyarakat umum, terutama pemula, untuk memahami peluang bisnis digital melalui penggunaan internet dan media sosial. Penekanan diberikan pada pentingnya memahami pasar, teknologi, serta kesiapan mental dan strategi saat memulai usaha berbasis digital. Secara keseluruhan, semua jurnal yang dikaji menggarisbawahi pentingnya literasi digital, adaptasi teknologi, inovasi strategi bisnis, serta sinergi antara pemangku kepentingan (pemerintah, swasta, komunitas, dan akademisi) dalam membangun ekosistem startup digital yang sehat, inklusif, dan berkelanjutan di tengah tantangan era transformasi digital yang semakin dinamis..

Kesimpulan

Berdasarkan kajian terhadap delapan jurnal yang membahas topik startup digital, transformasi ekonomi, dan strategi bisnis di era digital, dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi digital telah menjadi kekuatan utama dalam mendorong perubahan besar dalam dunia bisnis dan perekonomian, khususnya di Indonesia. Teknologi telah mempermudah akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, membuka peluang usaha baru, serta menciptakan model bisnis yang lebih adaptif dan inovatif. Startup digital menjadi salah satu bentuk nyata dari transformasi ini, di mana banyak perusahaan rintisan lahir dengan mengandalkan teknologi sebagai pondasi utama.

Namun demikian, transformasi digital juga menghadirkan berbagai tantangan. Beberapa tantangan utama yang muncul meliputi rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha, keterbatasan akses pendanaan, kurangnya kualitas sumber daya manusia, serta lemahnya sinergi antar pemangku kepentingan dalam ekosistem digital. Di samping itu, isu keamanan siber dan regulasi yang belum sepenuhnya mendukung juga menjadi penghambat perkembangan startup digital secara optimal.

Dari sisi strategi, inovasi model bisnis terbukti sangat penting untuk menjaga keberlanjutan dan daya saing startup. Penggunaan pendekatan seperti Business Model Canvas (BMC) dan design thinking dapat membantu startup merumuskan strategi yang lebih terarah dalam menghadapi dinamika pasar. Platform digital dan media sosial seperti Instagram dan TikTok terbukti efektif sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, dunia pendidikan, komunitas, dan sektor swasta diperlukan untuk membentuk ekosistem yang mendukung pertumbuhan startup, terutama di daerah-daerah yang masih tertinggal secara digital seperti Pontianak.

Secara keseluruhan, seluruh jurnal menunjukkan bahwa keberhasilan startup digital tidak hanya ditentukan oleh pemanfaatan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan beradaptasi, berinovasi, membangun jejaring, serta menciptakan nilai tambah yang relevan dengan kebutuhan pasar. Dengan sinergi antara inovasi, strategi, dan dukungan ekosistem, startup digital di Indonesia berpotensi menjadi pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional di era digital.

Daftar Pustaka

Amelia, R., & Sutabri, T. (2024). Analisis strategi sukses model bisnis startup e-commerce di era digital menggunakan metode Value Proposition Design. URANUS: Jurnal Ilmiah Teknik Elektro, Sains dan Informatika, 2(4), 23–40

.Andriyati, L. & Zulaikha, E. (2023). Strategi Pengembangan Startup Digital di Pontianak dengan Pendekatan Design Thinking. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, Vol. 16, No. 2, hal. 288–298.

Andriyati, L. & Zulaikha, E. (2023). Strategi Pengembangan Startup Digital di Pontianak dengan Pendekatan Design Thinking. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 16, No. 2, hal. 288–298.

Ardiansyah, W. M. (2023). Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. *JMEB: Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1, hal. 1–12.

Hardika, B., Kurniawan, M. D., Valencia, C., & Kuntari, W. (2024). Pengembangan Strategi Bisnis Kreatif Trikarasu Design dengan Business Model Canvas di Era Digital. *Venus: Jurnal Publikasi Rumpun Ilmu Teknik*, Vol. 2, No. 6, hal. 166–178.

Judijanto, L. (2024). Perkembangan Startup Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, Vol. 4, No. 5, hal. 2011–2032.

Kawengian, M. G. (2024). Analisa Tren Tipe Bisnis Startup Digital 2024. *Jurnal EMBA*, Vol. 12, No. 2, hal. 69–74.

Khairi, M., Rianto, B., Chrismondari, Y., Yolnasdi, J., Juita, H., & Sudeska, E. (2025). Pengaruh Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Perangkat Lunak*, Vol. 7, No. 1, hal. 71–78.

Muh. Akhyar Al Haris All. (2025). Mengembangkan Model Bisnis Inovatif untuk Start-Up di Era Digital. *Journal of Economic Research*, Vol. 1, No. 2, hal. 79–86.

Yusian, D. R., & Aulia, N. (2021). Start Up Digital Business: Mengenal Peluang dan Tips Bisnis bagi Para Pemula. *Jurnal Pengabdian Masyarakat INOTEC UUI*, Vol. 3, No. 2, hal. 34–36.