

Pemetaan Topik Penelitian *Value proposition Canvas* dalam Konteks Kewirausahaan Digital

Loso Judijanto¹, Anton Susilo²

¹ IPOSS Jakarta

² Politeknik Tunas Pemuda

Info Artikel

Article history:

Received Okt, 2025

Revised Okt, 2025

Accepted Okt, 2025

Kata Kunci:

Analisis Bibliometrik, *Design Thinking*, Inovasi Model Bisnis, Keberlanjutan, Kewirausahaan Digital, *Value proposition Canvas*

Keywords:

Bibliometric Analysis, *Business model Innovation*, *Design Thinking*, *Digital Entrepreneurship*, *Sustainability*, *Value proposition Canvas*

ABSTRAK

Dalam kerangka kewirausahaan digital, studi ini menggunakan teknik bibliometrik untuk memetakan lanskap penelitian *Value proposition Canvas* (VPC). Bibliometrix dan VOSviewer digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dari basis data Scopus dan Dimensions (2010–2025) guna mengidentifikasi pola penelitian, kelompok topik terkait, dan kolaborasi antar penulis. Istilah kunci seperti “*value proposition*,” “*business model*,” dan “*business model Canvas*” muncul paling sering dan mendominasi hasil, menunjukkan bahwa inovasi model bisnis merupakan kerangka teoritis dominan dalam penelitian kewirausahaan digital. Tren menuju inovasi yang berorientasi pada manusia dan ramah lingkungan terlihat dalam konsep-konsep baru seperti ekonomi sirkular, *internet of things*, *design thinking*, dan *lean Canvas*. Meskipun jaringan kolaborasi penelitian masih relatif kecil, studi ini menyoroti beberapa kemungkinan untuk mengembangkan kolaborasi internasional dan interdisipliner. Secara keseluruhan, studi ini memperkaya pengetahuan teoretis dan praktis dengan menetapkan *Value proposition Canvas* sebagai alat esensial untuk menciptakan model perusahaan yang cerdas secara digital dan berkelanjutan.

ABSTRACT

Within the framework of digital entrepreneurship, this study uses bibliometric techniques to map the *Value proposition Canvas* (VPC) research landscape. Bibliometrix and VOSviewer were used to analyze data obtained from Scopus and Dimensions databases (2010–2025) to identify research patterns, clusters of related topics, and collaborations between authors. Key terms such as “*value proposition*,” “*business model*,” and “*business model Canvas*” appeared most frequently and dominated the results, suggesting that *business model Innovation* is the dominant theoretical framework in digital entrepreneurship research. The trend towards human-oriented and eco-friendly Innovation is visible in new concepts such as circular economy, *internet of things*, *design thinking*, and *lean Canvas*. Although the network of research collaborations is still relatively small, this study highlights some possibilities for developing international and interdisciplinary collaborations. Overall, this study enriches theoretical and practical knowledge by establishing the *Value proposition Canvas* as an essential tool for creating digitally smart and sustainable enterprise models.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Name: Loso Judijanto
Institution: IPOSS Jakarta
Email: losojudijantobumn@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Teknologi digital telah mengubah cara orang dan perusahaan menghasilkan uang. Kewirausahaan digital, atau kewirausahaan digital, adalah istilah yang muncul di dunia kewirausahaan modern. Ini adalah jenis kewirausahaan yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sebagai dasar untuk menciptakan model bisnis, menciptakan nilai, dan berinteraksi dengan pelanggan (Nambisan, 2017). *Artificial intelligence*, *big data analytics*, dan teknologi berbasis *internet of things* telah mengubah dunia bisnis. Mereka juga mengubah cara bisnis memahami kebutuhan pelanggan dan membuat penawaran yang tepat sasaran (Kraus et al., 2019). Agar produk atau layanan yang dikembangkan mampu memberikan nilai unik dan relevan bagi konsumen, sangat penting untuk memahami *value proposition* dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif ini.

Value proposition Canvas (VPC) adalah alat konseptual yang sangat bermanfaat untuk memahami dan merancang nilai yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut Osterwalder et al., (2015), VPC adalah evolusi dari *Business model Canvas* (BMC), yang berfokus pada dua komponen utama: segmen pelanggan (*customer segment*) dan proposisi nilai (*value proposition*). Model ini menekankan kesesuaian antara kebutuhan pelanggan (*customer jobs*), hambatan (*pain*), dan keuntungan yang diharapkan (*gains*) dengan solusi yang ditawarkan melalui pencipta keuntungan dan penghilang sakit (Interaction Design Foundation, 2023). Akibatnya, VPC membantu perusahaan digital membuat produk dan layanan yang benar-benar berorientasi pada pelanggan.

Selain berfungsi sebagai alat praktis untuk pengembangan bisnis, VPC juga berfungsi sebagai kerangka teoritis penting untuk penelitian tentang kewirausahaan digital dan manajemen inovasi. VPC telah digunakan oleh berbagai penelitian untuk menilai kesesuaian nilai dalam *startup*, platform digital, dan bisnis berbasis langganan (Nussipova, 2022; Vils, 2017). Misalnya, penelitian oleh Nooh (2022) menemukan bahwa pendekatan berbasis *Canvas* model memungkinkan analisis sistematis tentang kesesuaian antara proposisi nilai dan dinamika kebutuhan pelanggan di era digital. Namun, banyak penelitian masih terfragmentasi—berdiri sendiri dalam konteks tertentu—tanpa upaya sistematis untuk mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan tematik di antara publikasi.

Pemetaan topik penelitian, juga dikenal sebagai "pemetaan topik penelitian", telah menjadi alat penting dalam penelitian akademik untuk mengidentifikasi lanskap penelitian dan jalan keilmuan. Metode ini banyak digunakan dalam studi bibliometrik untuk menemukan kata kunci dominan, jaringan sitasi, dan evolusi tema penelitian dari waktu ke waktu. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi topik yang telah banyak diteliti dan topik yang masih memerlukan penelitian. Pemetaan seperti ini sangat membantu dalam konteks kewirausahaan digital (VPC) karena membantu kita memahami bagaimana konsep proposisi nilai dibahas dalam literatur, terutama yang berkaitan dengan kewirausahaan digital. Untuk menggambarkan hubungan antar topik yang muncul dari data publikasi, teknik seperti analisis kata bersama, model topik, dan *co-citation network* dapat digunakan (Aria & C. Cuccurullo, 2017).

Namun, masih ada jumlah literatur yang sangat terbatas yang membahas bagaimana penelitian VPC dalam konteks kewirausahaan digital. Sebagian besar penelitian berkonsentrasi pada penerapan VPC dalam industri tertentu, seperti layanan digital, pariwisata, atau *e-commerce* (Nussipova, 2022), tetapi tidak ada tinjauan sistematis yang menggabungkan seluruh publikasi dalam satu peta keilmuan. Akibatnya, tema dominan yang berkembang, metodologi yang sering digunakan, dan tren penelitian baru di seluruh dunia masih sulit untuk diketahui. Meskipun demikian, pemetaan seperti ini sangat penting untuk menentukan jalan penelitian yang akan datang dan membantu praktisi dan peneliti menemukan peluang untuk inovasi berbasis nilai (*value-based Innovation*).

Akibatnya, penelitian ini sangat penting untuk mengisi celah ini. Diharapkan bahwa studi ini akan memberikan kontribusi konseptual dan praktis melalui pemetaan topik penelitian yang terkait dengan *Value proposition Canvas* dalam konteks kewirausahaan digital. Secara konseptual, temuan pemetaan ini dapat memperkaya literatur tentang desain model bisnis dan penciptaan nilai dalam ekonomi digital. Secara praktis, temuan-temuannya dapat menjadi panduan bagi wirausahawan, akademisi, dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan inovasi yang inovatif.

Berdasarkan apa yang disebutkan di atas, jelas bahwa penelitian belum melakukan analisis menyeluruh tentang topik-topik penelitian yang berkaitan dengan *Value proposition Canvas* dalam konteks kewirausahaan digital. Karena keterbatasan ini, kita tidak memahami secara menyeluruh bagaimana konsep VPC dibuat, digunakan, dan digabungkan dengan model kewirausahaan digital lainnya. Selain itu, analisis yang menunjukkan tren, keterhubungan antar tema, dan kesenjangan penelitian belum tersedia. Analisis ini dapat digunakan sebagai dasar untuk studi lebih lanjut. Oleh karena itu, untuk mendapatkan gambaran yang lengkap tentang lanskap penelitian ini, pemetaan literatur yang sistematis menggunakan pendekatan bibliometrik diperlukan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan berbagai topik penelitian yang berkaitan dengan *Value proposition Canvas* dalam konteks kewirausahaan digital. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) menemukan tema penelitian yang paling sering muncul; (2) menganalisis pola hubungan antar tema melalui analisis *co-word* dan *co-citation*; (3) mengungkap tren penelitian dari waktu ke waktu; dan (4) menemukan celah dalam penelitian. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mengembangkan teori kewirausahaan digital yang didasarkan pada proposisi nilai. Selain itu, penelitian masa depan tentang model bisnis digital dan inovasi akan diberikan arah.

2. METODOLOGI

Dalam penelitian ini, topik-topik penelitian yang berkaitan dengan *Value proposition Canvas* (VPC) dalam konteks kewirausahaan digital dikelompokkan dan dievaluasi dengan menggunakan pendekatan bibliometrik. Pendekatan bibliometrik adalah pilihan yang tepat karena dapat memberikan gambaran mendalam tentang evolusi penelitian, pola sitasi, keterkaitan tema, dan perkembangan (Aria & C. Cuccurullo, 2017). Menggunakan perangkat lunak Bibliometrix pada lingkungan R dan VOSviewer untuk visualisasi jaringan, data bibliografis dikumpulkan, dibersihkan, dan dianalisis dalam penelitian kuantitatif-deskriptif ini. Langkah-langkah utama adalah sebagai berikut: (1) menentukan sumber data dan kata kunci pencarian; (2) mengumpulkan data publikasi dari basis data ilmiah yang diakui; (3) pembersihan (pembersihan data); dan (4) analisis deskriptif dan pemetaan topik tematik dengan menggunakan *mapping co-word* dan analisis cita-cita (Donthu et al., 2021).

Sumber data untuk penelitian ini adalah Scopus dan Dimensions, karena kedua sumber ini menyediakan cakupan literatur ilmiah yang luas dan terindeks di seluruh dunia. Dengan menggunakan frase "*Value proposition Canvas*", "*Business model Canvas*", "*Digital Entrepreneurship*", dan "*Business model Innovation*", proses pengambilan data dimulai pada Januari 2025. Batasan publikasi dari tahun 2010 hingga 2025 termasuk hanya artikel jurnal dan prosiding ilmiah dalam bahasa Inggris; filter tambahan diterapkan. Untuk diolah lebih lanjut, data awal diekspor dalam format CSV atau BibTeX. Sekitar 180 artikel yang relevan ditemukan dari pencarian awal. Mereka kemudian disaring berdasarkan kelengkapan *metadata*, kesesuaian topik, dan ketersediaan abstrak. Setelah pembersihan, tersisa sekitar 145 artikel yang dievaluasi.

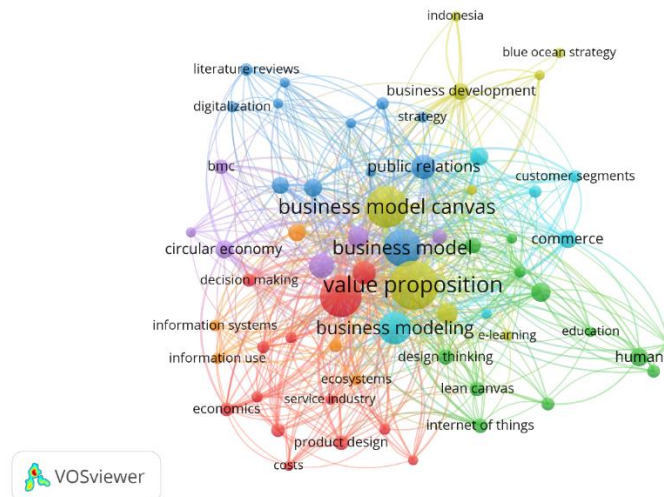
Analisis data dilakukan dalam dua tahap utama. Pertama, analisis deskriptif bibliometrik dilakukan. Ini mencakup jumlah publikasi per tahun, negara dan institusi produktif, penulis dan jurnal yang paling banyak disebutkan (penulis yang paling banyak disebutkan, sumber, dan negara). Tahap kedua adalah analisis jaringan tematik. Dalam tahap ini, analisis *co-occurrence* (kemunculan bersama kata kunci) dilakukan untuk menentukan kluster topik dominan, dan analisis *co-citation* VOSviewer menggunakan peta berbasis jarak (peta berbasis jarak) untuk menampilkan hasil pemetaan. Ukuran *node* menunjukkan frekuensi kemunculan tema, dan jarak antar *node*

menunjukkan tingkat keterkaitan konseptualnya. Dengan menggunakan metodologi ini, penelitian diharapkan dapat mengungkap pola konseptual yang tersembunyi dan menggambarkan lanskap penelitian *Value proposition Canvas* dalam lingkungan kewirausahaan digital secara menyeluruh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

a. Pemetaan Jaringan Kata Kunci



Gambar 1. Visualisasi Jaringan
Sumber: Data Diolah, 2025

Visualisasi jaringan menunjukkan kepadatan hubungan antara ide dengan *node* berukuran berbeda, yang menunjukkan jumlah kali kata kunci muncul dalam literatur. Semakin besar *node*, semakin banyak istilah yang digunakan, sementara garis penghubung menunjukkan seberapa kuat hubungan antar tema. Terlihat bahwa "*business model Canvas*", "*business model*", "*value proposition*", dan "*business modeling*" berada di pusat jaringan, menunjukkan bahwa keempat konsep tersebut merupakan dasar penelitian yang paling sering dikaitkan. Fokus literatur pada desain model bisnis dan perancangan proposisi nilai dalam lingkungan digital terlihat dari dominasi tema ini.

Peta terdiri dari berbagai klaster warna yang mewakili kelompok tema penelitian yang saling berhubungan. Klaster merah dan oranye menggambarkan topik yang berfokus pada proposisi nilai, model bisnis, dan sistem informasi, menunjukkan integrasi antara manajemen nilai pelanggan dan sistem informasi digital. Klaster hijau menggambarkan topik seperti pemikiran desain, *lean Canvas*, *internet of things*, dan pembelajaran *online*, yang menunjukkan arah penelitian menuju inovasi produk digital dan pembelajaran *online*. Sementara itu, istilah seperti *digitalization*, *public relations*, *business development*, dan *blue ocean strategy* termasuk dalam klaster biru dan kuning, yang menggambarkan aspek komunikasi dan strategis dari pengembangan kewirausahaan digital.

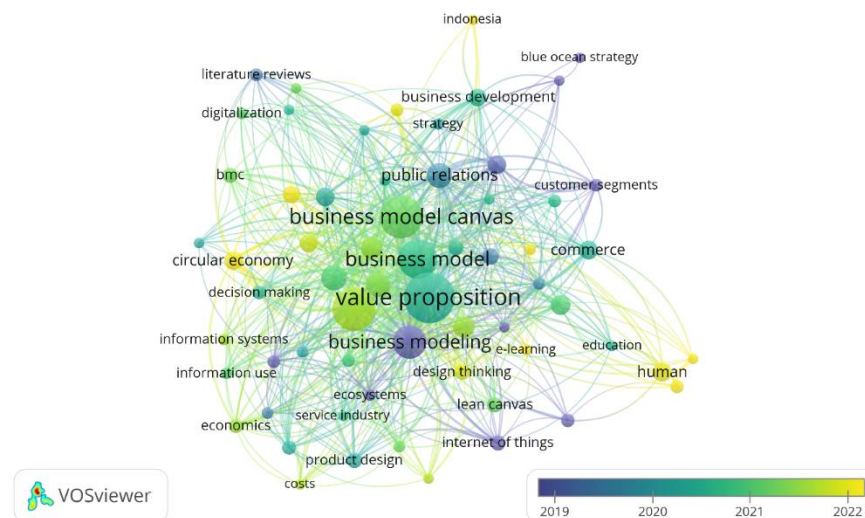
Dalam jaringan, istilah seperti "*value proposition*" dan "*business model Canvas*" sangat relevan dengan gagasan seperti konsumen segmen, perdagangan, dan sistem lingkungan. Ini menunjukkan bahwa dalam literatur akademik, VPC sering dibahas sebagai turunan atau pelengkap dari BMC. Kedua korelasi menunjukkan bahwa ada pendekatan sistemik di mana peneliti membicarakan nilai yang ditawarkan dan bagaimana nilai tersebut dimasukkan ke dalam struktur bisnis digital yang berkelanjutan. Selain itu, hubungannya dengan kata kunci pembangunan bisnis dan

public relations menunjukkan bahwa VPC juga berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi secara strategis antara bisnis dan pelanggan.

Munculnya kata kunci seperti ekonomi sirkular, ekosistem, proses pengambilan keputusan, dan industri layanan menunjukkan bahwa penelitian terbaru mulai mengaitkan konsep *virtual private consumption* (VPC) dengan masalah keberlanjutan dan inovasi berbasis ekosistem. Selain itu, kehadiran istilah *human*, *education*, dan *e-learning* menunjukkan peningkatan perhatian terhadap elemen pembelajaran digital dan kapabilitas manusia dalam desain proposal nilai yang fleksibel. Strategi laut biru dan digitalisasi menunjukkan bahwa penelitian kontemporer berkonsentrasi pada inovasi berbasis digital untuk menciptakan ruang pasar baru (ruang pasar yang tidak dapat diperdebatkan). Oleh karena itu, penelitian tentang kecerdasan virtual (VPC) semakin fokus pada perubahan nilai di lingkungan digital global serta model bisnis.

Secara keseluruhan, peta jaringan ini menunjukkan bahwa penelitian tentang *Value proposition Canvas* telah menyebar ke berbagai bidang, seperti manajemen strategis, sistem informasi, ekonomi sirkular, dan pendidikan digital. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang cara proposisi nilai dibuat, dikomunikasikan, dan dinilai dalam lingkungan digital membutuhkan pendekatan lintas disiplin. Secara praktis, temuan ini menawarkan panduan bagi wirausahawan dan pembuat kebijakan tentang bagaimana menggabungkan VPC dengan teknologi digital, desain berpikir, dan strategi keberlanjutan bisnis. Dengan kata lain, *Value proposition Canvas* sekarang bukan hanya alat desain bisnis; itu adalah sarana konseptual untuk inovasi nilai dalam ekonomi digital yang berkelanjutan.

b. Analisis Tren Penelitian



Gambar 2. Visualisasi Overlay

Sumber: Data Diolah, 2025

Kata kunci seperti *business model Canvas*, *business modeling*, *public relations*, dan *information systems* dominan pada fase awal. Ini menunjukkan bahwa selama tahun 2019–2020, penelitian lebih banyak berfokus pada pendekatan konseptual dan model dasar perancangan bisnis; fokus utama penelitian adalah *business model Canvas* dan *value proposition*; dan perhatian akademisi terhadap pengembangan struktur bisnis yang sistematis serta korelasi antara model bisnis digital dan nilai pelanggan.

Memasuki fase pertengahan, yang ditunjukkan dengan warna hijau dan toska, penelitian mulai berkembang ke arah aplikasi yang berguna dan bekerja sama. Munculnya istilah seperti konsep desain, *lean Canvas*, *ecosystems*, industri layanan, dan

desain produk menunjukkan pergeseran perhatian ke arah penerapan *Value proposition Canvas* dalam inovasi produk dan layanan digital. Selain itu, tema seperti perdagangan, pendidikan, dan *internet of things* menunjukkan hubungan antara *virtual private computing* (VPC) dan pengembangan solusi berbasis teknologi. Dengan transformasi digital yang dipercepat oleh pandemi COVID-19, pergeseran ini menunjukkan peningkatan minat terhadap adaptasi VPC dalam berbagai industri digital dan pembelajaran daring.

Tema seperti manusia, pendidikan, strategi laut biru, dan ekonomi sirkular muncul pada tahap terbaru, yang digambarkan dengan warna kuning terang. Ini menunjukkan bahwa penelitian sekarang berfokus pada nilai keberlanjutan dan kemampuan manusia untuk melakukan inovasi digital. Sebuah pergeseran dari fokus pada efisiensi model bisnis menjadi penciptaan nilai baru yang berkelanjutan dan sulit ditiru telah ditunjukkan oleh integrasi konsep *circular economy* dan *blue ocean strategy*. Selain itu, seperti yang ditunjukkan oleh hubungan antara manusia dan pendidikan, kemajuan penelitian saat ini menunjukkan bahwa pembelajaran inovatif, pengembangan keterampilan, dan orientasi kewirausahaan berbasis manusia dan nilai sosial adalah tujuan dari penelitian terbaru. Dengan demikian, transformasi ini menunjukkan bahwa penelitian tentang *Value proposition Canvas* telah berkembang dari fondasi model bisnis konvensional menuju paradigma kewirausahaan digital yang inovatif, berkelanjutan, dan berpusat pada manusia.

c. *Top Cited Literature*

Tabel 1 menunjukkan sepuluh jurnal terkemuka di dunia yang membahas inovasi model bisnis, atau inovasi bisnis, dalam konteks transformasi digital, ekonomi sirkular, dan keberlanjutan industri 4.0. Artikel-artikel ini membahas berbagai cara untuk membuat model bisnis baru di bidang energi, manufaktur, pendidikan, dan layanan mobilitas. Jumlah sitasi yang cukup besar menunjukkan betapa pentingnya penelitian-penelitian ini dalam membentuk kerangka teoretis dan praktis untuk mengarah pada ekonomi berkelanjutan yang bergantung pada kerja sama dan teknologi.

Tabel 1. Artikel yang Paling Banyak Dikutip

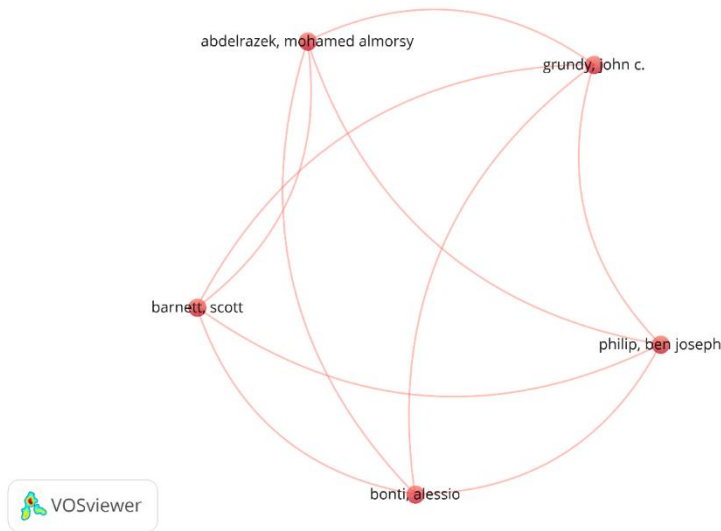
Sitasi	Penulis dan Tahun	Judul
256	(I. F. G. Reis et al., 2021)	Business models for energy communities: A review of key issues and trends
213	(Müller, 2019)	Business model Innovation in small- and medium-sized enterprises: Strategies for industry 4.0 providers and users
151	(Polydoropoulou et al., 2020a)	Prototype business models for Mobility-as-a-Service
151	(Metallo et al., 2018)	Understanding business model in the Internet of things industry
149	(Bagheri & Movahed, 2016a)	The Effect of the Internet of things (IoT) on Education Business model
110	(García-Muiña et al., 2020a)	Sustainability transition in industry 4.0 and smart manufacturing with the triple-layered business model Canvas
105	(Daou et al., 2020a)	The EcoCanvas as a business model Canvas for a circular economy
81	(Hamwi et al., 2021a)	Demand response business model Canvas: A tool for flexibility creation in the electricity markets
76	(Brown et al., 2021a)	A tool for collaborative circular proposition design

Sitasi	Penulis dan Tahun	Judul
69	(Ruggieri et al., 2018)	The impact of Digital Platforms on Business models: An empirical investigation on innovative start-ups

Sumber: Scopus, 2025

Dengan digitalisasi, tuntutan keberlanjutan, dan revolusi industri 4.0, studi tentang inovasi model bisnis berkembang pesat. Tabel 1 menunjukkan bahwa Reis et al., (2021) mengidentifikasi 256 sitasi yang menunjukkan bahwa masalah utama dalam membangun model bisnis komunitas energi yang berfokus pada efisiensi sumber daya dan kerja sama. Müller (2019) melakukan penelitian tentang strategi inovasi model bisnis untuk usaha kecil dan menengah (UKM) yang menjadi penyedia dan pengguna teknologi industri 4.0. Dia menegaskan bahwa adaptasi dan fleksibilitas sangat penting dalam dunia digital. Sementara itu, Metallo et al., (2018); Polydoropoulou et al., (2020) menciptakan model bisnis untuk industri *Internet of things* (IoT) dan layanan mobilitas (*Mobility-as-a-Service*). Model ini menekankan hubungan antara teknologi, data, dan nilai pelanggan. Dengan mempertimbangkan dampak IoT terhadap perubahan model bisnis pendidikan digital, Bagheri & Movahed (2016) memperluas penelitian mereka ke sektor pendidikan. Sebaliknya, Daou et al., (2020); García-Muiña et al., (2020) menekankan pentingnya transisi menuju ekonomi sirkular dan keberlanjutan melalui pendekatan yang terdiri dari tiga lapisan *ecoCanvas* dan *business model Canvas*. Artikel lain, seperti Brown et al., (2021); Hamwi et al., (2021), membahas fungsi *ecoCanvas* sebagai alat kerja sama dalam menciptakan desain sirkular dan fleksibilitas energi. Secara keseluruhan, kumpulan penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi model bisnis tidak lagi hanya menghasilkan nilai ekonomi; sekarang dapat digunakan sebagai strategi untuk mencapai keberlanjutan teknologi, lingkungan, dan sosial di era digital.

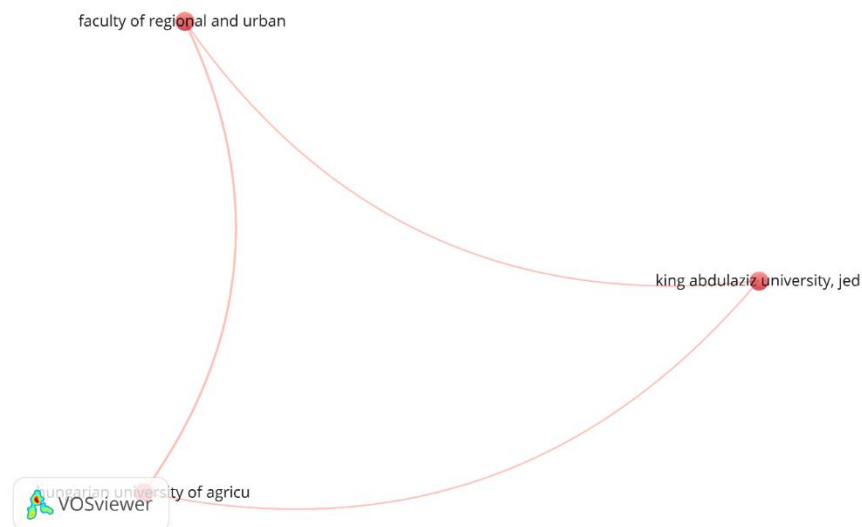
d. Analisis Kolaborasi Penulis



Gambar 3. Analisis Kolaborasi Penulis
Sumber: Data Diolah, 2025

Gambar 3 di atas adalah Peta jaringan kolaborasi penulis dalam penelitian *Value proposition Canvas* (VPC) dalam konteks kewirausahaan digital digambarkan di atas. Lima penulis utama—Mohamed Almorsy Abdelrazek, John C. Grundy, Ben Joseph Philip, Scott Barnett, dan Alessio Bonti—nampaknya bekerja sama dengan baik. Garis merah muda menunjukkan hubungan penulis yang ada dalam publikasi bersama atau sitasi timbal balik. Pola jaringan ini menunjukkan bahwa penelitian VPC masih terkonsentrasi pada kelompok kecil peneliti yang bekerja sama, menunjukkan bahwa

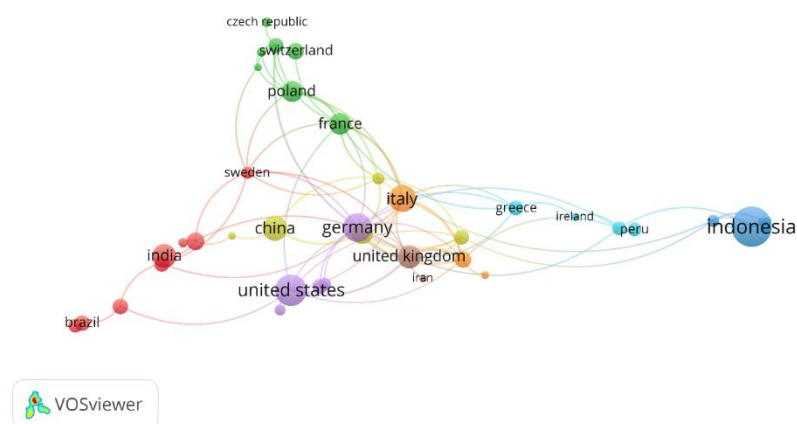
sifat penelitian ini masih dalam tahap perkembangan komunitas ilmiah. Dominasi satu kluster juga menunjukkan bahwa masalah ini belum tersebar luas secara global dan masih dapat dikembangkan melalui kerja sama lintas negara dan lintas disiplin, terutama dalam konteks penerapan digital *entrepreneurship* yang lebih luas.



Gambar 4. Analisis Kolaborasi Institusi

Sumber: Data Diolah, 2025

Dalam penelitian mengenai *Value proposition Canvas* (VPC) dalam konteks kewirausahaan digital, gambar di atas menunjukkan jaringan kolaborasi institusi. Hanya ada tiga lembaga yang saling terhubung: Universitas King Abdulaziz (Jeddah), Fakultas Studi Regional dan Kota, dan Universitas Pertanian Hungaria. Mereka membentuk kluster kolaboratif kecil. Keterkaitan antar *node* menunjukkan kerja sama penelitian lintas negara yang masih terbatas, terutama antara Eropa dan Timur Tengah. Jumlah *node* yang relatif kecil dan jumlah koneksi yang cukup menunjukkan bahwa penelitian tentang VPC masih bersifat individual dan belum memiliki jaringan riset yang luas di seluruh dunia. Hal ini menunjukkan bahwa kolaborasi internasional dan antardisipliner diperlukan agar penelitian tentang kewirausahaan digital dapat berkembang lebih luas, khususnya dalam kaitannya dengan kewirausahaan digital di berbagai wilayah dan industri ekonomi.



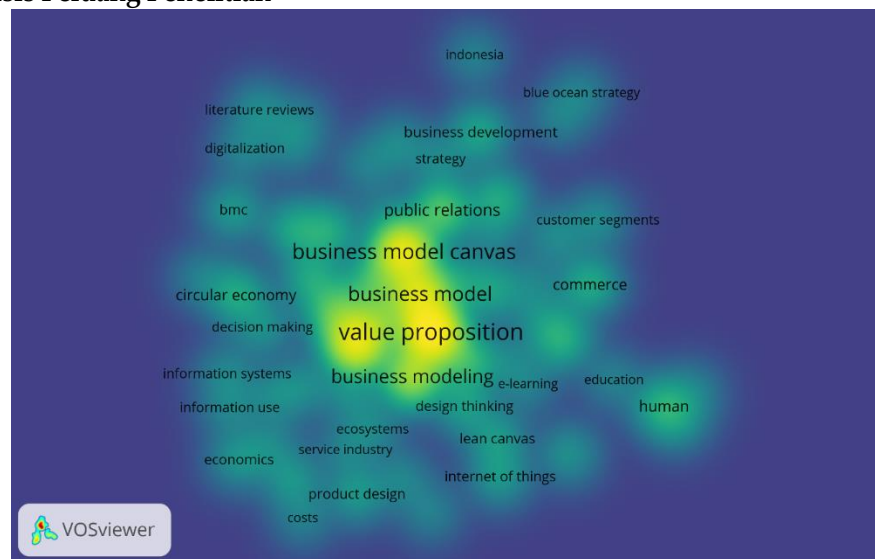
Gambar 5. Analisis Kolaborasi Negara

Sumber: Data Diolah, 2025

Peta kolaborasi antarnegara dalam penelitian mengenai *Value proposition Canvas* (VPC) di bidang kewirausahaan digital digambarkan di atas. Kolaborasi ini dilakukan melalui jaringan negara. Negara-negara dengan populasi yang lebih besar, seperti Indonesia, Germany, Italy, India, dan United States, menunjukkan bahwa negara-negara ini berkontribusi secara signifikan pada publikasi ilmiah yang membahas topik tersebut. Garis penghubung yang menunjukkan kerja sama penelitian lintas batas menunjukkan hubungan antarnegara. Dalam kluster berwarna biru, Indonesia adalah pusat dan *node* terbesar. Ini menunjukkan tingkat produktivitas publikasi tertinggi dan keterlibatan yang besar dalam kolaborasi internasional, terutama dengan negara-negara seperti Greece, Peru, dan Ireland.

Selain itu, jaringan hijau dan jingga mendominasi negara-negara Eropa seperti Jerman, Perancis, Polandia, dan Italia, yang membentuk kluster kolaborasi ilmiah yang kuat di seluruh Eropa. Sementara itu, kluster merah terdiri dari India, China, Brazil, dan Sweden, dan mencerminkan kolaborasi ilmiah di Asia dan Amerika Selatan. Pola ini menunjukkan bahwa, meskipun hubungan antar kluster masih terbatas, penelitian *Value proposition Canvas* memiliki jangkauan global dan kontribusi yang signifikan dari berbagai wilayah di seluruh dunia. Oleh karena itu, Indonesia memiliki posisi strategis untuk menjadi pusat pengembangan riset VPC di Asia Tenggara. Ini juga memiliki potensi untuk memperluas jejaring kolaborasi akademik ke Eropa dan Amerika untuk meningkatkan kontribusi global dalam pengembangan kewirausahaan digital berbasis nilai.

e. Analisis Peluang Penelitian



Gambar 6. Visualisasi Densitas

Sumber: Data Diolah, 2025

Dalam penelitian tentang *Value proposition Canvas* (VPC) di bidang kewirausahaan digital, gambar di atas menunjukkan visualisasi kerapatan kata kunci. Warna kuning yang lebih terang menunjukkan wilayah yang memiliki intensitas penelitian yang tinggi, sedangkan warna hijau dan biru menunjukkan wilayah dengan frekuensi kemunculan yang lebih rendah. Peta ini menunjukkan bahwa pusat kepadatan utama berkonsentrasi pada istilah "*value proposition*", "*business model*", dan "*business model Canvas*", yang menunjukkan bahwa ketiga ide ini berfungsi sebagai fondasi konseptual dan metodologis untuk penelitian yang relevan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar penelitian akademik berkonsentrasi pada pembangunan, penerapan, dan evaluasi model bisnis dan proposisi nilai sebagai elemen utama strategi kewirausahaan digital.

Selain itu, area hijau menunjukkan topik yang mulai berkembang namun belum sepadat tema utama. Contohnya termasuk "pikiran desain", "*Canvas* ringan", "ekonomi sirkular", "manusia", dan "internet hal-hal". Munculnya istilah seperti "ekosistem", "pendidikan", dan "hubungan masyarakat" menunjukkan bahwa penelitian tentang sumber daya manusia (VPC) mulai mengambil pendekatan yang lebih multidisipliner yang memasukkan elemen teknologi, sosial, dan keberlanjutan. Pola ini menegaskan bahwa meskipun fokus penelitian tetap pada kerangka model bisnis, literatur saat ini bergerak ke arah integrasi VPC dengan inovasi digital, pembelajaran manusia, dan desain keberlanjutan. Ini menunjukkan potensi besar untuk menyelidiki tema baru di masa depan.

3.2 Implementasi Praktis

Hasil pemetaan bibliometrik menunjukkan bahwa ide *Value proposition Canvas* (VPC) sangat penting untuk membuat model bisnis yang berfokus pada nilai pelanggan di era digital. Secara praktis, temuan ini memberikan petunjuk bagi wirausahawan digital, pendiri *startup*, dan praktisi inovasi bisnis tentang cara menggunakan *virtual private computing* (VPC) sebagai alat strategis untuk menyesuaikan penawaran produk dengan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Pemetaan kata kunci dominan seperti konsep pikir, *lean Canvas*, dan *internet of things* menunjukkan bahwa pelaku bisnis harus mengintegrasikan VPC dengan pendekatan teknologi dan inovasi berkelanjutan agar lebih adaptif terhadap pelanggan. Studi ini juga dapat digunakan oleh pembuat kebijakan dan institusi pendidikan untuk membuat program pelatihan kewirausahaan berbasis nilai, yang menekankan pemahaman pelanggan, pembentukan nilai sosial, dan penggunaan teknologi digital dengan baik. Oleh karena itu, penelitian ini berkontribusi langsung pada pembentukan ekosistem kewirausahaan digital yang beroperasi secara kooperatif, kreatif, dan berkelanjutan.

3.3 Kontribusi Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini memperluas pemahaman kami tentang *Value proposition Canvas*, yang merupakan komponen penting dari teori *Digital Entrepreneurship* dan *Business model Innovation*. Dengan menggunakan analisis bibliometrik dan visualisasi jaringan, penelitian ini menunjukkan bahwa *virtual computing* (VPC) bukan hanya alat manajemen; itu juga merupakan kerangka teoritis dinamis yang menghubungkan tiga dimensi penting: penciptaan nilai (*value creation*), penyampaian nilai (*value delivery*), dan penangkapan nilai (*value capture*). Peta tematik yang dihasilkan menegaskan hubungan antara VPC dan konsep seperti lingkungan, pemikiran desain, dan ekonomi sirkular, sehingga memperkaya. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi metodologis dengan menunjukkan bahwa metode penggambaran sains—melalui analisis kata-kata bersama dan penggambaran cita-cita bersama—dapat digunakan sebagai alat untuk memahami dinamika perkembangan teori di bidang manajemen inovasi digital. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kesempatan untuk membangun model konseptual baru yang mengintegrasikan gagasan nilai dengan keberlanjutan sosial dan teknologi digital.

3.4 Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini memberikan banyak informasi, ada beberapa keterbatasan. Pertama, publikasi yang tidak terindeks di kedua platform tersebut belum tercakup secara menyeluruh karena sumber data terbatas pada basis data Scopus dan Dimensions. Kedua, perkembangan terbaru mungkin belum sepenuhnya digambarkan dalam periode analisis dari 2010 hingga 2025, terutama dalam hal publikasi media atau akses awal yang belum dimasukkan dalam indeks. Ketiga, analisis ini tidak memeriksa secara kualitatif konten teoretis setiap artikel karena lebih fokus pada hubungan bibliometrik (kata kunci dan sitasi). Selain itu, ada kemungkinan bahwa berbagai interpretasi ilmiah yang ada di peta dunia akan dipengaruhi oleh jaringan kolaborasi yang relatif kecil antara penulis dan institusi. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut harus menggabungkan analisis bibliometrik dengan

tinjauan literatur yang sistematis atau analisis konten untuk mendapatkan pemahaman teoritis yang lebih mendalam tentang bagaimana *Value proposition Canvas* diintegrasikan ke dalam inovasi kewirausahaan digital yang lintas sektor dan lintas negara.

4. KESIMPULAN

Studi ini menemukan bahwa *Value proposition Canvas* (VPC) sangat penting untuk studi kewirausahaan digital. Selain itu, ia dikaitkan dengan konsep seperti *lean Canvas*, *business model Canvas*, *design thinking*, dan ekonomi sirkular. Analisis bibliometrik menunjukkan bahwa penelitian tentang *Virtual Personal Computer* (VPC) telah berkembang dari studi konseptual ke penerapan strategis dalam pengembangan model bisnis dan penciptaan nilai digital. Ada pergeseran fokus penelitian dari perancangan model bisnis tradisional ke arah nilai manusia dan keberlanjutan. Ini ditunjukkan oleh visualisasi jaringan dan temporal. Meskipun demikian, kolaborasi penulis dan institusi masih terbatas; ini menunjukkan bahwa kerja sama lintas negara dan lintas disiplin diperlukan untuk meningkatkan teori dan praktik VPC di masa depan. Akibatnya, penelitian ini menegaskan posisi VPC sebagai kerangka strategis untuk kewirausahaan digital dan menawarkan peluang untuk membangun model bisnis baru yang lebih fleksibel, inklusif, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aria, M., & C. Cuccurullo. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975.
- Bagheri, M., & Movahed, S. H. (2016a). The effect of the *Internet of things* (IoT) on education *business model*. 2016 12th International Conference on Signal-Image Technology & Internet-Based Systems (SITIS), 435–441.
- Bagheri, M., & Movahed, S. H. (2016b). The effect of the *Internet of things* (IoT) on education *business model*. In 2016 12th International Conference on Signal-Image Technology & Internet-Based Systems (SITIS), 435–441.
- Brown, P., Baldassarre, B., Konietzko, J., Bocken, N., & Balkenende, R. (2021a). A tool for collaborative circular proposition design. *Journal of Cleaner Production*, 297, 126354.
- Brown, P., Baldassarre, B., Konietzko, J., Bocken, N., & Balkenende, R. (2021b). A tool for collaborative circular proposition design. *Journal of Cleaner Production*, 297, 126354.
- Daou, A., Mallat, C., Chammas, G., Cerantola, N., Kayed, S., & Saliba, N. A. (2020a). The *EcoCanvas* as a *business model Canvas* for a circular economy. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120938.
- Daou, A., Mallat, C., Chammas, G., Cerantola, N., Kayed, S., & Saliba, N. A. (2020b). The *EcoCanvas* as a *business model Canvas* for a circular economy. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120938.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & W. M. Lim. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296.
- García-Muiña, F. E., Medina-Salgado, M. S., Ferrari, A. M., & Cucchi, M. (2020a). Sustainability transition in industry 4.0 and smart manufacturing with the triple-layered *business model Canvas*. *Sustainability*, 12(6), 2364.
- García-Muiña, F. E., Medina-Salgado, M. S., Ferrari, A. M., & Cucchi, M. (2020b). Sustainability transition in industry 4.0 and smart manufacturing with the triple-layered *business model Canvas*. *Sustainability*, 12(6), 2364.
- Hamwi, M., Lizarralde, I., & Legardeur, J. (2021a). Demand response *business model Canvas*: A tool for flexibility creation in the electricity markets. *Journal of Cleaner Production*, 282, 124539.
- Hamwi, M., Lizarralde, I., & Legardeur, J. (2021b). Demand response *business model Canvas*: A tool for flexibility creation in the electricity markets. *Journal of Cleaner Production*, 282, 124539.
- Interaction Design Foundation. (2023). *The Value proposition Canvas*.
- 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.
- Metallo, C., Agrifoglio, R., Schiavone, F., & Mueller, J. (2018). Understanding *business model* in the *Internet of things* industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 298–306.
- Müller, J. M. (2019). *Business model Innovation* in small-and medium-sized enterprises: Strategies for industry 4.0 providers and users. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(8), 1127–1142.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship.

- Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055.
- Nooh, M. N. (2022). *Business model Canvas: A Bibliometric Analysis of Published Literatures using R*. *E-Jurnal Penyelidikan Dan Inovasi*, 9(2), 42–58.
- Nussipova, G. (2022). Framing changes of the *value proposition* of emerging digital ventures. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 14(5), 1234–1250.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). *Value proposition design: How to create products and services customers want*. John Wiley & Sons.
- Polydoropoulou, A., Pagoni, I., Tsirimpa, A., Roumboutsos, A., Kamargianni, M., & Tsouros, I. (2020a). Prototype *business models* for Mobility-as-a-Service. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 131, 149–162.
- Polydoropoulou, A., Pagoni, I., Tsirimpa, A., Roumboutsos, A., Kamargianni, M., & Tsouros, I. (2020b). Prototype *business models* for Mobility-as-a-Service. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 131, 149–162.
- Reis, I. F. G., Gonçalves, I., Lopes, M. A. R., & Antunes, C. H. (2021). *Business models* for energy communities: A review of key issues and trends. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 144, 111013.
- Reis, I. F., Gonçalves, I., Lopes, M. A., & Antunes, C. H. (2021). *Business models* for energy communities: A review of key issues and trends. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 144, 111013.
- Ruggieri, R., Savastano, M., Scalingi, A., Dorina, B., & D'Ascenzo, F. (2018). The impact of Digital Platforms on *Business models*: an empirical investigation on innovative start-ups. *Management & Marketing*, 1210–1225.
- Vils, L. (2017). *Business model Innovation: A Bibliometric Review*. *Redalyc Journal of Business Studies*, 5(3), 1–17.