



## PERAN DIGITALISASI DALAM MENDORONG WIRAUSAHA MUDA

### *THE ROLE OF DIGITALIZATION IN PROMOTING YOUNG ENTREPRENEURSHIP*

Tio ramadhani<sup>1\*</sup>, Imsar<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : [tioramadhani71@gmail.com](mailto:tioramadhani71@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [imsar@uinsu.ac.id](mailto:imsar@uinsu.ac.id)<sup>2</sup>

#### Article Info

##### Article history :

Received : 24-08-2025

Revised : 25-08-2025

Accepted : 27-08-2025

Published : 29-08-2025

#### Abstract

*This study aims to examine the opportunities and challenges of digital entrepreneurship in Indonesia, particularly for young entrepreneurs. The method used is a literature review of journals, official reports, and data related to MSMEs and digitalization. The results show that digitalization opens up opportunities in the form of market expansion, efficiency, and innovation. However, obstacles remain, such as low digital literacy, limited capital, cybersecurity threats, immature regulations, and a lack of ecosystem support. This study recommends strengthening digital literacy, access to capital, and contextual entrepreneurship education to increase business competitiveness and sustainability.*

**Keywords :** *Digital Entrepreneurship, Innovation, Challenges*

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengkaji peluang dan tantangan kewirausahaan digital di Indonesia, khususnya bagi wirausahawan muda. Metode yang digunakan adalah studi literatur dari jurnal, laporan resmi, dan data terkait UMKM serta digitalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi membuka peluang berupa perluasan pasar, efisiensi, dan inovasi. Namun, masih terdapat hambatan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, ancaman keamanan siber, regulasi yang belum adaptif, serta kurangnya dukungan ekosistem. Penelitian ini merekomendasikan penguatan literasi digital, akses permodalan, serta pendidikan kewirausahaan kontekstual untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

**Kata Kunci :** *Kewirausahaan Digital, Inovasi, Tantangan*

#### PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang, transformasi teknologi menjadi kunci penting dalam mendorong pertumbuhan kewirausahaan, khususnya di kalangan wirausaha muda. Pemanfaatan media sosial dan platform digital kini menjadi alat utama untuk memulai, mengembangkan, dan memasarkan produk secara efektif dengan jangkauan yang luas. Meliawati et al. (2025) menekankan bahwa digitalisasi UMKM melalui media sosial dan e-commerce mampu memperluas pasar serta meningkatkan efisiensi bisnis di Indonesia. Selain itu, Meidiana et al. (2023) mengungkapkan bahwa mahasiswa yang terjun ke dunia wirausaha semakin aktif menggunakan platform digital untuk membangun merek dan memperluas pangsa pasar mereka. Dengan digitalisasi, berbagai hambatan tradisional seperti keterbatasan modal dan lokasi dapat diatasi, sehingga membuka peluang lebih besar bagi generasi muda untuk menjadi pelaku usaha mandiri dan inovatif.



Pada era digital saat ini, perkembangan startup di Indonesia berlangsung dengan sangat dinamis dan sulit diprediksi. Umumnya, bisnis-bisnis ini dibangun oleh generasi muda milenial yang memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi utama. Tingginya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat lokal turut membuka peluang besar bagi pertumbuhan startup, sekaligus mendorong peningkatan potensi bisnis berbasis digital secara signifikan (Saptarianto *et al.*, 2025). Salah satu cara yang umum digunakan dalam strategi pemasaran digital adalah menggunakan media sosial sebagai alat promosi. Platform seperti Instagram, Twitter, TikTok, Facebook, dan sejenisnya dimanfaatkan untuk membangun kesadaran merek, meningkatkan interaksi dengan konsumen, mendorong penjualan, serta memperkuat loyalitas pelanggan (Tusholihah *et al.*, 2023).

Teknologi digital telah membuka berbagai peluang baru bagi pelaku usaha, seperti memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta membentuk model bisnis yang lebih adaptif dan kompetitif. Perubahan menuju ekonomi digital juga memberi kesempatan bagi siapa saja—termasuk mereka yang berasal dari daerah terpencil—untuk berpartisipasi aktif dalam aktivitas kewirausahaan. Dalam situasi ini, inovasi memegang peran penting dalam keberhasilan usaha, baik melalui pengembangan produk atau layanan baru, maupun dengan menghadirkan solusi terhadap permasalahan sosial yang dihadapi masyarakat (Nurjanah *et al.*, 2025).

Dengan melihat pesatnya perkembangan teknologi digital dan semakin dominannya peran media sosial dalam aktivitas bisnis, muncul pertanyaan penting mengenai sejauh mana digitalisasi berkontribusi terhadap pertumbuhan wirausaha muda di Indonesia. Oleh karena itu, tulisan ini bertujuan untuk mengkaji peran digitalisasi khususnya melalui media sosial dan platform digital dalam mendorong semangat kewirausahaan generasi muda. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai peluang, tantangan, serta strategi yang relevan bagi wirausaha muda untuk beradaptasi dan berkembang di era digital.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kewirausahaan

Istilah “kewirausahaan” berasal dari kata dalam bahasa Prancis *entreprendre* yang berarti “melakukan”. Konsep wirausahawan pertama kali diperkenalkan pada awal abad ke-18 oleh ekonom Irlandia-Prancis, Richard Cantillon, yang memaknainya sebagai kegiatan spekulatif dengan cara mengambil risiko membeli pada satu harga dan menjual pada harga yang berbeda. Selain itu, berdasarkan Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, kewirausahaan diartikan sebagai semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam mengelola usaha atau kegiatan yang berorientasi pada pencarian, penciptaan, serta penerapan metode kerja, teknologi, dan produk baru guna meningkatkan efisiensi, memberikan pelayanan yang lebih baik, dan/atau memperoleh keuntungan yang lebih besar (Wulandari *et al.*, 2024).

Kewirausahaan adalah salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi yang terus berkembang seiring kemajuan teknologi dan digitalisasi. Istilah ini mencakup beragam aspek, mulai dari pengembangan ide-ide inovatif hingga penerapan strategi yang bertujuan menciptakan nilai bagi masyarakat secara luas (Saptarianto *et al.*, 2025).

### Digitalisasi

Menurut Boldureanu (2020), digitalisasi berperan sebagai moderator penting. Kemampuan individu, baik yang bersifat tetap maupun yang dapat dikembangkan, menjadi pendorong utama



dalam keinginan mereka untuk mandiri. Sementara itu, Juang (2018) menegaskan bahwa digitalisasi memberikan berbagai manfaat, seperti peningkatan kemampuan beradaptasi, pengambilan keputusan berbasis data yang lebih akurat, kemudahan kolaborasi global, akses sumber daya yang lebih luas, kemandirian operasional, serta perluasan penetrasi pasar. Faktor-faktor ini memperkuat motivasi seseorang untuk memulai usaha, karena digitalisasi mengubah cara elemen-elemen tersebut saling berinteraksi (Firly *et al.*, 2024).

Digitalisasi kini menjadi faktor kunci yang secara signifikan mengubah lanskap bisnis. Dampaknya tidak hanya terlihat pada cara wirausaha menjalankan usahanya, tetapi juga pada peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan yang mengadopsi teknologi digital umumnya meraih efisiensi operasional lebih baik, kepuasan pelanggan yang meningkat, serta dorongan inovasi produk (Wulan *et al.*, 2024). Oleh karena itu, wirausaha dituntut tidak sekadar mengikuti perkembangan teknologi, melainkan juga mampu memanfaatkannya untuk meningkatkan kinerja bisnis (Saptarianto *et al.*, 2025).

Menurut Nambisan (2017), digital entrepreneurship merupakan bentuk kewirausahaan yang menjadikan teknologi digital sebagai medium utama dalam penciptaan nilai. Teknologi digital tidak lagi sekadar alat pendukung, melainkan telah mengubah secara mendasar cara wirausaha berproses, mulai dari ideasi hingga distribusi produk maupun layanan (Daulani *et al.*, 2025).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode literature review. Metode ini merupakan tinjauan terhadap teori, temuan, dan berbagai sumber penelitian yang diperoleh melalui analisis publikasi terdahulu, seperti jurnal maupun artikel ilmiah. Melalui *literature review*, peneliti dapat mengidentifikasi serta mengkaji teori atau metode yang telah ada, kemudian menganalisisnya untuk dijadikan dasar pembahasan dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan konten analisis paper dari database *Google scholar*. Adapun penggunaan konten analisis paper digunakan untuk mendapatkan pemetaan dan tema utama yang dibahas dalam database *Google scholar* Pada kurun waktu yang tertentu untuk kemudian dianalisis isinya (*content analysis*). Paper yang dipilih dalam review ini berasal dari pencarian pada database *Google scholar* dengan kata kunci "kewirausahaan digital" or "digitalisasi bisnis" dalam kurun waktu 2021-2025.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan penelitian Saptarianto *et al.*, (2025) kewirausahaan di era digital dapat meningkatkan kinerja wirausaha. Topik ini menjadi sorotan karena perkembangan teknologi dan kemajuan infrastruktur telah membuka berbagai peluang bagi wirausahawan. Cara baru dalam berbisnis juga memberikan pengaruh terhadap bagaimana mereka menjalankan usahanya. Transformasi kewirausahaan di era digital membuka banyak peluang bagi mereka yang mampu beradaptasi dan berinovasi. Pemanfaatan teknologi secara efisien tidak hanya membantu wirausahawan menciptakan nilai bagi masyarakat, tetapi juga mendukung keberhasilan dalam perjalanan usahanya. Setiap calon wirausahawan dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi di era digital ini (Saptarianto *et al.*, 2025)

Digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam dunia kewirausahaan. Di masa lalu, menjalankan bisnis memerlukan modal besar untuk sewa tempat fisik, infrastruktur, dan tenaga kerja. Namun, seiring kemajuan teknologi, kewirausahaan digital menghadirkan peluang yang lebih efisien dan terjangkau. Melalui platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan



fintech, pelaku usaha dapat memulai bisnis dengan modal relatif kecil, tetapi mampu menjangkau pasar yang lebih luas (Wulan *et al.*, 2024). Digitalisasi menjadikan penyampaian informasi yang lebih cepat tanpa harus menghabiskan banyak waktu karena akses informasi melalui internet terbilang mudah.

Penelitian Yunandar *et al.*, (2024), peningkatan minat generasi muda terhadap kewirausahaan pertanian melalui program digitalisasi memiliki implikasi positif. Hal ini menunjukkan bahwa tak hanya mempermudah akan tetapi digitalisasi juga memiliki peran untuk meningkatkan minat generasi muda untuk berwirausaha. Penelitian Nurjanah *et al.*, (2025) menyebutkan bahwa hadirnya teknologi digital membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, serta mengembangkan model bisnis yang lebih fleksibel dan kompetitif. Transformasi ekonomi digital juga memberi kesempatan bagi siapa saja, termasuk masyarakat di daerah tertinggal, untuk ikut serta dalam kegiatan kewirausahaan. Dalam hal ini, inovasi menjadi faktor utama keberhasilan, tidak hanya melalui produk atau layanan baru, tetapi juga lewat solusi atas berbagai persoalan sosial di masyarakat (Nurjanah *et al.*, 2025).

Tak hanya sebatas kewirausahaan digital, penelitian Nurjanah juga menekankan pentingnya sikap inovatif dan terus beradaptasi terhadap perkembangan karena Kewirausahaan inovatif memiliki peran penting dalam mendorong transformasi ekonomi digital. Literatur menunjukkan bahwa digitalisasi membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk menembus pasar global dengan biaya lebih efisien. Melalui pemanfaatan platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi pembayaran, wirausahawan dapat memperluas jangkauan produk, meningkatkan daya saing, serta menyederhanakan operasional. Kondisi ini sangat bermanfaat terutama bagi usaha kecil dan menengah (UKM) yang umumnya memiliki keterbatasan modal dan sumber daya (Ninawati & Tiara, 2024). Dengan demikian, pengusaha dapat menjangkau pasar baru sekaligus meningkatkan efisiensi serta mengembangkan usaha melalui inovasi tingkat lanjut. Mereka dapat memanfaatkan potensi besar dari perangkat dan sistem digital, seperti ponsel, internet, big data, media sosial, dan komputasi berbasis *cloud* (Zaenal Asikin & Fadilah, 2024).

Keberhasilan kewirausahaan inovatif sangat ditentukan oleh karakteristik pribadi wirausahawan. Kreativitas, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan beradaptasi cepat terhadap dinamika pasar menjadi faktor utama dalam meraih kesuksesan di era digital. Wirausahawan yang mampu memadukan teknologi dengan empati sosial serta visi jangka panjang cenderung lebih berhasil dalam menciptakan nilai, tidak hanya bagi konsumen tetapi juga bagi komunitas yang lebih luas (Suhardi *et al.*, 2023). Secara keseluruhan, kewirausahaan inovatif yang mengintegrasikan teknologi digital dan nilai sosial mampu membentuk ekosistem ekonomi yang lebih inklusif serta berkelanjutan. Melalui pemanfaatan teknologi secara tepat, kewirausahaan tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial dan menghadirkan dampak positif bagi masyarakat. Kondisi ini sekaligus membuka ruang kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang lebih kuat untuk mendukung pertumbuhan berkelanjutan di Indonesia (Nurjanah *et al.*, 2025).

Digitalisasi memberikan peluang besar bagi pengusaha untuk memperluas bisnis secara lebih cepat dan efisien. Melalui kewirausahaan digital yang memanfaatkan teknologi seperti media sosial, fintech, dan e-commerce, akses pasar menjadi lebih luas serta mendorong terciptanya inovasi bisnis dengan tempo yang lebih singkat. Sementara itu, kewirausahaan sosial berbasis digital mampu menghadirkan dampak signifikan dalam menyelesaikan berbagai persoalan sosial melalui pemanfaatan teknologi (Wulandari *et al.*, 2024). Penelitian Jawad (2021) membuktikan bahwa digitalisasi telah mendorong kebangkitan bisnis di berbagai negara, seperti Cina, India, Brasil, Rusia, Meksiko, Indonesia, Turki, Thailand, Afrika Selatan, dan Malaysia. Meski demikian,



perkembangan ini tetap bergantung pada faktor politik, kondisi ekonomi, serta aspek sosial. Temuan tersebut menegaskan bahwa pertumbuhan dan transformasi bisnis sektor swasta sangat dipengaruhi oleh dinamika perubahan yang kompleks (Zaenal Asikin & Fadilah, 2024).

### **Hambatan Dan Tantangan Kewirausahaan Era Digital**

Penelitian Asikin (2024) menyebutkan bahwa perubahan cepat dalam lanskap bisnis akibat kemajuan teknologi digital menghadirkan tantangan baru bagi kewirausahaan, khususnya terkait privasi dan keamanan data. Meningkatnya jumlah data yang dikumpulkan dan disimpan secara digital membuat pelanggan semakin kritis terhadap cara data mereka digunakan serta dilindungi. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menerapkan sistem keamanan siber yang andal sekaligus mematuhi regulasi privasi data yang berlaku.

Sementara itu pada penelitian Wulandari (2024) disebutkan bahwa meskipun pemasaran digital memberikan banyak keuntungan, tetap ada tantangan yang harus dihadapi. Salah satu yang paling menonjol adalah meningkatnya persaingan di ranah digital. Hampir semua bisnis, baik skala besar maupun kecil, kini memanfaatkan pemasaran digital untuk menjangkau konsumen, sehingga perhatian konsumen menjadi sumber daya yang langka dan sulit diperoleh. Agar dapat menonjol di tengah banjir informasi, pelaku usaha dituntut untuk merancang strategi pemasaran yang kreatif, unik, serta mampu memanfaatkan data secara optimal guna menargetkan audiens yang tepat.

Penelitian Daulani (2025) menjelaskan lebih detail nya bahwa meski peluang terbuka lebar, pelaku usaha digital juga menghadapi sejumlah tantangan serius, antara lain:

1. Rendahnya literasi digital – Banyak UMKM belum memahami teknologi dasar seperti manajemen media sosial, pemasaran digital, dan keamanan data. Menurut Kominfo (2022), hanya 21 juta dari 65 juta UMKM yang aktif di ekosistem digital.
2. Ancaman keamanan siber – Serangan phishing, ransomware, dan pencurian data terus meningkat, sebagaimana dilaporkan BSSN.
3. Ketimpangan infrastruktur digital – Akses internet dan fasilitas pendukung di luar Jawa masih terbatas, memperlambat transformasi digital yang merata.
4. Kompetisi global – Pelaku lokal harus bersaing dengan raksasa seperti Amazon, Alibaba, maupun startup regional yang memiliki modal besar.
5. Regulasi yang belum adaptif – Perkembangan ekosistem digital lebih cepat daripada regulasi, sehingga isu perlindungan konsumen, pajak digital, dan hak kekayaan intelektual masih jadi tantangan.

Selain tantangan diatas, penelitian Trissetianto & Ali, (2025) juga menjelaskan beberapa tantangan dalam wirausaha digital yaitu:

1. Akses Permodalan  
Wirausahawan muda sering kesulitan memperoleh modal awal karena keterbatasan jaminan, riwayat kredit, serta kurangnya kepercayaan investor terhadap bisnis baru yang minim pengalaman.
2. Kurangnya Pengalaman dan Keterampilan  
Ide inovatif kerap terhambat oleh keterbatasan kemampuan manajerial, mulai dari operasional, pemasaran, hingga keuangan. Hal ini membuat pertumbuhan bisnis tidak optimal.
3. Keterbatasan Jaringan dan Mentorship  
Minimnya akses ke jaringan bisnis dan mentor berpengalaman mengurangi peluang wirausahawan muda untuk mendapat bimbingan strategis dan kolaborasi yang mendukung pengembangan usaha.
4. Tekanan Sosial dan Budaya



- Norma sosial dan dorongan keluarga sering membuat generasi muda lebih diarahkan ke jalur karier konvensional ketimbang berwirausaha.
5. Keterbatasan Akses Teknologi dan Informasi  
Tidak semua wirausahawan muda memiliki akses terhadap teknologi terkini atau pelatihan relevan, terutama di wilayah terpencil.
  6. Ketahanan Mental dan Manajemen Stres  
Tekanan bisnis, ketidakpastian pendapatan, serta risiko kegagalan menuntut wirausahawan muda memiliki mental yang kuat agar tidak berdampak negatif pada kesehatan mereka.
  7. Kebutuhan Pendidikan dan Pelatihan Kewirausahaan  
Pendidikan formal kurang membekali keterampilan praktis, sehingga pelatihan kewirausahaan aplikatif sangat dibutuhkan.
  8. Keterbatasan Inovasi dan Adaptasi  
Sebagian wirausahawan muda kesulitan menciptakan produk inovatif atau menyesuaikan strategi bisnis dengan dinamika pasar.

### **Strategi Kewirausahaan Digital**

Tantangan-tantangan diatas tentunya harus dihadapi dengan strategi sehingga kekurangan-kekurangan dapat teratasi dan masalah dapat diantisipasi. Penelitian Asikin (2024) menyebutkan strategi kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja UKM serta memiliki hubungan signifikan dengan pangsa pasar. Karena itu, UKM perlu mengikuti perkembangan informasi terbaru agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, meningkatkan omzet, dan menjaga keberlanjutan bisnis melalui penerapan strategi yang tepat. Pada penelitian tersebut juga dipaparkan beberapa kiat sukses dalam kewirausahaan digital yakni:

1. Inovasi Berkelanjutan  
Kemampuan berinovasi menjadi kunci sukses di era digital. Pengusaha perlu terus meningkatkan produk, layanan, atau proses bisnis. Misalnya, Apple sukses lewat inovasi berkelanjutan pada iPhone dan iPad.
2. Pemahaman Pasar dan Pelanggan  
Memahami kebutuhan pelanggan sangat penting. Survei, analisis data, dan interaksi di media sosial membantu membaca keinginan pasar. Contoh, Airbnb berhasil karena mampu menangkap tren konsumen yang menginginkan pengalaman menginap lebih personal.
3. Manajemen Risiko  
Pengusaha digital harus bijak mengelola risiko, mulai dari persaingan ketat, keamanan data pelanggan, hinggaantisipasi perubahan pasar.
4. Pendidikan kewirausahaan perlu dikembangkan secara berkelanjutan dan relevan dengan konteks. Programnya harus adaptif terhadap karakteristik lokal, kebutuhan pasar, serta perkembangan era digital dan ekonomi kreatif.

### **KESIMPULAN**

Digitalisasi telah menjadi faktor kunci dalam mendorong pertumbuhan kewirausahaan di Indonesia, khususnya di kalangan wirausaha muda. Pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan fintech memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi, serta menghadirkan inovasi yang lebih cepat. Namun, transformasi digital ini juga diiringi dengan sejumlah tantangan, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses permodalan, keamanan siber, ketimpangan infrastruktur, hingga keterbatasan pengalaman dan jaringan wirausaha muda.



Untuk menghadapi tantangan tersebut, diperlukan strategi kewirausahaan digital yang mencakup inovasi berkelanjutan, pemahaman mendalam terhadap pasar, pengelolaan risiko yang bijak, serta dukungan pendidikan kewirausahaan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya dapat meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah (UKM), tetapi juga mampu mendorong terbentuknya ekosistem kewirausahaan yang lebih inklusif, kompetitif, dan berkelanjutan..

#### DAFTAR PUSTAKA

- Daulani, A., Ode, L., & Syafaruddin, M. (2025). *TRANSFORMASI DIGITAL DALAM KEWIRAUSAHAAN: Peran Teknologi dalam Mendorong Inovasi Bisnis di Era Ekonomi Digital*. 3(1), 60–67.
- Firly, W., Shafira, S. N., Saddiyah, & Maihani, S. (2024). Dampak Digitalisasi Dan Inovasi Dalam Orientasi Kewirausahaan Perempuan Terhadap Niat Memulai Usaha Yang Berkelanjutan. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 25(2), 189–193. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v25i2.1458>
- Ninawati, N., & Tiara, V. (2024). Pemahaman Mendalam tentang Kewirausahaan: Manfaat yang Diperoleh, Fungsi yang Dimainkan, dan Peran dalam Perubahan Sosial dan Ekonomi. *Urnal Nuansa: Publikasi*.
- Nurjanah, A. P., Yanti, R., Hotijah, S., & Novita, Y. (2025). PERAN KEWIRAUSAHAAN INOVATIF DALAM TRANSFORMASI EKONOMI DIGITAL DAN PEMBANGUNAN SOSIAL BERKELANJUTAN (Review Literatur). *Journal Education, Sociology and Law*, 1(1), 356–360.
- Saptarianto, H., Yusuf Lubis, A., Ruth Rohani Siburian, V., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2025). Kewirausahaan di Era Digital Meningkatkan Kinerja Wirausaha Melalui Manajemen SDM di Era Digitalisasi. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(2), 13–25.
- Suhardi, Pragiwani, Zulkarnaini, Darmawan, & Sakti. (2023). Kewirausahaan Di Era Digital. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*,.
- Trisetianto, A. C., & Ali, H. (2025). Peran Pendidikan dalam Mendorong Kewirausahaan di Kalangan Generasi Muda. *Jurnal Pendidikan Siber Nusantara*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.38035/jpsn.v3i1.325>
- Tusholihah, A., Novita, S. P., Ardelia D, P. S., Nur S, J. J., Alief, R. A., & Djoko Hananto, dan. (2023). Kajian Literatur: Konten Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran Digital pada UMKM di Indonesia. *Journal Of Global Humanistic Studies Philosophiamundi.Id*, 3(1), 1.
- Wulan, T. S., Putri Ayu Permata, Devi Kurniati, D., & Reni. (2024). Digital Tranformation And Impact On Organizational Change And Performance. *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship Studies*. <https://doi.org/https://doi.org/10.62794/je3s.v5i1.3551>
- Wulandari, T. I., Indarti, D., Puar, A. P., Nugroho, A. F., Soeratin, H. Z., Akuntansi, P., Negeri, P., Jakarta, V., & Raya, J. R. F. (2024). *Entrepreneurship And Digitalization On Online Marketing Kewirausahaan Dan Digitalisasi Terhadap Pemasaran Daring*. 6(2), 210–219.
- Yunandar, D. T., Nuryanti, N., & Parasdy, S. D. (2024). Peningkatan Minat Generasi Petani Muda Melalui Program Digitalisasi Guna Peningkatan Kewirausahaan Pertanian dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Wilayah di Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 30(2), 243. <https://doi.org/10.22146/jkn.94965>
- Zaenal Asikin, M., & Fadilah, M. O. (2024). Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi: Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303–310. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i1.1023>