



Peran Literasi Bisnis Digital dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan pada Remaja

Triatmi Puji Hastuti

Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia

Korespondensi penulis : triathastuti@student.uns.ac.id*

Abstract. *Information technology has rapidly brought progress and great influence on human life. Digitalization facilitates all the needs and affairs of modern humans, because almost everything can be controlled with a smartphone. The purpose of this study is to determine the role of digital business literacy in fostering entrepreneurial spirit in adolescents. This research uses a qualitative method that focuses on analyzing the role of digital business literacy. This research provides an overview of the role of digital business literacy in fostering the entrepreneurial spirit in adolescents. The results of the discussion of several previous researchers, it can be concluded that the socialization of digital business literacy is proven to have a positive and significant influence in fostering the entrepreneurial spirit in adolescents / generation Z. The largest number of entrepreneurs is the age group of the entrepreneurial spirit. The largest number of entrepreneurs is the age group over 50 years, but digital entrepreneurs are currently dominated by young entrepreneurs. This is in accordance with the digital literacy theory proposed by Paul Gilbert, that digital literacy is able to make a person think critically, not just technical skills.*

Keywords : *Digital Business, Entrepreneurship, Teenageers.*

Abstrak. Teknologi informasi secara cepat telah membawa kemajuan dan pengaruh besar pada kehidupan manusia. Digitalisasi mempermudah segala kebutuhan dan urusan manusia modern, karena hampir semua hal bisa dikendalikan dengan smartphone. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran literasi bisnis digital dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada remaja. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berfokus pada analisis terhadap peran literasi bisnis digital. Penelitian ini memberikan gambaran tentang peran literasi bisnis digital dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada remaja. Hasil pembahasan dari beberapa peneliti sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi literasi bisnis digital terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada remaja / generasi Z. Jumlah wirausaha terbanyak adalah kelompok usia lebih dari 50 tahun, namun wirausaha digital saat ini didominasi oleh para wirausaha muda. Hal ini sesuai dengan teori literasi digital yang dikemukakan oleh Paul Gilbert, bahwa literasi digital mampu membuat seseorang berpikir kritis, bukan hanya kemampuan teknis.

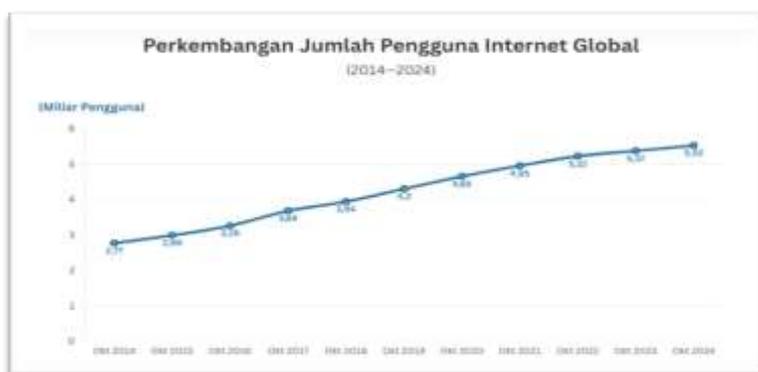
Kata Kunci : *Bisnis Digital, Kewirausahaan, Remaja.*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi secara cepat telah membawa kemajuan dan pengaruh besar pada kehidupan manusia. Digitalisasi sudah merambah hampir di semua aspek kehidupan manusia. Dunia yang memasuki era industri 5.0 lebih menekankan pada pola digital economic, artificial intelligence, big data, robotic, dan lain sebagainya. Pada era digital ini, sebelum seseorang lahir, sudah dikenalkan digitalisasi oleh orang tuanya. Embrio yang masih berada didalam kandungan, perkembangannya sudah dipantau dengan USG. Melalui USG dapat diketahui jenis kelaminnya, beratnya, dan juga bagian-bagian tubuh lainnya. Kemudian lahir menjadi bayi, anak, remaja, sampai dewasa semakin banyak peran digitalisasi dalam kehidupannya. Seseorang dapat bangun tidur karena suara alarm yang sudah disetting di dalam

smartphonenya. Berbicara, berkirim kabar, mengetahui keberadaan orang lain, hanya dengan menggunakan smartphone dan aplikasi pendukungnya.

Maraknya digitalisasi mempermudah segala kebutuhan dan urusan manusia modern, karena hampir semua hal bisa dikendalikan dengan smartphone. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), sebanyak 99,08 % penduduk yang berusia lebih dari 5 tahun ke atas menggunakan handphone/ perangkat mobile untuk mengakses internet dalam 3 bulan terakhir. Berikut adalah tabel perkembangan jumlah pengguna internet di Indonesia selama 10 tahun terakhir.



Gambar 1. Perkembangan Jumlah Pengguna Internet Global 2014-2024

Sumber : Goodstats

Berdasarkan data BPS dan Goodstats kita dapat menyimpulkan bahwa hampir semua penduduk Indonesia menggunakan internet dan smartphone untuk berbagai kebutuhan, dengan jumlah pengguna yang terus berkembang dari tahun ke tahun. Tujuan penduduk menggunakan internet, menurut data BPS tahun 2024 adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Persentase Tujuan Menggunakan Internet Pada Penduduk Berumur 5 Tahun Ke Atas

Tujuan menggunakan internet	Jumlah dalam persentase
Mendapat informasi/berita	77,50 %
Mendapat informasi barang/jasa	25,85 %
Mengirim/menerima email	12,89 %
Sosial media	77,57 %
Pembelian barang/jasa	23 %
Penjualan barang/jasa	5,16 %
Fasilitas finansial	11,57 %
Pembelajaran online	9,96 %
Bekerja online dari rumah	1,60 %
Hiburan	85,29 %
Pembuatan konten digital	7,12 %
Lainnya	5,16%

Sumber : Badan Pusat Statistik 2024

Berdasarkan tabel tersebut, dapat terlihat bahwa kebanyakan orang mengakses internet adalah untuk tujuan hiburan, sosial media, dan mendapatkan informasi/berita. Jika dicermati, saat seseorang mengakses internet, sering kali disisipi iklan, entah itu iklan produk atau jasa, bahkan terdapat pula iklan yang bernuansa negatif, seperti mengarah ke situs judi atau pornografi. Hal ini dapat terjadi karena para pemasang iklan memang sengaja menampilkan iklan saat seseorang mengakses internet, agar produk/jasa yang ditawarkan terbaca oleh pengguna internet, sehingga produk/jasa dikenal oleh masyarakat luas.

Sebagai pengguna internet, haruslah berlaku bijak, agar internet yang diakses berdampak positif pada kehidupan. Menurut data Badan Pusat Statistik, remaja yang mengakses internet dikelompokkan menurut kelompok umur, usia 13-15 tahun atau setara dengan anak sekolah menengah pertama sebanyak 6,39%, sedangkan usia 16-18 tahun atau setara dengan anak sekolah menengah atas sebanyak 7,24% dari total pengakses internet seluruh penduduk Indonesia. Remaja ini perlu diberikan literasi yang bermanfaat, agar waktu yang dihabiskan untuk mengakses internet, tidak hanya untuk bermain games, ataupun mengobrol yang tidak bermanfaat. Disinilah remaja perlu dikenalkan dengan bisnis digital, dimana mereka sebagai pengguna smartphone dapat terdorong untuk memiliki jiwa kewirausahaan, melakukan kegiatan bisnis, dan memperoleh keuntungan dari bisnis yang dilakukannya, dengan memanfaatkan teknologi digital. Saat ini, sistem dan proses yang sudah ada sejak lama harus dipikirkan kembali, dan teknologi harus diterapkan agar bisnis tetap kompetitif dan berkembang (Supriyanto & Hana, 2020). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran literasi bisnis digital dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada remaja.

2. KAJIAN TEORITIS

Adanya digitalisme mendorong para pelaku ekonomi untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari kegiatan ekonomi. Produsen sudah banyak yang beralih ke industri digital, karena lebih efektif dan efisien. Dalam proses pemasaran juga sudah memanfaatkan platform media digital. Bisnis digital merupakan modernisasi kegiatan transaksi perdagangan yang mulai banyak diminati oleh produsen, distributor maupun konsumen, terutama pelaku generasi muda. Bisnis digital merupakan pemanfaatan teknologi digital untuk menciptakan keunikan, yang biasanya dimulai dari model bisnis hingga pengalaman pelanggan (Komalasari, 2021). Dalam bisnis digital, jangkauan pemasaran produk menjadi lebih luas, bahkan dapat menjangkau manca negara. Bisnis digital memadukan perangkat elektronik, internet, serta platform media digital agar memudahkan masyarakat untuk mengenal dan membeli produk secara online (Rachmad, 2023). Dampak positif dari perkembangan bisnis

digital, adalah marketplace yang luas dari pasar nasional dan internasional, menurunkan biaya produksi, proses produksi, pendistribusian, penyimpanan dan pencarian informasi, menyederhanakan supply chain, mengurangi waktu antara outlay modal dan penerimaan produk dan jasa (Suyanto, 2023).

Jiwa kewirausahaan bisa diartikan sebagai jiwa mandiri dalam menghasilkan uang dengan cara mendirikan usaha serta menyalurkan ide, gagasan, pikirannya dalam usaha tersebut (Saputra et al, 2023). Jiwa kewirausahaan perlu dimiliki oleh setiap orang yang berkeinginan untuk membuka usaha. Indikator jiwa kewirausahaan terdiri dari percaya diri, optimisme, jiwa kepemimpinan, suka tantangan, bertanggungjawab, disiplin, serta kreatif dan inovatif (Sobari & Ambarwati, 2020). Jiwa adalah satu hal yang bersifat abstrak. Seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan yaitu orang yang dalam kepribadiannya telah menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan, yang terdiri dari tindakan kreatif, gemar berusaha, tegar dalam menghadapi tantangan, percaya diri, memiliki self determination, mampu mengelola risiko, mampu melihat peluang, inisiatif dan memiliki need for achievement, perfersionis, dan berpandanganluas (Kuratko, 2003).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berfokus pada analisis terhadap peran literasi bisnis digital. Penelitian ini memberikan gambaran tentang peran literasi bisnis digital dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada remaja. Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui analisis data online, studi literatur, pemantauan situs resmi yang terpercaya. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari review paper dari berbagai jurnal ilmiah. Penelitian yang dipilih adalah penelitian yang diterbitkan selama 5 tahun terakhir yang membahas tentang bisnis digital dan kewirausahaan.

Data yang dikumpulkan kemudian diolah menggunakan metode berpikir deduktif yang fungsinya untuk mencari inti data dan informasi yang relevan dalam penelitian ini, yaitu informasi mengenai bisnis digital dan hubungannya dengan jiwa kewirausahaan pada remaja. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara pada beberapa remaja yang sudah memulai bisnis dengan memanfaatkan teknologi digital.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan penelitian studi literatur, ditemukan hasil yang menyatakan berbagai hal terkait dengan tujuan penelitian ini. Hasil penelitian akan diuraikan dalam beberapa bagian untuk membatasi pembahasan yang terlalu luas, dan berpotensi pada penyimpangan dari fokus

pokok pembahasan. Beberapa hasil yang menjadi temuan dalam penelitian ini meliputi (a) Identifikasi bisnis digital; (b) Peran literasi bisnis digital dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada remaja; dan (c) Remaja sebagai wirausaha digital.

Identifikasi Bisnis Digital

Bisnis digital merupakan bisnis yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat, khususnya generasi muda. Prospek bisnis digital sangat menjanjikan, disertai dengan adanya teknologi yang mendukung perkembangan dari bisnis digital. Bisnis digital pemanfaatan teknologi digital guna menciptakan keunikan, mulai dari model bisnis hingga pengalaman pelanggan (Komalasari, 2021). Bisnis digital dijalankan dengan memanfaatkan internet, sosial media, dan perangkat mobile, sehingga informasi bisnis dapat tersampaikan kepada masyarakat luas dalam waktu yang cepat, tanpa membutuhkan biaya yang relatif mahal..

Elemen yang merupakan bagian dari bisnis digital, meliputi e-commerce, digital payments, platform online, big data dan analitik, keamanan dan privasi data, kecerdasan buatan (AI), dan inovasi bisnis. Secara umum, bisnis digital bukan hanya tentang penggunaan teknologi, tetapi juga tentang cara berinteraksi dengan produk, layanan, dan pasar secara keseluruhan. Bisnis digital sangat tergantung pada teknologi digital yang menciptakan paradigma bisnis yang berbeda dari bisnis/ usaha konvensional. Ciri khas dari bisnis digital antara lain :

- Globalisasi tanpa batasan geografis

Dalam bisnis digital, jarak bukanlah faktor penghambat, karena sejauh apapun jarak antara konsumen dan produsen masih dapat bertransaksi tanpa terkendala batasan geografis, karena transaksi tetap terjadi tanpa harus ada kehadiran fisik di suatu lokasi.

- Pemanfaatan teknologi digital

Bisnis digital memiliki ketergantungan yang tinggi pada jaringan internet, kecerdasan buatan, analitik data, dan platform pembayaran online untuk melakukan kegiatan ekonomi.

- Efisiensi dan kecepatan

Transaksi dapat dilakukan dimanapun, dan kapanpun, prosesnya juga lebih cepat dan akurat.

- Personalisasi dan adopsi AI

Bisnis digital memberikan pengalaman yang bersifat *privacy* kepada pelakunya. Melalui kecerdasan buatan, platform digital mampu memahami dan merespon kebutuhan individu.

- Model bisnis disruptif

Bisnis digital memungkinkan inovasi yang terus berkembang menggunakan e-commerce, sharing economy, dan layanan pelanggan

- Keterlibatan konsumen yang lebih aktif

Konsumen dalam bisnis digital tidak hanya melakukan pembelian, namun juga dapat memberikan penilaian dan ulasan produk, yang akan bermanfaat bagi konsumen berikutnya.

Dampak positif yang dapat ditimbulkan dari meluasnya bisnis digital antara lain adalah peningkatan aliran pendapatan, perluasan pangsa pasar, penurunan biaya operasional, perluasan jangkauan (Harisno & Pujadi, 2009), selain dampak positif juga terdapat beberapa dampak negatif dari bisnis digital, diantaranya adalah penipuan finansial, pencurian informasi pribadi, gangguan layanan non-teknis, kepercayaan konsumen yang menurun, dan kerugian tak terduga karena ketidakjujuran, kesalahan manusia, atau mal fungsi dengan perangkat teknis (Musnaini, 2022).

Peran literasi bisnis digital dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan remaja

Remaja merupakan pribadi yang unik, karena seseorang yang berada di fase remaja mulai mencapai kematangan berpikir, bertindak, dan berperilaku emosional. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 25 Tahun 2014, remaja merupakan kelompok rentang usia 10-18 tahun. Remaja mempunyai keinginan meniru sesuatu hal yang dilihat, pada keadaan serta lingkungan di sekitarnya. (Rasyidah, 2009). Dengan diberikannya literasi tentang bisnis digital, diharapkan dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada remaja dengan memanfaatkan teknologi digital yang telah dikuasai oleh sebagian besar remaja, sehingga nantinya dapat menjadi seorang wirausaha digital. Berikut adalah perkembangan jumlah wirausaha pemula tahun 2020 sampai 2024.



Gambar 2. Jumlah Wirausaha Pemula Indonesia

Berdasarkan data jumlah wirausaha pemula, dapat diketahui bahwa jumlahnya semakin meningkat dari waktu ke waktu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak generasi muda yang memilih menjadi wirausahawan. Meski demikian, jumlah wirausaha muda di Indonesia masih rendah bila dibandingkan negara Asia Tenggara lainnya. Jumlah wirausaha Indonesia hanya 3,47% dari populasi Indonesia, sedangkan Malaysia 4,7 %, bahkan Singapura jumlah wirausahanya 8,76%. Mayoritas wirausaha di Indonesia adalah lansia (berusia lebih dari 50 tahun). Kewirausahaan yang mengadaptasi penggunaan teknologi digital menghadapi banyak tantangan, diantaranya adalah keterbatasan pengetahuan teknologi informasi dan sumber daya. Bagi remaja yang sedari kecil sudah akrab dengan digitalisasi, tentu bukan hal yang susah dalam mengadopsi teknologi informasi yang terus berkembang. Untuk meningkatkan jumlah wirausaha muda, diperlukan pengembangan literasi pembelajaran melalui pendidikan formal dan informal, pelatihan, serta pengalaman secara langsung.

Penelitian tentang peran literasi bisnis digital dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada remaja juga sudah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya dari berbagai sudut bahasan. Data literatur dari beberapa peneliti dapat diuraikan berikut ini.

- Muhammad Hasan, Nur Shofa, Ilham Thaief, M. Ihsan Said Ahmad, Thamrin Tahir tahun 2021 dalam artikel jurnal yang berjudul Bagaimana pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha generasi Z melalui efikasi diri?, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan populasi kajian generasi Z kelas XI SMK Negeri 7 Pangkep Sulawesi Selatan sebanyak 131. Kajian ini menunjukkan bahwa literasi berpengaruh positif dan signifikan efikasi diri terhadap minat berwirausaha generasi Z.
- Penelitian yang dikemukakan oleh Sutrisno, Hendy Tannady, D. Yadi Haryadi, Reza Yonatan Hanata, dan Ahmad Gunawan tahun 2023 dalam artikel yang berjudul Analisis

of The Role of Risk Tolerance and Personal Success on Entrepreneurship motivation in generasi Z, menggunakan metode kuantitatif, populasi sebanyak 125 responden yang merupakan mahasiswa strata 1 yang berkuliah pada Fakultas Bisnis di Jakarta, menunjukkan bahwa keberhasilan diri dan toleransi akan resiko memiliki pengaruh secara positif terhadap motivasi berwirausaha pada mahasiswa.

- Penelitian yang dilakukan oleh Cindy Natalia dan Rodhiah (2019) dalam artikel yang berjudul Pengaruh kreativitas, literasi dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha dalam generasi Z, menggunakan metode kuantitatif, dengan responden sebanyak 70 generasi Z di Jakarta Barat, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada kreativitas terhadap intensi berwirausaha, serta terdapat pengaruh positif dan signifikan pada literasi terhadap intensi berwirausaha.
- Penelitian yang dilakukan oleh Aprilida Yanti (2019) dalam artikel Pengaruh pendidikan kewirausahaan, self efficacy, Locus of control dan karakter wirauwsaha terhadap minat berwirausaha, menggunakan metode kuantitatif dengan populasi mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis semester 7 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sebanyak 440 orang, menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan suatu penelitian yang dilakukan oleh Kristaps Lesinskins dkk di beberapa negara Eropa Tengah dan Timur serta Eropa Selatan menunjukkan bahwa dampak positif dari transformasi digital dan alat digital dalam pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan niat berwirausaha generasi Z. Adanya literasi bisnis digital dapat memengaruhi minat remaja dalam berwirausaha. Penelitian menunjukkan bahwa literasi bisnis digital bisa meningkatkan kemampuan seseorang dalam mengidentifikasi peluang bisnis dan menyaring informasi yang relevan.

Remaja Sebagai Wirausaha Digital

Selain analisis data literatur dari beberapa artikel jurnal, data juga diperoleh dari hasil wawancara terhadap remaja yang sudah memulai bisnis. Remaja yang sudah menjalankan bisnis, rata-rata memanfaatkan digitalisasi untuk memperlancar usahanya, mulai dari proses produksi sampai produk/ jasa dinikmati oleh konsumen. Kelancaran bisnis ditunjang dengan penerapan pemasaran digital. Pemasaran efektif sangat diperlukan agar produknya dapat dikenal masyarakat luas, hal ini mencakup berbagai aktifitas seperti pembuatan konten yang menarik, iklan berbayar, promosi di berbagai media sosial, postingan di group medsos, sampai

melakukan live streaming. Hal itu terbukti efektif dilakukan dan mampu meningkatkan omzet transaksinya. Para wirausaha digital ini didominasi oleh remaja, karena pangsa pasar paling besar adalah remaja juga.

Hasil wawancara dengan beberapa wirausaha remaja terungkap bahwa kelancaran jaringan internet, dukungan perangkat mobile menjadi faktor utama dalam meningkatkan target pemasaran. Respon yang cepat dapat meningkatkan persepsi positif suatu brand tertentu. Pelanggan yang mendapatkan respon cepat dan efektif di media sosial dari penjual, cenderung akan merekomendasikan kepada orang lain. Sebaliknya, pelanggan yang belum mengenal suatu brand, cenderung melihat ulasan dari pelanggan sebelumnya, sebelum memutuskan untuk melakukan transaksi pembelian, disinilah literasi bisnis digital diperlukan, baik bagi penjual maupun pembeli dalam bertransaksi secara online di berbagai platform belanja online maupun sosial media.

Bagian ini memuat proses pengumpulan data, rentang waktu dan lokasi penelitian, dan hasil analisis data (yang dapat didukung dengan ilustrasi dalam bentuk tabel atau gambar, **bukan** data mentah, serta **bukan** dalam bentuk *printscreen* hasil analisis), ulasan tentang keterkaitan antara hasil dan konsep dasar, dan atau hasil pengujian hipotesis (jika ada), serta kesesuaian atau pertentangan dengan hasil penelitian sebelumnya, beserta interpretasinya masing-masing. Bagian ini juga dapat memuat implikasi hasil penelitian, baik secara teoritis maupun terapan. Setiap gambar dan tabel yang digunakan harus diacu dan diberikan penjelasan di dalam teks, serta diberikan penomoran dan sumber acuan. Berikut ini diberikan contoh tata cara penulisan subjudul, sub-subjudul, sub-sub-subjdul, dan seterusnya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Literasi bisnis digital perlu disosialisasikan kepada seluruh elemen masyarakat, tak terkecuali remaja. Dengan literasi bisnis digital yang baik, diharapkan remaja mampu memanfaatkan waktunya untuk mengakses berbagai peluang bisnis dengan bantuan teknologi informasi. Elemen yang merupakan bagian dari bisnis digital, meliputi e-commerce, digital payments, platform online, big data dan analitik, keamanan dan privasi data, kecerdasan buatan (AI), dan inovasi bisnis. Secara umum, bisnis digital bukan hanya tentang penggunaan teknologi, tetapi juga tentang cara berinteraksi dengan produk, layanan, dan pasar secara keseluruhan.

Kewirausahaan yang mengadaptasi penggunaan teknologi digital menghadapi banyak tantangan, diantaranya adalah keterbatasan pengetahuan teknologi informasi dan sumber daya. Remaja yang sudah menjalankan bisnis, rata-rata memanfaatkan digitalisasi untuk

memperlancar usahanya, mulai dari proses produksi sampai produk/ jasa dinikmati oleh konsumen. Kelancaran bisnis ditunjang dengan penerapan pemasaran digital.

Merujuk hasil pembahasan dari beberapa peneliti sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi literasi bisnis digital terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada remaja / generasi Z. Jumlah wirausaha terbanyak adalah kelompok usia lebih dari 50 tahun, namun wirausaha digital saat ini didominasi oleh para wirausaha muda. Hal ini sesuai dengan teori literasi digital yang dikemukakan oleh Paul Gilbert, bahwa literasi digital mampu membuat seseorang berpikir kritis, bukan hanya kemampuan teknis.

DAFTAR REFERENSI

- Aprillianita, P.Y, Ahman, E, & Kodri (2020), Internalisasi Soft Skills dan Minat Kewirausahaan dalam Pembentukan Jiwa Kewirausahaan, *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 70-78, <https://doi.org/10.21067/jrpe.v5i2.4578>
- Astuti, Aurelia Widya, Sayudin, & Muharam Azka (2023), Perkembangan Bisnis Di Era Digital, *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(9), 2787-2792, <http://dx.doi.org/10.58344/jmi.v2i9.554>
- Harja, D, Cames, D, & Sari, D, K (2024), Pengaruh Model Bisnis Digital Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil Sektor Kuliner di Kota Padang : Efek Mediasi dari Pembaruan Bisnis, *Jurnal Publicuho*, 7(3), 1328 – 1342, <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.494>
- Härting, R., Reichstein, C., Laemmle, P., & Sprengel, A. (2019). Potentials of digital business models in the retail industry - Empirical results from european experts. *Procedia Computer Science*, 159, 1053–1062. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.274>
- Hidayati, S.N. (2016). Pengaruh Pendekatan Keras dan Lunak Pemimpin Organisasi terhadap Kepuasan Kerja dan Potensi Mogok Kerja Karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57-66. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164>
- Khamimah, Wninatin (2021), Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia, *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 228-240, <http://dx.doi.org/10.32493/dr.b.v4i3.9676>
- Laila, Sutarman, Hana, Emilia Wori, Sory, Putri, Bello, Yosia (2025), Mengembangkan Minat Wirausaha Anak Muda : Kunci Sukses Entrepreneurship dan Life Skills, *Jurnal of Student Research*, 3(1), 110-119, <https://doi.org/10.55606/jsr.v3i1.3533>
- Maimuna, Fransiska Fitrya, roroa, Nur Alda Fanny, Misrah, Oktavianty, Sigit, Alamsyah (2024), Transformasi Digital dalam Kewirausahaan : Analisis Faktor Penghambat dan Pendorong Perkembangan Ekonomi Digital, *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan dan Riset Ilmu Sosial*, 1(1), 187-198, <https://www.ejurnal.teraskampus.id/index.php/simetris/article/view/224/41>

- Montealegre, R., & Iyengar, K. (2021). Managing digital business platforms: A continued exercise in balancing renewal and refinement. *Business Horizons*, 64(1), 51–59. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.09.003>
- Montealegre, R., & Iyengar, K. (2021). Managing digital business platforms: A continued exercise in balancing renewal and refinement. *Business Horizons*, 64(1), 51–59. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.09.003>
- Nida, S, Nurhakim, A, Istiqomah, J.M.N, & Nursini (2024), Analisis Perkembangan Toko Online (E-Commerce) di Indonesia, *Jurnal Bisnis Digital*, 2(1), 126 – 137, <https://doi.org/10.52060/j-bisdig.v2i1.2180>
- Riswanto, Ari, Joko, Napisah, Siti, Boari, Yoseb, Kusumaningrum, Devy, Nurfaidah, Judijanto, Loso(2024), *Ekonomi Bisnis Digital*, Sonpedia Publishing Indonesia
- Saputra, F, Mahaputra, M.R, & Maharani, A (2023), Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Motivasi dan Minat Berwirausaha (Literature Review), *Jurnal Kewirausahaan dan Multitalenta*, 1(1), <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1.10>
- Sulistiyani, E, Hairunisya N, & Suja'i, I,S (2023), Peran Guru dalam Pembentukan Karakter Kewirausahaan pada Pembelajaran Tatap Muka Terbatas Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan Kelas XI SMKN 2 Boyolangu, *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 11(3), 1018-1026, <https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i3.876>
- Ulfa, Mutia, Serenade, Vincensia, Lailiah, Nita Ilmiyatul, & Ribhi, Ahmad AUFAR (2023), Literasi Kewirausahaan Era Digital, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(9), 6295-6298, <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i9.4851>
- Wulandari, rike, Afdal, Hariko, Rezki (2024), Literasi Digital untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Generasi Z, *Risalah Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 10(3), https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v10i3.1596