

Perbandingan Entrepreneurship antara Generasi Z (*Igeneration*) dan Generasi Milenial

Ariska Dwi Putri¹, Muhammad Giatman²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Universitas Negeri Padang

e-mail: ariskadwi6@gmail.com¹, giatman@ft.unp.ac.id²

Abstrak

Tantangan dan peluang kewirausahaan telah menjadi topik yang semakin menarik untuk dipelajari, terutama dalam konteks Generasi Z (*igeneration*) dan Generasi Milenial. Artikel ini menyajikan tinjauan literatur yang membandingkan entrepreneurship antara Generasi Z dan Generasi Milenial. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kajian literature review untuk mengumpulkan data melalui penelitian terdahulu. Melalui analisis berbagai kajian empiris dan konseptual, artikel ini mengeksplorasi perbedaan dan persamaan motivasi, preferensi bisnis, penggunaan teknologi serta tantangan dan peluang yang dihadapi Generasi Z (*igeneration*) dan Generasi Milenial dalam perjalanan mereka menjadi wirausaha.

Kata kunci: *Entrepreneurship, Igeneration, Generasi Milenial, Perbedaan.*

Abstract

Entrepreneurial challenges and opportunities have become an increasingly interesting topic to study, especially in the context of generation Z (*igeneration*) and the Millennial generation. This article presents insights from literature comparing entrepreneurship between generation i and the millennial generation. This research uses a descriptive approach with a literature review method to collect data through previous research. Through analysis of various empirical studies and contexts, this article explores the differences and similarities in motivation, business preferences, use of technology as well as the challenges and opportunities faced by the Z generation and the millennial generation on their journey to becoming entrepreneurs.

Keywords : *Entrepreneurship, Igeneration, Millennial Generation, Differences.*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan fenomena yang terus berkembang di berbagai negara, termasuk Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah UMKM di Indonesia akan mencapai 64,2 juta unit pada tahun 2023 dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,07% (Novita & Nuriadin, 2023).

Di era yang didominasi oleh kemajuan teknologi dan perubahan sosial yang pesat, model bisnis telah mengalami evolusi yang signifikan. Generasi baru seperti iGeneration dan Millennials, yang tumbuh dalam lanskap digital dan terhubung secara global, telah menjadi fokus perhatian dalam penelitian mengenai perilaku kewirausahaan. Keduanya memiliki pengaruh yang tidak dapat disangkal dalam memahami bagaimana kewirausahaan diintegrasikan, diadaptasi dan dicapai dalam lingkungan yang terus berkembang (Fadilah, Indriwan, Khoirunnisa, & Mulyantini, 2021).

Generasi Z, adalah Generasi yang lahir setelah tahun 1995, tumbuh di zaman yang sangat maju secara teknologi dimana akses terhadap informasi, koneksi sosial, dan platform online menjadi bagian integral dari kehidupan mereka sehari-hari. Sebaliknya, Generasi Milenial, yang lahir antara tahun 1981 dan 1996, mengalami transisi signifikan dari teknologi tradisional ke teknologi digital di masa mudanya. Kedua Generasi ini memiliki pengalaman dan perspektif unik mengenai kewirausahaan, yang tercermin dalam nilai, minat, dan motivasi mereka (Arum, Zahrani, & Duha, 2023).

Lanskap teknologi informasi yang berkembang pesat telah memberikan kontribusi signifikan terhadap fenomena startup. Generasi pertama dan Milenial tumbuh di era di mana Internet, media sosial, dan teknologi lainnya mengubah model bisnis dan membuka peluang baru. Kedua Generasi tersebut tumbuh dalam lingkungan yang memfasilitasi konektivitas global, kemudahan akses informasi, dan penyebaran ide yang cepat (Iswahyud & Iqbal, 2018).

Namun, meskipun kedua Generasi tersebut memiliki latar belakang teknologi yang serupa, namun tetap terdapat perbedaan penting dalam pengalaman, nilai-nilai, dan preferensi antara Generasi Z dan Milenial, yang dapat memengaruhi pandangan mereka terhadap inspirasi bisnis. Misalnya, Generasi Z mungkin cenderung memiliki lebih banyak keterampilan teknologi digital, yang diperlukan untuk memulai bisnis online atau mengembangkan aplikasi, sementara Generasi Milenial mungkin lebih fokus pada keseimbangan kehidupan kerja dan peran sosial bisnis dalam masyarakat.

Perbandingan kewirausahaan Generasi Z dan Milenial merupakan topik penting dalam konteks memahami bagaimana dinamika sosial, teknologi, dan ekonomi memengaruhi cara mereka berinteraksi dengan konsep memulai bisnis. Dalam pendekatan ini, penelitian yang relevan memainkan peran kunci dalam mengidentifikasi perbedaan mendasar, tantangan dan peluang umum yang dapat dieksplorasi untuk mengembangkan potensi kewirausahaan Generasi muda.

Oleh karena itu, memahami perbedaan dan persamaan pendekatan kewirausahaan antara Generasi Z dan Milenial sangat penting dalam merancang strategi pengembangan bisnis, kebijakan kewirausahaan, dan program pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan Generasi muda di era digital. Dengan mengeksplorasi faktor-faktor ini, kita dapat lebih memahami bagaimana memfasilitasi pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di kalangan Generasi Z dan Milenial, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian dan masyarakat secara keseluruhan.

Dalam konteks ini, Pendahuluan ini bertujuan untuk memberikan gambaran landasan kokoh yang mendasari penelitian lebih lanjut dengan mengeksplorasi konteks, relevansi dan kebutuhan untuk memahami perbandingan semangat kewirausahaan antara Generasi Z dan

Generasi Milenial. Melalui pemahaman mendalam mengenai dinamika kewirausahaan antara kedua Generasi Ini, kami berharap dapat memberikan wawasan berharga bagi pengembangan kebijakan, praktik bisnis dan pendidikan kewirausahaan di masa depan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode literature review. Literature review adalah serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data, informasi perpustakaan dengan cara menggali pengetahuan atau pengetahuan dari sumber seperti buku, karya tulis, catatan mata kuliah dan beberapa sumber lain yang mempunyai sesuatu yang berkaitan dengan objek penelitian (Firmansyah, Fadhi, & Rosyidah, 2020).

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kajian literature review untuk mengumpulkan data melalui penelitian terdahulu untuk mengetahui perbandingan entrepreneurship antara Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wirausahawan adalah orang yang mempunyai kemampuan kreatif untuk menciptakan usaha baru dengan berani menerima resiko dan ketidakpastian guna mencapai keuntungan dan pertumbuhan usaha berdasarkan identifikasi peluang dan kemungkinan pemanfaatan sumber daya serta memanfaatkan peluang tersebut (Novita & Nuriadin, 2023).

Menurut (Sugiarti, Ardiani, & Kurnia, 2022), kewirausahaan adalah pekerjaan atau karier yang harus fleksibel dan imajinatif, dengan kemampuan merencanakan, mengambil risiko, memutuskan dan bertindak untuk mencapai tujuan. Syarat berwirausaha adalah menemukan dan mengevaluasi peluang, mengumpulkan sumber daya yang diperlukan dan mengambil tindakan untuk memanfaatkan peluang tersebut.

Kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan kegiatan usaha, kemampuan mengelola sesuatu untuk dimanfaatkan dan dikembangkan agar lebih optimal, serta hal-hal atau upaya-upaya yang dilakukan dalam menciptakan kegiatan atau usaha atau kegiatan komersial berdasarkan kemauan sendiri (Sari & Purnama, 2021).

Dari sudut pandang di atas dapat disimpulkan bahwa Kewirausahaan adalah kegiatan bisnis yang kreatif, beroperasi secara fleksibel dan imajinatif, mampu merencanakan, mengambil risiko, memutuskan dan mengambil tindakan untuk mencapai tujuan. Sebagai generasi yang berbeda masa Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial tentunya memiliki tantangan dan peluang yang berbeda dalam konteks kewirausahaan.

Perbandingan Motivasi Memulai Bisnis Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial

Motivasi didefinisikan sebagai keadaan individu yang menyebabkan mereka berperilaku sedemikian rupa sehingga menjamin tercapainya tujuan (Lubis & Handayani, 2021).

Motivasi berwirausaha adalah keseluruhan motivasi seorang wirausaha yang memunculkan aktivitas wirausaha untuk menjamin kelangsungan aktivitas wirausaha dan memberikan arahan bagi aktivitas wirausaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Venessaar, 2006).

Motivasi berwirausaha adalah suatu kondisi yang mendorong, memotivasi dan mengarahkan keinginan individu untuk berpartisipasi dalam kegiatan wirausaha dengan cara bersikap mandiri, percaya pada diri sendiri, menatap masa depan, dan berani mengambil risiko, kreatif dan menghargai nilai-nilai diri. keinginan untuk berinovasi. Motivasi kewirausahaan mengacu pada dorongan menuju tujuan bisnis (tujuan yang berkaitan dengan persepsi dan pemanfaatan peluang bisnis) (Fadilah, Indriwan, Khoirunnisa, & Mulyantini, 2021).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi berwirausaha adalah suatu kondisi yang mendorong, memotivasi dan mengarahkan keinginan individu untuk berpartisipasi dalam kegiatan wirausaha secara mandiri, percaya pada diri sendiri, egois, berorientasi masa depan, berani mengambil risiko, kreatif. dan menilai keinginan yang tinggi terhadap inovasi, serta profitabilitas dan orientasi keuntungan.

Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial memiliki motivasi yang berbeda dalam memulai bisnis, perbedaan tersebut dapat dilihat pada table 1 di bawah ini.

Tabel 1. Perbandingan Motivasi Memulai Bisnis Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial

Motivasi Generasi Z (igeneration)	Motivasi Generasi Milenial
Aspirasi untuk Berinovasi Generasi Z (igeneration) cenderung memiliki motivasi yang tinggi untuk menggunakan teknologi dan inovasi baru sebagai sarana untuk menciptakan perubahan dalam masyarakat atau bidang tertentu.	Keseimbangan Kerja dan Hidup Generasi milenial seringkali lebih termotivasi untuk fokus menemukan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional mereka. Perusahaan yang memberikan fleksibilitas dan keseimbangan kehidupan kerja merupakan faktor penting dalam motivasi mereka.
Impak Sosial Mereka sering kali termotivasi oleh keinginan untuk menciptakan perubahan yang berdampak positif pada masyarakat, baik melalui solusi teknologi atau model ekonomi baru.	Kepuasan Pribadi Generasi milenial termotivasi oleh keinginan untuk kepuasan pribadi, termasuk pengembangan pribadi, prestasi, dan otonomi di tempat kerja.

Perbandingan Preferensi Industri dan Model Bisnis Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial

Preferensi industri adalah kecenderungan atau keinginan yang dimiliki individu, bisnis, atau pasar terhadap industri atau sektor ekonomi tertentu. Ekonom dan pakar bisnis sering kali mempelajari preferensi industri untuk memahami perilaku konsumen, tren pasar, dan prospek pertumbuhan ekonomi (Diandra, 2019).

Schumpeter memperkenalkan konsep inovasi dan dinamika industri. Menurut Schumpeter, preferensi industri meliputi tren inovasi, perkembangan teknologi dan dinamika perubahan struktural dalam industry (Arum, Zahrani, & Duha, 2023).

Berdasarkan perspektif ini, dapat dipahami bahwa preferensi industri merupakan faktor penting dalam analisis ekonomi dan strategi bisnis. Pelaku usaha memahami tren, tren dan dinamika yang mempengaruhi perilaku bisnis dan konsumen di industri atau sektor ekonomi tertentu. Memahami preferensi industri membantu bisnis merencanakan strategi yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan meningkatkan daya saingnya.

Model bisnis adalah kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana sebuah bisnis menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai di pasar. Pakar bisnis telah menawarkan banyak definisi berbeda tentang model bisnis, dan kesimpulan umum yang dapat diambil adalah bahwa model bisnis merangkum bagaimana perusahaan merencanakan sumber daya, struktur operasional, dan strateginya untuk menghasilkan pendapatan (Diyarthi, Pratama, Jata, & Wiarta, 2023).

Christensen berpendapat bahwa model bisnis adalah kisah yang menjelaskan logika yang digunakan organisasi untuk menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai. Christensen menekankan pentingnya inovasi dalam mengembangkan model bisnis untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah (Peramesti & Kusmana, 2018).

Berdasarkan perspektif ini, model bisnis dapat dipahami sebagai cara perusahaan merencanakan dan mengelola operasinya untuk menciptakan nilai dan menghasilkan keuntungan. Ini melibatkan deskripsi komprehensif tentang strategi, struktur organisasi, dan sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan bisnis. Memahami model bisnis sangat penting untuk mengembangkan strategi bisnis yang efektif yang beradaptasi dengan perubahan pasar dan lingkungan bisnis.

Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial memiliki preferensi industri dan model bisnis yang berbeda dalam memulai bisnis, perbedaan tersebut dapat dilihat pada table 2 di bawah ini.

Tabel 2. Perbandingan Preferensi Industri dan Model Bisnis Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial

Motivasi Generasi Z (igeneration)	Motivasi Generasi Milenial
Industri Teknologi Generasi Z cenderung tertarik pada bidang teknologi seperti pengembangan perangkat lunak, pembuatan aplikasi, dan teknologi canggih lainnya.	Industri Berkelanjutan Generasi milenial cenderung tertarik pada perusahaan yang fokus pada keberlanjutan, seperti energi terbarukan, produk ramah lingkungan, atau industri makanan organik.
Bisnis Daring Generasi Z sering kali lebih menyukai model bisnis online seperti e-commerce, digital, atau platform teknologi. berbasis startup.	Pengalaman Konsumen Generasi milenial lebih tertarik pada bisnis yang menyediakan pengalaman unik bagi konsumen, seperti restoran, kafe, atau perjalanan.

Perbandingan Analisis Pemanfaatan Teknologi dan Inovasi Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial

Penggunaan teknologi pada wirausaha telah menjadi faktor yang sangat penting dalam mengubah lanskap bisnis secara keseluruhan. Teknologi telah membuka pintu bagi

pengusaha dengan modal terbatas untuk memulai bisnisnya sendiri. Dengan biaya infrastruktur yang rendah dan akses Internet yang mudah, individu dapat memulai bisnis dari mana saja dengan koneksi Internet dan komputer atau perangkat seluler. Hal ini meningkatkan skala partisipasi dalam dunia kewirausahaan (Lubis & Handayani, 2021).

Teknologi memungkinkan wirausahawan menciptakan inovasi produk dan layanan dengan lebih cepat dan efisien. Melalui pengembangan aplikasi, perangkat lunak, dan platform online, wirausahawan dapat menghasilkan solusi yang lebih baik dan efisien untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang. Teknologi telah mengubah cara pemasaran dan promosi dilakukan. Pengusaha dapat memanfaatkan media sosial, mesin pencari, dan platform periklanan online untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau khalayak sasaran dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan metode tradisional (Fikri, 2022).

Teknologi telah mengubah cara wirausaha berkolaborasi dan terhubung dengan mitra bisnis, penasihat, dan calon investor. Melalui platform online seperti ruang obrolan, forum industri, dan jaringan profesional, wirausahawan dapat memperluas jaringan mereka dan mengakses sumber daya yang mereka perlukan untuk mengembangkan bisnis mereka. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi pada wirausaha telah membuka peluang baru dan mengubah dunia usaha. Pengusaha yang mampu mengadopsi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi tersebut akan lebih berpeluang sukses dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan selalu berubah.

Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial memiliki analisis pemanfaatan teknologi dan inovasi yang berbeda dalam memulai bisnis, perbedaan tersebut dapat dilihat pada table 3 di bawah ini.

Tabel 3. Perbandingan Analisis Pemanfaatan Teknologi dan Inovasi Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial

Motivasi Generasi Z (igeneration)	Motivasi Generasi Milenial
Memanfaatkan Teknologi Baru Generasi Z memiliki kemampuan teknologi yang kuat dan cenderung menggunakan teknologi terkini dalam bisnisnya, seperti kecerdasan buatan, blockchain, atau realitas virtual.	Integrasi Teknologi yang Tersedia Generasi Milenial tidak begitu paham teknologi seperti Generasi Z, namun mereka cenderung mengintegrasikan teknologi yang ada ke dalam operasional bisnis mereka untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas.
Inovasi Berbasis Teknologi Generasi Z sering kali menciptakan produk atau layanan inovatif berbasis teknologi yang dapat mengubah cara pandang masyarakat. bekerja, belajar, atau berinteraksi.	Inovasi Secara Berkelanjutan Generasi Millenial juga cenderung memperhatikan inovasi berkelanjutan, seperti menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi energi atau mengurangi limbah.

Perbandingan Tantangan dan Peluang Bisnis di Era Digital Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial

Di era digital, bisnis menghadapi banyak tantangan yang unik dan kompleks. Konsumen dapat mengakses informasi dan memilih produk dengan lebih mudah melalui

internet. Hal ini menciptakan tantangan bagi bisnis untuk memahami dan beradaptasi terhadap perubahan perilaku, preferensi, dan harapan konsumen (Firmansyah, Fadhli, & Rosyidah, 2020). Banyak bisnis tradisional harus melakukan transformasi digital agar tetap relevan dalam lingkungan bisnis yang semakin digital. Hal ini melibatkan investasi pada infrastruktur TI, pelatihan karyawan, dan restrukturisasi proses bisnis yang ada (Isabella & Loliyani, 2022).

Meskipun teknologi digital membuka banyak peluang bisnis baru, tantangan bagi beberapa bisnis adalah aksesibilitas dan keterjangkauan teknologi ini, terutama di negara-negara yang kurang terhubung. atau di negara berkembang. Oleh karena itu, tantangan bisnis di era digital mencakup berbagai aspek, mulai dari perubahan perilaku konsumen hingga transformasi teknologi dan keamanan data. Perusahaan yang dapat mengidentifikasi dan mengatasi tantangan ini dengan baik akan memiliki peluang sukses yang lebih besar dalam lingkungan bisnis yang semakin digital dan dinamis.

Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial memiliki tantangan dan peluang bisnis di era digital yang berbeda dalam memulai bisnis, perbedaan tersebut dapat dilihat pada table 4 di bawah ini.

Tabel 4. Perbandingan Tantangan dan Peluang Bisnis di Era Digital Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial

Motivasi Generasi Z (igeneration)	Motivasi Generasi Milenial
Tantangan Tantangan terkait perolehan modal awal dan pengalaman manajemen bisnis.	Tantangan Tantangan terkait menjaga keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional, serta mengatasi persaingan ketat di pasar.
Peluang Peluang untuk merespon dengan cepat untuk beradaptasi terhadap tren teknologi dan perubahan pasar, serta menciptakan produk atau jasa yang mendominasi pasar.	Peluang Peluang untuk menciptakan bisnis yang menganut nilai-nilai sosial dan lingkungan serta mengikuti tren keberlanjutan yang berkembang di era digital ini.

SIMPULAN

Generasi Z (igeneration), adalah Generasi yang lahir setelah tahun 1995, tumbuh di zaman yang sangat maju secara teknologi dimana akses terhadap informasi, koneksi sosial, dan platform online menjadi bagian integral dari kehidupan mereka sehari-hari. Sebaliknya, Generasi Milenial, yang lahir antara tahun 1981 dan 1996, mengalami transisi signifikan dari teknologi tradisional ke teknologi digital di masa mudanya. Kedua Generasi ini memiliki pengalaman dan perspektif unik mengenai kewirausahaan, yang tercermin dalam nilai, minat, dan motivasi mereka. Dalam konteks entrepreneurship Generasi Z (igeneration) dan Generasi Milenial memiliki perbedaan dari segi motivasi untuk memulai bisnis, preferensi industri, model bisnis yang diminati, kemampuan dalam pemanfaatan teknologi dan

kemampuan dalam berinovasi serta menghadapi tantangan dan memiliki peluang yang berbeda di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Arum, L., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59-72.
- Diandra, D. (2019). Program Pengembangan Kewirausahaan Untuk Menciptakan Pelaku Usaha Sosial Yang Kompetitif. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 1343-1347.
- Diwyarthi, N. D., Pratama, W. A., Jata, I. W., & Wiartha, N. G. (2023). Perspektif Gen Z Politeknik Pariwisata Bali terhadap Peranan Sosial Media dalam Mengembangkan Bisnis Kuliner. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(4), 959- 967.
- Fadilah, M. N., Indriwan, N., Khoirunnisa, N., & Mulyantini, S. (2021). Review Faktor Penentu Keputusan Investasi Pada Generasi Z & Millennial. *Jurnal ilmiah manajemen dan kewirausahaan*, 2(1), 17-29.
- Fikri, M. A. (2022). Evaluasi Pelaksanaan Program Kewirausahaan di Sekolah Insan Al Madani Bogor. *Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, dan Agama*, 8(1), 233-240.
- Firmansyah, K., Fadhli, K., & Rosyidah, A. (2020). Membangun Jiwa Entrepreneur Pada Santri Melalui Kelas Kewirausahaan. *Pengabdian Masyarakat Bidang Ekonomi*, 1(1), 28-35.
- Isabella, A. A., & Loliyani, R. (2022). Membangun Jiwa Enterpreneur Pada Generasi Milenial Di Smak Swadhipa Natar Lampung Selatan. *Jurnal pengabdian masyarakat*, 2(5), 248-252.
- Iswahyud, M., & Iqbal, A. (2018). Minat Generasi Milenial untuk Berwirausaha. *Jurnal akutandi dan pendidikan*, 7(2), 95-104.
- Lubis, A. S., & Handayani, R. (2021). *Generasi Z dan Entrepreneurship*.
- Novita, D., & Nuriadin, I. (2023). Implementasi Edupreneurship Untuk Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Teaching Factory Dan Bussines Center Di SMKN 3 Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 707-726.
- Peramesti, N. P., & Kusmana, D. (2018). Kepemimpinan Ideal Pada Era Generasi Milenial. *Jurnal Manajemen Pemerintahan*, 10(1), 73 – 84.
- Sari, S. Y., & Purnama, D. I. (2021). Peran Generasi Milenial Dalam Pemulihan Dunis Bisnis Melalui Kewirausahaan Di Era Pasca Pandemi. *SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPERHUBISINTEK*, 1363-1366.
- Sugiarti, R., Ardiani, G. T., & Kurnia, D. (2022). Pendidikan Kewirausahaandan Digitalisasi: Tantangan yang menjadiPeluangbagi Milenial di Era Normal Baru. 1, 1-9.