

TRANSFORMASI TEKNOLOGI PADA WIRAUSAHA GENERASI Z DALAM KONTEKS MODERNISASI DI BLOK M JAKARTA SELATAN

Muhammad Qo'imuddin Tajul Qulub¹, Nazwa Kamilia Septiani², Maulia Febrikha Athasya³, Laisya Ramadhanti⁴, Teguh Pangestu⁵, Siti Fadilah⁶, Aliviko Adi Wibowo⁷, Aqila Sahla Fadhilatunnisa⁸
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

ARTICLE INFO

Article history:

Received Januari 2025

Revised Januari 2025

Accepted Januari 2025

Available online Januari 2025

E-mail :

muh.qoimuddin321@gmail.com

Abstract

Modernization has brought significant changes in various aspects of life, including the mindset and lifestyle of the younger generation. One of the prominent phenomena is the increasing interest of Generation Z in entrepreneurship as part of a modern lifestyle. Generation Z consists of individuals born between 1995 and 2012, known as a group that is adaptive to digital technology and has a strong orientation towards freedom, creativity, and innovation in the field of entrepreneurship. Entertainment areas such as Blok M in South Jakarta have become one of the centers of activity for Generation Z, reflecting a modern entrepreneurial lifestyle. Blok M is known as a creative space with various

facilities such as culinary centers, themed cafes, and cultural arts activity centers. The area offers an environment that supports entrepreneurship among young people. In addition, the development of digital technology such as social media has become an important tool for Generation Z to start and grow their businesses. Modernization not only affects the way Generation Z runs businesses but also shapes their perception of entrepreneurship. For them, entrepreneurship is not just an economic activity, but a part of their identity and lifestyle. However, modernization also presents challenges, such as tight market competition, dependence on technology, and the need for continuous innovation. This research aims to examine how modernization affects the entrepreneurial lifestyle of Generation Z in Blok M, as well as to identify the supporting and inhibiting factors in the process. By understanding these dynamics, it is hoped that this research can contribute to the development of a more inclusive and sustainable entrepreneurial ecosystem in the Blok M area.

Keywords: Modernization, entrepreneurship, Generation Z.

Abstrak

Modernisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pola pikir dan gaya hidup generasi muda. Salah satu fenomena yang menonjol adalah meningkatnya minat Generasi Z terhadap kewirausahaan sebagai bagian dari gaya hidup modern. Generasi Z merupakan individu yang lahir antara tahun 1995 hingga 2012, dikenal sebagai kelompok yang adaptif terhadap teknologi digital dan memiliki orientasi yang kuat terhadap kebebasan, kreativitas, dan inovasi dalam bidang kewirausahaan. Kawasan hiburan seperti Blok M, Jakarta Selatan, menjadi salah satu pusat aktivitas Generasi Z yang menggambarkan gaya hidup kewirausahaan modern. Blok M yang dikenal sebagai ruang kreatif dengan berbagai fasilitas seperti pusat kuliner, kafe tematik, dan pusat kegiatan seni budaya. Kawasan tersebut menawarkan lingkungan yang mendukung kewirausahaan di kalangan anak muda. Selain itu, perkembangan teknologi digital seperti media sosial menjadi alat penting bagi Generasi Z untuk memulai dan mengembangkan usaha mereka. Modernisasi tidak hanya memengaruhi cara Generasi Z menjalankan bisnis, tetapi juga membentuk persepsi mereka terhadap kewirausahaan. Bagi mereka, kewirausahaan bukan semata aktivitas ekonomi, melainkan bagian dari identitas diri dan gaya hidup. Namun, modernisasi juga menghadirkan

tantangan, seperti persaingan pasar yang ketat, ketergantungan pada teknologi, dan kebutuhan untuk terus berinovasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana modernisasi memengaruhi gaya hidup kewirausahaan Generasi Z di Blok M, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam proses tersebut. Dengan memahami dinamika ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekosistem kewirausahaan yang lebih inklusif dan berkelanjutan di kawasan Blok M.

Kata kunci: Modernisasi, Kewirausahaan, Generasi Z.

PENDAHULUAN

Transformasi digital di Indonesia merupakan kebijakan strategis pemerintah untuk mendorong masyarakat dan pelaku usaha memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Teknologi informasi dan komunikasi kini menjadi elemen utama dalam meningkatkan daya saing nasional di era *Society 5.0*, yang merupakan kelanjutan dari Revolusi Industri 4.0. Perubahan ini menciptakan peluang besar bagi berbagai sektor, terutama ekonomi kreatif, yang diakui memiliki potensi signifikan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pelaku usaha dapat memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan menciptakan inovasi yang relevan dengan tuntutan zaman (Aminah & Saksono, 2021). Salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional di Indonesia adalah sektor ekonomi kreatif seperti berwirausahaan.

Dalam beberapa dekade terakhir, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara orang berinteraksi, bekerja, dan berbisnis. Transformasi ini tidak hanya mencakup penerapan alat-alat baru, tetapi juga melibatkan perubahan mendalam dalam model bisnis, proses operasional, dan strategi pemasaran. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menghadirkan alat dan platform yang tidak hanya mempermudah kehidupan sehari-hari, tetapi juga membuka peluang baru dalam berbagai bidang, termasuk kewirausahaan. Teknologi seperti media sosial, *e-commerce*, *cloud computing*, hingga *artificial intelligence* telah mengubah cara individu menjalankan bisnis, menciptakan model kewirausahaan yang lebih efisien, inovatif, dan terintegrasi dengan perkembangan zaman. (Mariam dan Yuliani, 2022) mengungkapkan Transformasi teknologi ini memungkinkan proses bisnis menjadi lebih fleksibel, hemat biaya, dan mampu menjangkau audiens global. Informasi teknologi berfungsi sebagai sarana penting dalam mendukung keberlanjutan bisnis dan memainkan peran krusial untuk semua tingkatan usaha. Salah satu bentuk penerapan teknologi informasi dalam dunia bisnis adalah melalui platform digital, yang dikenal sebagai *e-commerce*, yang menjadi elemen utama dalam menyediakan akses pasar yang lebih luas dan terarah (Hasanah dkk., 2020).

Wirausaha sebagai salah satu pilar penting ekonomi, turut mengalami pergeseran paradigma akibat dampak transformasi teknologi. Kewirausahaan modern tidak lagi bergantung pada metode tradisional, tetapi memanfaatkan teknologi untuk menciptakan nilai tambah yang lebih besar. Digitalisasi telah mengubah cara pelaku usaha mengidentifikasi peluang, mengelola sumber daya, dan menjangkau konsumen. Penggunaan teknologi digital, seperti platform *e-commerce*, telah memberikan pelaku usaha akses ke pasar yang lebih luas, sementara media sosial memungkinkan pemasaran yang lebih personal dan interaktif. Dengan kata lain, teknologi menjadi katalisator dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang lebih inklusif dan kompetitif.

Generasi Z atau sering disingkat sebagai Gen Z, secara umum merujuk pada kelompok individu yang lahir setelah pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an. Gabrielova dan Buchko (2021) menyebutkan bahwa Generasi Z lahir antara tahun 1995 hingga 2012. Generasi Z, yang lahir dan tumbuh dalam ekosistem digital, memiliki keunggulan kompetitif dalam memanfaatkan teknologi untuk menciptakan dan mengelola bisnis. Generasi ini dikenal dengan karakteristik adaptif, kreatif, dan cerdas teknologi, menjadikan mereka pelaku utama

transformasi di sektor kewirausahaan. Mereka mampu mengintegrasikan teknologi dalam setiap aspek bisnis, mulai dari desain produk, pemasaran, hingga analisis data untuk pengambilan keputusan strategis. Dengan pemahaman mendalam terhadap teknologi, Generasi Z dapat menciptakan model bisnis yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar modern, seperti bisnis berbasis platform digital, jasa kreatif, hingga produk yang mengedepankan keberlanjutan.

Blok M, Jakarta Selatan, menjadi salah satu lokasi yang merepresentasikan dinamika integrasi teknologi dalam kewirausahaan Generasi Z. Sebagai pusat aktivitas ekonomi dan budaya, Blok M menyediakan ekosistem yang mendukung eksplorasi potensi generasi muda. Generasi Z di kawasan ini memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan inovasi bisnis yang beragam. Mereka menggunakan media sosial untuk pemasaran yang efektif, mengelola transaksi melalui platform *e-commerce*, hingga menciptakan produk dan layanan berbasis tren modern. Lingkungan ini memungkinkan Generasi Z untuk berkolaborasi, berbagi ide, dan belajar dari komunitas kreatif yang ada di kawasan tersebut. Media *e-commerce* pada intinya memiliki arti sebagai sebuah sistem pembelian atau penjualan secara elektronik dengan seluruh rangkaian proses melalui jaringan internet (Mauluddin, 2019).

Dalam konteks modernisasi, integrasi teknologi dengan kewirausahaan Generasi Z tidak hanya menghasilkan inovasi tetapi juga menciptakan tren bisnis baru yang mencerminkan gaya hidup digital. Teknologi memungkinkan pelaku usaha untuk menghadirkan produk yang relevan, memaksimalkan efisiensi operasional, dan menjangkau pasar global. Modernisasi dalam hal ini tidak hanya berkaitan dengan teknologi, tetapi juga mencakup pola pikir, strategi, dan pendekatan yang lebih progresif dalam menjalankan bisnis. Dengan memanfaatkan teknologi, Generasi Z mampu mengatasi tantangan seperti persaingan ketat, perubahan preferensi konsumen, hingga keterbatasan sumber daya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami transformasi teknologi yang diterapkan oleh wirausahawan generasi Z dalam konteks modernisasi usaha mereka di Taman Literasi Martha Christina Tiahahu yang terletak di kawasan Blok M, Jakarta Selatan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran yang mendalam mengenai pengaruh teknologi terhadap perkembangan usaha dan adaptasi wirausahawan muda dalam lingkungan yang terus berkembang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan tiga kelompok informan kunci, yaitu komunitas wirausahawan, pemilik usaha generasi Z, dan pengunjung atau konsumen yang berinteraksi langsung dengan teknologi dalam bisnis di Blok M. (Creswell, 2019) Menggambarkan makna umum beberapa individu dalam pengalaman hidupnya terkait dengan berbagai konsep atau fenomena. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pandangan, pengalaman, serta persepsi mereka terkait penggunaan teknologi dalam operasional usaha dan pengaruhnya terhadap dinamika pasar. Selain itu, observasi dilakukan di lokasi untuk melihat secara langsung penerapan teknologi dalam interaksi wirausahawan dengan pelanggan, serta untuk memantau proses modernisasi yang terjadi dalam kegiatan usaha mereka. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yang memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola-pola, tema, dan hubungan antar elemen yang mempengaruhi transformasi teknologi dalam konteks modernisasi usaha wirausahawan generasi Z di Blok M.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi teknologi telah membawa dampak yang luar biasa terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk kewirausahaan. Generasi Z, yang merupakan generasi yang tumbuh di era digital, sangat akrab dengan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Di kawasan Blok M, Jakarta Selatan, perubahan ini terlihat jelas dalam cara Generasi Z memanfaatkan teknologi untuk memulai dan mengelola bisnis mereka. Transformasi digital

yang begitu pesat memungkinkan mereka untuk berwirausaha dengan lebih mudah, fleksibel, dan efisien, serta membuka peluang pasar yang lebih luas. Teknologi memberi mereka akses tak terbatas ke platform digital, *e-commerce*, dan media sosial yang tidak hanya mendukung operasional bisnis mereka tetapi juga menjadi sarana untuk membangun identitas merek mereka secara mandiri.

Salah satu faktor utama yang mendorong Generasi Z untuk memilih jalur kewirausahaan adalah keinginan untuk mencapai kemandirian finansial dan kebebasan dalam mengelola waktu dan usaha. Mereka melihat kewirausahaan sebagai peluang untuk mengambil kendali penuh atas hidup mereka, termasuk dalam aspek profesional dan pribadi. Hal ini sesuai dengan pandangan (Farisi et al., 2021) yang menyatakan bahwa faktor psikologis, seperti keyakinan bahwa individu memiliki kendali penuh atas keputusan yang mereka ambil, berperan penting dalam membentuk niat kewirausahaan. Generasi Z, yang terbiasa dengan teknologi, seringkali melihat bisnis sebagai jalan untuk memperoleh kebebasan finansial dan kehidupan yang lebih seimbang. Dengan adanya teknologi, mereka dapat mengatur waktu dan sumber daya mereka dengan lebih fleksibel tanpa harus terikat pada pekerjaan yang mengharuskan mereka untuk berada di satu tempat dan mengikuti rutinitas tertentu.

Selain itu, salah satu faktor pendorong utama kewirausahaan di Blok M adalah keberadaan komunitas kreatif yang sangat mendukung. Komunitas-komunitas ini memberikan ruang bagi Generasi Z untuk berbagi ide, berkolaborasi, dan saling memberi dukungan. Keberadaan komunitas kreatif di Blok M sangat mendorong wirausahawan muda untuk lebih berani mengambil langkah dalam memulai usaha mereka, karena mereka tidak merasa sendirian dalam perjalanan kewirausahaan ini. Dengan dukungan komunitas, mereka dapat mengakses berbagai sumber daya yang dibutuhkan, mulai dari inspirasi, jaringan bisnis, hingga pengetahuan tentang teknologi dan pemasaran. Hal ini membuat mereka lebih siap untuk menghadapi tantangan yang muncul, termasuk dalam hal pendanaan, promosi, dan distribusi produk.

Dalam konteks ini, teknologi digital menjadi salah satu faktor utama yang memotivasi Generasi Z untuk terjun ke dunia kewirausahaan. Teknologi tidak hanya memfasilitasi mereka dalam hal operasional bisnis, tetapi juga memberikan kemudahan dalam hal pemasaran dan akses ke pasar yang lebih luas. Seperti yang diungkapkan oleh (Nambisan, 2017), platform digital seperti media sosial dan *e-commerce* memungkinkan pengusaha untuk menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, serta mengoptimalkan proses distribusi dengan lebih efisien. Dengan menggunakan platform seperti Instagram, TikTok, dan *e-commerce*, wirausahawan muda dapat memperkenalkan produk mereka ke pasar global tanpa batasan fisik. Hal ini menjadi peluang besar bagi mereka yang memiliki keterbatasan modal atau lokasi fisik untuk memulai usaha, karena mereka dapat memasarkan produk mereka secara virtual dan mengurangi pengeluaran operasional yang tinggi.

Tidak hanya media sosial dan *e-commerce* yang berperan penting, tetapi juga perkembangan teknologi terkait infrastruktur digital turut mendukung kegiatan kewirausahaan Generasi Z. Infrastruktur digital yang ada, yang meliputi perangkat lunak, aplikasi, dan sistem digital, memungkinkan pengusaha muda untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih baik. (Elia et al., 2020) menyatakan bahwa infrastruktur digital memberi kemampuan kepada wirausahawan untuk berkomunikasi, berkolaborasi, dan mengelola bisnis dengan lebih efisien. Dalam konteks Blok M, pengusaha muda memanfaatkan perangkat digital seperti aplikasi akuntansi, sistem manajemen inventaris, dan alat pemasaran online untuk menjalankan usaha mereka. Infrastruktur digital ini memberi mereka keunggulan kompetitif dalam pasar yang semakin modern dan digital, serta memungkinkan mereka untuk berinovasi dalam menciptakan produk atau layanan yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen.

Di samping itu, Generasi Z juga menunjukkan kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap tren pasar yang terus berubah, salah satunya dalam sektor bisnis kreatif seperti kuliner, fashion, dan layanan digital. Di Blok M, pengusaha muda dengan cepat beradaptasi dengan tren

yang berkembang, seperti *Cafe pop-up*, makanan estetik, dan *fashion* lokal yang sesuai dengan preferensi konsumsi mereka. (Khoirun dan Qalyubi, 2021) menyatakan bahwa gaya hidup yang semakin modern memengaruhi perilaku konsumen dan keputusan pembelian. Dalam hal ini, Generasi Z cenderung memilih produk yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memiliki nilai keberlanjutan dan keunikan. Pengusaha muda di Blok M telah memanfaatkan teknologi untuk menciptakan produk dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai tersebut, dengan memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan dan mendistribusikan produk mereka.

Meskipun teknologi memberikan banyak peluang, Generasi Z juga menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan bisnis mereka. Salah satu tantangan terbesar adalah keterbatasan pengalaman dalam hal manajemen bisnis, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Banyak wirausahawan muda yang terjun ke dunia bisnis tanpa memiliki pengetahuan yang cukup dalam hal ini, yang dapat menghambat perkembangan usaha mereka. Selain itu, akses terbatas ke modal juga menjadi kendala besar bagi mereka yang ingin memulai usaha. (Koto & Wansa, 2019) menyatakan bahwa generasi Z sering kali mengalami kesulitan dalam memperoleh modal awal untuk memulai usaha mereka, serta menghadapi tekanan dalam berkompetisi di pasar yang semakin ketat. Teknologi, meskipun membuka banyak peluang, juga membawa tantangan dalam hal persaingan yang semakin ketat di dunia digital. Pengusaha muda harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan cepat agar dapat bertahan dan berkembang.

Namun demikian, meskipun menghadapi tantangan tersebut, Generasi Z di Blok M memiliki banyak peluang untuk sukses berkat kreativitas, kemampuan teknologi, serta dukungan dari komunitas dan program pelatihan yang tersedia. Mereka dapat memanfaatkan berbagai sumber daya digital untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan produk yang lebih inovatif. Seperti yang dinyatakan oleh (Zimmerer, 2008) dalam (Citrawati Jatiningrum, 2021), kewirausahaan merupakan penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang yang ada. Dalam konteks ini, teknologi digital menawarkan banyak peluang bagi generasi ini untuk menciptakan bisnis yang tidak hanya inovatif tetapi juga berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan pasar yang terus berubah.

Transformasi teknologi telah mengubah cara Generasi Z di Blok M dalam menjalankan dan mengembangkan usaha mereka. Dengan memanfaatkan platform digital dan infrastruktur teknologi yang ada, mereka tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi operasional bisnis mereka, tetapi juga berinovasi dalam menciptakan produk dan layanan yang lebih relevan dan menarik bagi konsumen modern. Meskipun menghadapi tantangan dalam hal modal, pengalaman, dan persaingan yang ketat, teknologi memberikan mereka peluang besar untuk berwirausaha di era digital ini, menciptakan ekosistem bisnis yang lebih inklusif, fleksibel, dan inovatif.

Transformasi teknologi juga memberikan dampak yang signifikan dalam pengembangan kewirausahaan di kalangan Generasi Z. Teknologi tidak hanya memungkinkan mereka untuk mengakses pasar global tetapi juga menciptakan peluang inovasi dalam model bisnis mereka. Generasi Z yang terampil dalam teknologi dapat memanfaatkan berbagai platform digital untuk menjalankan dan mengembangkan usaha mereka dengan efisien. Sejalan dengan itu, teknologi membantu para wirausahawan muda ini untuk tetap relevan dengan tren pasar dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi di dunia bisnis.

Kewirausahaan dan teknologi saling terkait erat, terutama dalam konteks perkembangan bisnis di era digital. Teknologi memberikan berbagai alat dan sumber daya yang sangat penting bagi wirausahawan untuk mengoptimalkan berbagai aspek bisnis mereka, mulai dari pemasaran, pengelolaan keuangan, hingga distribusi produk. Dengan demikian, pengusaha muda yang dapat memanfaatkan teknologi dengan baik akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar di pasar yang semakin kompetitif.

Secara keseluruhan, kombinasi antara transformasi teknologi dan semangat kewirausahaan di kalangan Generasi Z telah menciptakan ekosistem yang kondusif bagi perkembangan bisnis. Dengan adanya dukungan komunitas, infrastruktur digital, dan pemanfaatan platform digital, Generasi Z di Blok M memiliki peluang besar untuk terus berkembang dan menciptakan bisnis yang inovatif dan berkelanjutan di masa depan.

KESIMPULAN

Transformasi teknologi telah membawa dampak signifikan bagi kewirausahaan, terutama bagi Generasi Z yang tumbuh dalam era digital. Di Blok M, Jakarta Selatan, generasi muda ini memanfaatkan teknologi untuk menciptakan peluang bisnis yang lebih fleksibel dan efisien. Teknologi memberi mereka akses mudah ke platform digital dan *e-commerce*, memungkinkan mereka untuk memasarkan produk secara global tanpa batasan geografis, sekaligus mengurangi pengeluaran operasional. Ini memberi mereka kesempatan untuk membangun identitas merek mereka secara mandiri, sambil tetap berinovasi dalam menciptakan produk yang relevan dengan kebutuhan pasar.

Motivasi utama Generasi Z untuk berwirausaha adalah keinginan untuk meraih kemandirian finansial dan kebebasan dalam mengelola waktu serta usaha mereka. Keinginan ini didorong oleh keyakinan mereka bahwa kewirausahaan adalah jalan untuk mencapai keseimbangan kehidupan pribadi dan profesional. Selain itu, keberadaan komunitas kreatif di Blok M memainkan peran penting dalam memberikan dukungan dan ruang kolaborasi yang memotivasi mereka untuk memulai dan mengembangkan bisnis.

Meskipun teknologi memberi banyak peluang, tantangan seperti keterbatasan pengalaman dalam manajemen bisnis dan kesulitan dalam memperoleh modal tetap menjadi hambatan. Namun, dengan kreativitas yang tinggi dan kemampuan beradaptasi terhadap teknologi, Generasi Z mampu mengatasi tantangan ini dan terus berinovasi. Dukungan dari komunitas kreatif dan program pelatihan bisnis membantu mereka meningkatkan keterampilan dan memperluas jaringan bisnis, membuka jalan bagi kesuksesan kewirausahaan.

Secara keseluruhan, transformasi teknologi dan semangat kewirausahaan Generasi Z di Blok M menciptakan ekosistem bisnis yang inklusif dan dinamis. Teknologi memberikan mereka alat dan sumber daya yang sangat dibutuhkan untuk menciptakan bisnis yang lebih efisien, relevan, dan berkelanjutan. Dalam menghadapi tantangan yang ada, mereka dapat memanfaatkan peluang digital untuk berkembang dan berinovasi, menciptakan peluang yang tidak hanya menguntungkan bagi mereka tetapi juga bagi perekonomian lokal dan global.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhimah, S. (2022). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, 57-62.
- Aurelia, J. (2020, Desember 15). *M Bloc Space dan Kembalinya Gairah Nongkrong Anak Muda Jakarta*. Diambil kembali dari Tirto.id: <https://tirto.id/m-bloc-space-dan-kembalinya-gairah-nongkrong-anak-muda-jakarta-fHLd>
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 27-40.
- Dewi, I. C., & Hartiningtyas, L. (2022). PENGARUH FOTO PRODUK, LOKASI, DAN PENGALAMAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA KHOYIIR STORE TULUNGAGUNG. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1-12.
- Dewi, K. J., & Yulianthini, N. N. (2024). PENGARUH GAYA HIDUP DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN MELALUI GRABFOOD PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1-9.
- Elu, D., Pratiwi, D., & Hakim, L. (2024). Membangun Jiwa Entrepreneurship Mahasiswa, Melalui Bisnis Teknologi Digital. *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 49-56.
- Hilmiyah, F. (2024, Desember 25). *Gen Z Entrepreneur: Peran #UangKita Mengubah Tantangan Menjadi Peluang Bisnis*. Diambil kembali dari Kompas.com: https://www.kompasiana.com/fadilatulhilmiyah1525/676c310b34777c32a900e1d3/gen-z-entrepreneur-peran-uangkita-mengubah-tantangan-menjadi-peluang-bisnis#goog_rewarded
- Khairunnisa, R., Putri, M. Z., & dkk. (2022). Internet Addiction Disorder Pada Generasi-Z Di Era Modernisasi. *PROCEEDING CONFERENCE ON PSYCHOLOGY AND BEHAVIORAL SCIENCES*, 73-77.
- Labamu. (2024, September 3). *Contoh Bisnis Kreatif 2024, Cocok untuk Milenial dan Gen Z!* Diambil kembali dari Labamu : Tumbuh Bersama: <https://www.labamu.co.id/article/contoh-bisnis-kreatif-2024-cocok-untuk-milenial-dan-gen-z>
- Lubis, A. S., & Handayani, R. (2022). *GENERASI Z DAN ENTREPRENEURSHIP. Studi Teoretis Minat Generasi Z dalam Berwirausaha*. Kota Bogor: Bypass.
- Margahana, H., & Triyanto, E. (2019). MEMBANGUN TRADISI ENTREPRENEURSHIP PADA MASYARAKAT. *Edunomika*, 300-309.
- Mukrodi, Wahyudi, Sugiarti, E., Wartono, T., & Martono. (2021). Membangun Jiwa Usaha Melalui Pelatihan Kewirausahaan. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 11-18.
- Novrizaldi. (2023, November 13). *Kewirausahaan Pemuda Berperan Untuk Wujudkan Indonesia Maju*. Diambil kembali dari KEMENKO PMK: <https://www.kemenkopmk.go.id/kewirausahaan-pemuda-berperan-untuk-wujudkan-indonesia-maju>
- Okvitasari, H., & Wahyuningsih, I. E. (2019). PENERAPAN KONSEP VINTAGE PADA DESAIN INTERIOR PUSAT FASHION DI SURAKARTA. 1-14.
- Pohan, M., & Rialdy, N. (2024). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU GEN Z DALAM MENENTUKAN BISNIS YANG DIMINATI SEBAGAI USAHA KECIL. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 295-302.
- Radiansyah, E. (2022). PERAN DIGITALISASI TERHADAP KEWIRAUSAHAAN DIGITAL: TINJAUAN LITERATUR DAN ARAH PENELITIAN MASA DEPAN. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI*, 828-837.

- Rahadi, G. (2024, September 17). *Kawasan Blok M Jadi Melting Pot Generasi Z di Jakarta*. Diambil kembali dari bisnisjakarta: <https://bisnisjakarta.co.id/kawasan-blok-m-jadi-melting-pot-generasi-z-di-jakarta/>
- Rahadi, G. (2024, September 17). *Kawasan Blok M Jadi Melting Pot Generasi Z di Jakarta*. Diambil kembali dari BISNISJAKARTA.co.id: <https://bisnisjakarta.co.id/kawasan-blok-m-jadi-melting-pot-generasi-z-di-jakarta/>
- Saputra, F., Mahaputra, M. R., & Maharani, A. (2023). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Motivasi dan Minat Berwirausaha (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta (JKMT)*, 42-53.
- Sawitri, D. R. (2022). Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan dan Strategi dalam Mewujudkan SDM Indonesia yang Unggul. 147-200.
- Simbolon, I. P., Christanto, B., Wardhana, A., & Ronaldo, L. S. (2023). E COMMERCE SEBAGAI MEDIA INOVASI BISNIS DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN KALANGAN GENERASI MUDA. *PROSENAMA*, 42-52.
- Subhan, M. N., Andhyka, B., & dkk. (2024). MENDORONG KEWIRAUSAHAAN GEN Z DENGAN MENGOPTIMALKAN SOSIAL MEDIA. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*, 166-171.
- Susanto, A. A. (2024, Juni 5). *Menggiatkan Kewirausahaan Generasi Z*. Diambil kembali dari detikNews: <https://news.detik.com/kolom/d-7375629/menggiatkan-kewirausahaan-generasi-z>