

Pengembangan Bisnis di Kalangan Anak Muda Sumbawa

Fadli Faturrahman *

Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

Email: fadli.faturrahman@uts.ac.id

Alamat Kampus: Jl. Raya Olat Maras Batu Alang Kec. Moyo Hulu Sumbawa

Korespondensi penulis : fadli.faturrahman@uts.ac.id *

Abstract: Business development among young people is a growing phenomenon, especially in the creative industry and technology sectors. This research aims to explore the factors that affect the development of young people's businesses, the challenges they face, and the strategies used to overcome these obstacles. The research method used is a qualitative approach with in-depth interviews and participatory observation of 10 young entrepreneurs in Sumbawa. The results of the study show that personal motivation, such as love for the field and the desire to contribute to social change, is the main driver of young entrepreneurs to start a business. However, the biggest challenges faced are limited capital, lack of managerial skills, and difficulties in managing market risks. Digital technology is a major factor in overcoming these challenges, especially in terms of marketing and market reach. In addition, the role of mentors and entrepreneurial communities proves to be crucial for providing practical support and expanding networks. This research suggests the need to increase access to financing, more applicable entrepreneurship training, and more supportive government policies to create a conducive entrepreneurial ecosystem.

Keywords: Business development, young people, entrepreneurship, challenges, technology.

Abstrak: Pengembangan bisnis di kalangan anak muda menjadi fenomena yang semakin berkembang, terutama di sektor industri kreatif dan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan bisnis anak muda, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang digunakan untuk mengatasi hambatan tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap 10 pengusaha muda di Sumbawa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi pribadi, seperti kecintaan terhadap bidang yang digeluti dan keinginan untuk berkontribusi pada perubahan sosial, menjadi pendorong utama pengusaha muda untuk memulai usaha. Namun, tantangan terbesar yang dihadapi adalah keterbatasan modal, kurangnya keterampilan manajerial, serta kesulitan dalam mengelola risiko pasar. Teknologi digital menjadi faktor utama dalam mengatasi tantangan ini, terutama dalam hal pemasaran dan jangkauan pasar. Selain itu, peran mentor dan komunitas kewirausahaan terbukti sangat penting untuk memberikan dukungan praktis dan memperluas jaringan. Penelitian ini menyarankan perlunya peningkatan akses pembiayaan, pelatihan kewirausahaan yang lebih aplikatif, serta kebijakan pemerintah yang lebih mendukung untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan yang kondusif.

Kata kunci: Pengembangan bisnis, anak muda, kewirausahaan, tantangan, teknologi.

1. LATAR BELAKANG

Perekonomian global pada era modern ini menunjukkan perubahan signifikan yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu sektor yang berkembang pesat adalah kewirausahaan, di mana anak muda menjadi aktor utama dalam memunculkan ide bisnis baru yang berpotensi merubah lanskap ekonomi (Yusuf & Sarwono, 2020). Pengembangan bisnis anak muda tidak hanya penting bagi ekonomi lokal, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap penciptaan lapangan pekerjaan baru, pemberdayaan masyarakat, serta peningkatan inovasi dalam industri.

Banyaknya tantangan yang dihadapi anak muda dalam dunia bisnis seperti akses ke modal, keterbatasan pengalaman, serta dukungan pasar, mendorong perlunya strategi pengembangan yang tepat guna. Penelitian oleh Mahmud & Anwar (2021) menunjukkan bahwa keterbatasan modal dan pengetahuan tentang manajemen bisnis menjadi kendala utama bagi pengusaha muda, yang membutuhkan pendekatan inovatif dalam memecahkan masalah tersebut. Salah satu faktor utama yang mendukung kesuksesan bisnis anak muda adalah karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh individu tersebut. Penelitian oleh Dewi & Suryani (2023) menyebutkan bahwa anak muda yang memiliki sifat kreatif, adaptif, dan berani mengambil risiko cenderung lebih sukses dalam mengelola bisnis. Selain itu, pembekalan pendidikan kewirausahaan di tingkat pendidikan tinggi juga menjadi faktor penting dalam membentuk pola pikir kewirausahaan sejak dini.

Namun, untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, peran mentor dan komunitas kewirausahaan sangat diperlukan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo et al. (2020), dukungan dari mentor yang berpengalaman dalam bisnis dapat membantu anak muda dalam mengambil keputusan strategis yang tepat, serta menghindari kesalahan umum yang sering dilakukan oleh pengusaha pemula. Penggunaan teknologi sebagai bagian dari strategi bisnis juga menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan usaha anak muda. Penelitian oleh Hidayat & Rahman (2021) menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi tidak hanya mempercepat proses produksi, tetapi juga meningkatkan efektivitas pemasaran dan distribusi produk. Hal ini memberikan keuntungan kompetitif bagi pengusaha muda yang mampu memanfaatkan teknologi dengan baik.

Di sisi lain, aspek psikologis juga memainkan peran besar dalam perjalanan bisnis anak muda. Studi kualitatif oleh Santoso & Widodo (2024) menunjukkan bahwa motivasi internal dan dukungan sosial dapat memperkuat ketahanan mental seorang pengusaha muda dalam menghadapi tekanan bisnis. Anak muda yang memiliki mental kuat lebih mampu bertahan dalam situasi sulit dan tetap berfokus pada tujuan jangka panjang. Meskipun demikian, faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah dan kondisi pasar juga mempengaruhi keberhasilan bisnis anak muda. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wijaya et al. (2023), pemerintah yang memberikan insentif pajak, pelatihan, serta akses ke fasilitas permodalan dapat mempercepat proses pengembangan bisnis oleh anak muda. Berbagai faktor tersebut menjelaskan mengapa pengembangan bisnis anak muda membutuhkan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi. Menurut penelitian oleh Karim & Nurwati (2022), faktor-faktor internal dan eksternal yang saling berinteraksi memiliki dampak langsung terhadap keberlanjutan dan perkembangan bisnis anak muda. Pengembangan bisnis anak muda juga

tidak terlepas dari pentingnya inovasi yang menjadi kunci utama dalam menciptakan produk atau layanan yang dapat bersaing di pasar. Penelitian oleh Setiawan & Halim (2021) menunjukkan bahwa bisnis anak muda yang fokus pada inovasi produk dan strategi pemasaran lebih mampu bertahan dalam pasar yang penuh dengan persaingan ketat.

Dalam konteks ini, pengembangan jaringan dan hubungan bisnis yang solid juga menjadi faktor penting dalam membangun reputasi dan kepercayaan di pasar. Penelitian oleh Wulandari & Firdaus (2020) mengungkapkan bahwa bisnis anak muda yang mampu membangun hubungan baik dengan pelanggan, mitra bisnis, serta komunitas kewirausahaan cenderung lebih mampu berkembang dan bertahan dalam waktu yang lama. Pengembangan bisnis anak muda juga memerlukan pendidikan dan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan perkembangan teknologi yang terus berubah. Menurut Rina & Rahmat (2022), kurikulum pendidikan yang berbasis pada keterampilan praktis dan pengetahuan terkini mengenai dunia bisnis akan lebih efektif dalam mempersiapkan anak muda untuk menghadapi tantangan dalam berwirausaha. Secara keseluruhan, pengembangan bisnis anak muda merupakan langkah penting dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang diatas berbagai masalah dihadapi anak muda dalam pengembangan bisnisnya yaitu motivasi, keterbatasan modal, penggunaan teknologi digital, pengalaman berbisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor faktor yang mempengaruhi pengembangan bisnis anak muda, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang digunakan untuk mengatasi hambatan tersebut.

Kebaruan dalam penelitian ini adalah kurangnya literature yang membahas tentang pengembangan bisnis di kalangan anak muda yang berlokasi di Sumbawa.

2. KAJIAN TEORITIS

Kreativitas dan Inovasi

Menurut Salim (2022) kreativitas adalah proses berpikir yang memungkinkan individu untuk menghasilkan ide-ide baru atau solusi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar tetapi juga membawa perubahan positif dalam kehidupan mereka. Salim menekankan bahwa kreativitas adalah kemampuan yang dapat dilatih dan diperkuat melalui metode pengajaran yang fasilitatif, di mana siswa diberikan ruang untuk bereksperimen dan mengembangkan potensi individu mereka secara maksimal.

Menurut Suryanto (2020) inovasi adalah penerapan ide atau konsep baru dalam bentuk produk, layanan, atau proses yang memberikan manfaat dan nilai tambah. Menurutnya, inovasi tidak hanya berkaitan dengan produk teknologi atau fisik, tetapi juga melibatkan inovasi dalam proses bisnis dan model organisasi. Inovasi adalah suatu usaha untuk menghasilkan solusi yang lebih efektif, efisien, dan relevan dalam menghadapi perubahan dan tantangan yang ada.

Inovasi juga sangat dipengaruhi oleh kolaborasi antar berbagai disiplin ilmu dan sektor, serta keberadaan kebijakan yang dapat memfasilitasi pengembangan riset dan penerapan teknologi (Suryanto, 2020).

Pendidikan Kewirausahaan

Menurut Suryana (2020), pendidikan kewirausahaan adalah proses pembelajaran yang berfokus pada pengembangan sikap mental dan keterampilan praktis untuk memulai dan menjalankan bisnis. Kewirausahaan dalam hal ini tidak hanya mengajarkan tentang cara mengelola bisnis, tetapi juga mengenai bagaimana menghadapi risiko, mengambil keputusan yang tepat, serta mengelola sumber daya yang ada untuk menciptakan nilai ekonomi dan sosial.

Teknologi Bisnis Anak Muda

Menurut Taufik (2021), teknologi digital merupakan gabungan dari berbagai inovasi dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi yang berfungsi untuk mengubah cara manusia berinteraksi, bekerja, dan beraktivitas. Dalam konteks perkembangan bisnis, teknologi digital menjadi faktor penting dalam memasarkan produk dan meningkatkan efisiensi operasional. Mereka memanfaatkan media sosial, e-commerce, dan aplikasi berbasis digital untuk mempermudah transaksi dan memperluas jaringan pasar.

Pemanfaatan teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis di kalangan anak muda. Menurut Budianto (2019), generasi milenial dan generasi Z yang lebih akrab dengan teknologi, cenderung lebih cepat mengadopsi alat digital untuk memasarkan produk dan meningkatkan efisiensi operasional. Mereka memanfaatkan media sosial, e-commerce, dan aplikasi berbasis digital untuk mempermudah transaksi dan memperluas jaringan pasar.

Pengembangan Bisnis Anak Muda

Menurut Suryana (2021), pengembangan bisnis dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan kapasitasnya dalam menciptakan produk dan jasa yang berkualitas, serta memperluas jangkauan pasar. Dalam konteks ini, pengembangan bisnis menjadi faktor yang penting bagi keberlanjutan perusahaan, terutama di tengah persaingan global yang semakin ketat.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan desain studi kasus untuk menggali lebih dalam wawasan yang lebih kaya tentang konteks dan pengalaman subjektif para pengusaha muda yang sulit untuk diukur melalui metode kuantitatif (Supriyanto & Wijayanti, 2022).

Partisipan penelitian terdiri dari 10 pengusaha muda dengan usia 18 hingga 30 tahun yang aktif mengelola bisnis di sektor industri kreatif dan teknologi, dengan bisnis yang telah dijalani selama 3 tahun terakhir. Latar belakang partisipan sebagian besar merupakan mahasiswa. Penelitian ini berlokasi di kecamatan Sumbawa, dengan rentang waktu penelitian selama 3 bulan dimulai bulan September sampai dengan bulan Nopember 2024.

Data dikumpulkan melalui teknik wawancara mendalam (in-depth interviews) yang bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, tantangan, dan faktor faktor yang mendukung atau menghambat pengembangan bisnis mereka. Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur, yang memungkinkan peneliti untuk menggali topik tertentu lebih dalam namun tetap fleksibel dalam eksplorasi topik yang muncul secara spontan (Hidayat & Rahman, 2021). Selain wawancara, observasi partisipatif juga dilakukan untuk memahami dinamika sosial dan interaksi antara pengusaha muda dengan rekan kerja, pelanggan, serta komunitas bisnis.

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan melibatkan berbagai partisipan dari latar belakang yang berbeda (pengusaha muda dan mentor kewirausahaan) serta menggunakan dua metode pengumpulan data (wawancara dan observasi). Selain itu, untuk meningkatkan kredibilitas hasil penelitian, peneliti melakukan member checking dengan mengembalikan temuan sementara kepada beberapa partisipan untuk mendapatkan konfirmasi atas hasil wawancara yang telah dilakukan (Setiawan & Halim, 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sektor yang berkembang pesat dalam perkembangan global sekarang adalah kewirausahaan, di mana anak muda menjadi aktor utama.

Motivasi dalam Pengembangan Bisnis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha muda, motivasi internal menjadi faktor utama dalam pengembangan bisnis mereka.

“ Ya, saya sangat suka merangkai. Kebetulan melihat banyak kakak tingkat yang lulus sidang, akhirnya saya membuat buket baik dari makanan kecil hingga bunga. Alhamdulillah menghasilkan peluang bisnis”. (Anggi-02).

Hampir semua partisipan menekankan pentingnya kecintaan terhadap bidang yang digeluti sebagai pendorong utama dalam memulai bisnis. Faktor motivasi ini menunjukkan bahwa pengusaha muda yang memiliki motivasi intrinsik yang kuat cenderung lebih tahan terhadap tekanan dan tantangan dalam berwirausaha. Selain itu, motivasi untuk memberi dampak sosial juga sering kali menjadi alasan bagi pengusaha muda dalam mengembangkan bisnis mereka, seperti yang ditunjukkan oleh partisipan lainnya yang mengembangkan usaha produk ramah lingkungan.

“Saya membuat pita rambut dari berbagai sisa kain dan laku di beli teman teman kampung dan di kampus”. (Rita-03)

Keterbatasan Modal Dan Akses Terhadap Pembiayaan

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi pengusaha muda dalam pengembangan bisnis adalah keterbatasan modal dan akses terhadap pembiayaan. Sebagian besar partisipan mengungkapkan bahwa mereka kesulitan untuk mendapatkan modal yang cukup untuk memperbesar usaha mereka. Tantangan terkait pembiayaan ini menunjukkan bahwa akses terhadap modal menjadi hambatan utama bagi pengusaha muda, terutama dalam tahap awal usaha. Mereka cenderung lebih mengandalkan dana pribadi atau modal dari keluarga, namun hal ini terbatas dalam mendukung ekspansi bisnis.

“Jelas, saya ingin menambah varian jualan saya, tapi karena hanya modal dari sisa uang saku jadi masih bertahan dengan yang ada dulu”. (Rudi-05)

Salah satu solusi yang mereka dari kekurangan modal adalah mereka menawarkan kerjasama dengan salah satu dosen. Dimana dosen tersebut juga berprofesi pengusaha sekaligus mengampu matakuliah bisnis digital.

“Saya menawarkan kerjasama dengan dosen saya, dan beliau mau membantu memberikan pinjaman modal”. (Rudi-06)

Solusi tersebut merupakan inovasi yang dilakukan anak muda dalam mendapatkan pembiayaan untuk pengembangan bisnisnya.

Peran Teknologi dalam Pengembangan Bisnis

Penggunaan teknologi digital menjadi salah satu strategi utama dalam pengembangan bisnis anak muda, terutama di sektor kreatif dan teknologi. Sebagian besar partisipan memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk mereka, dan menggunakan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan teknologi digital oleh pengusaha

muda dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan memperluas akses pasar, bahkan di tingkat global.

“Saya memanfaatkan grup wa saya, instagram serta facebook, untuk sementara itu yang saya gunakan”. (Rusli-08).

Namun, meskipun teknologi memberikan banyak keuntungan, pengusaha muda juga menghadapi tantangan dalam mengelola risiko terkait ketidakpastian pasar dan fluktuasi permintaan. Oleh karena itu, penting bagi pengusaha muda untuk memiliki strategi yang matang dalam memanfaatkan teknologi dengan bijak dan sesuai dengan tren pasar yang ada.

Peran Mentor dan Komunitas Kewirausahaan

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah peran mentor dalam pengembangan bisnis anak muda. Kurangnya pengalaman dalam mengelola bisnis secara profesional, membuat banyak pengusaha muda yang masih menghadapi kesulitan dalam manajemen operasional, pemasaran, dan pengelolaan keuangan sehingga menghambat keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis mereka.

“Betul, saya masih kurang dalam pengalaman. Beruntungnya saya bisa bertanya ke dosen saya tersebut. Alhamdulillah saya banyak mendapatkan masukan dari beliau”. (Rudi-10)

Semua partisipan yang terlibat dalam penelitian ini menyatakan bahwa memiliki mentor yang berpengalaman sangat membantu dalam menghindari kesalahan-kesalahan umum dalam menjalankan bisnis. Pengusaha muda yang memiliki mentor cenderung memiliki peluang lebih besar untuk sukses, karena mereka mendapatkan wawasan dan bimbingan yang berguna dalam mengatasi masalah bisnis. Komunitas kewirausahaan juga memainkan peran penting dalam menyediakan jaringan, kolaborasi, dan berbagi pengetahuan yang dapat meningkatkan kemampuan bisnis anak muda.

Dukungan Pemerintah dalam Pengembangan Bisnis Anak Muda

Sebagian besar partisipan menyatakan bahwa meskipun ada beberapa program dari pemerintah yang mendukung kewirausahaan anak muda, seperti pelatihan kewirausahaan dan akses ke permodalan, namun implementasi program tersebut belum sepenuhnya merata dan masih terbatas.

“Saya ikut dalam grup wa umkm Sumbawa, kadang di share program dari pemerintah. Saya juga ikut dalam workshop umkm yang diadakan dinas perindustrian”. (Anita-12)

Dukungan pemerintah sangat penting untuk menciptakan ekosistem yang kondusif bagi kewirausahaan muda. Program-program yang lebih aplikatif dan terjangkau diharapkan dapat meningkatkan keterampilan pengusaha muda dalam mengelola bisnis mereka..

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Motivasi menyalurkan kreativitas maupun untuk memberikan dampak sosial, menjadi faktor utama yang mendorong anak muda untuk memulai bisnis mereka. Selain itu, teknologi digital memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas pemasaran. Pengusaha muda yang mampu memanfaatkan teknologi dengan bijak memiliki peluang lebih besar untuk berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Peran mentor dan komunitas kewirausahaan sangat berpengaruh dalam memberikan arahan dan dukungan praktis kepada pengusaha muda. Dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan juga sangat dibutuhkan untuk menciptakan ekosistem yang lebih kondusif bagi kewirausahaan muda.

Namun, tantangan utama yang dihadapi pengusaha muda adalah keterbatasan modal, kurangnya pengalaman dalam manajemen bisnis, dan kesulitan dalam mengelola risiko. Akses terhadap pembiayaan yang terbatas menjadi salah satu hambatan terbesar dalam tahap awal pengembangan bisnis. Selain itu, faktor psikologis seperti ketahanan mental dan kemampuan beradaptasi juga sangat penting dalam menghadapi berbagai tekanan dalam berwirausaha.

Berdasarkan temuan penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan untuk mendukung pengembangan bisnis anak muda adalah peningkatan pembiayaan oleh pemerintah dan lembaga keuangan, pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, penguatan dukungan dari mentor dan komunitas kewirausahaan dan optimalisasi pemanfaatan teknologi

DAFTAR REFERENSI

- Dewi, F., & Suryani, N. (2023). Karakteristik Pengusaha Muda: Dampaknya Terhadap Pengembangan Usaha. *Jurnal Psikologi dan Bisnis*, 18(2), 45-59.
- Hidayat, R., & Rahman, S. (2021). Pemanfaatan Teknologi Dalam Pengembangan Bisnis Oleh Pengusaha Muda. *Jurnal Teknologi dan Ekonomi*, 19(4), 80-92.
- Jurnal Psikologi Sosial*, 21(3), 67-79.
- Karim, I., & Nurwati, T. (2022). Interaksi Faktor Internal dan Eksternal Dalam Keberlanjutan Bisnis Anak Muda. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(1), 92-103.
- Lestari, Y., et al. (2024). Keberlanjutan Dalam Model Bisnis Anak Muda. *Jurnal Lingkungan dan Bisnis*, 16(2), 45-58.

- Mahmud, H., & Anwar, A. (2021). Pengembangan Kewirausahaan di Kalangan Anak Muda: Hambatan Dan Solusi. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 34(1), 78-91.
- Prasetyo, B., et al. (2020). Peran Mentor Dalam Pengembangan Bisnis Anak Muda. *Jurnal Kewirausahaan dan Pendidikan*, 14(1), 23-35.
- Pratama, I., & Amalia, R. (2020). Kewirausahaan Muda Di Era Digital: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Digitalisasi Bisnis*, 19(2), 78-89.
- Rina, D., & Rahmat, F. (2022). Pendidikan Kewirausahaan Untuk Pengembangan Bisnis Anak Muda. *Jurnal Pendidikan Bisnis*, 14(1), 50-64.
- Salim, M. S. (2022). Pendekatan Kreatif dalam Pendidikan: Transformasi Pembelajaran untuk Menghasilkan Inovasi. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 10(1), 45-60.
- Santoso, A., & Widodo, E. (2024). Peran Psikologi Dalam Ketahanan Pengusaha Muda.
- Setiawan, D., & Halim, A. (2021). Inovasi Produk Dan Strategi Pemasaran Bisnis Anak Muda. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 17(3), 134-145.
- Supriyanto, H., & Wijayanti, M. (2022). Digitalisasi Dan Pengaruhnya Terhadap Kewirausahaan Anak Muda. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 15(3), 112-123.
- Suryana, Y. (2020). Pendidikan Kewirausahaan: Konsep dan Aplikasinya dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suryana, Y. (2021). Pengembangan Bisnis: Teori dan Praktik dalam Dunia Usaha. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Suryanto, M. S. (2020). Inovasi Teknologi dan Kolaborasi Multidisiplin untuk Meningkatkan Daya Saing Nasional. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 13(1), 85-101.
- Taufik, A. (2021). Teknologi Digital: Transformasi dalam Kehidupan Modern. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, F., et al. (2023). Dukungan Pemerintah Terhadap Kewirausahaan Anak Muda. *Jurnal Administrasi Publik*, 28(2), 150-162.
- Wulandari, P., & Firdaus, M. (2020). Peran Jaringan Dalam Kesuksesan Bisnis Anak Muda. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 13(2), 66-78.
- Yusuf, M., & Sarwono, E. (2020). Kewirausahaan Anak Muda Dalam Konteks Globalisasi: Tantangan Dan Peluang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(2), 234-247.