

RESPON GENERASI MILENIAL PADA ERA *SOCIETY 5.0* MELALUI KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

Rikke Dwi Nurdiyah¹, Fathur Rohmah², Wasilatur Rohmah³, Lailatul Maghfiroh⁴, Mashudi⁵

^{1,2,3,4,5}Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan.

¹230721100098@student.trunojoyo.ac.id, ²230721100138@student.trunojoyo.ac.id, ³230721100172@student.Trunojoyo.ac.id,

⁴Lailatul.maghfiroh@trunojoyo.ac.id, ⁵mashudi.fkis@trunojoyo.ac.id

Informasi Artikel

Draft awal: 9 Oktober 2025
Revisi : 16 Oktober 2025
Diterima : 19 Oktober 2025
Available online: 21 Oktober 2025

Keywords: *Society 5.0, millennials, digital entrepreneurship, digital literacy*

Tipe Artikel : Research paper
(Kualitatif)



Dikelola oleh Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Surabaya

Diterbitkan oleh UMSurabaya
Publishing Universitas
Muhammadiyah Surabaya

ABSTRACT

The Society 5.0 era is a concept of modern society that emphasizes the integration of the physical and digital worlds to create a balance between economic progress and social welfare. Millennials, as a group that grew up in the digital era, have great potential to drive economic transformation through technology-based entrepreneurial activities. This study aims to analyze the response of the millennial generation to the Society 5.0 era through digital entrepreneurship and identify the factors that influence it. The method used is qualitative with a library research approach through searching various scientific sources published from 2018 to 2025. Based on the results of the study, it is suspected that millennials have a positive response to digital entrepreneurship due to their characteristics of being adaptive to technology, creative, and innovative in creating new business opportunities. However, challenges such as low digital literacy in some regions, limited access to technology, and dependence on digital platforms are still obstacles that need to be addressed. Overall, digital entrepreneurship has the potential to be a strategic means for millennials to realize a Society 5.0 that is oriented towards people, innovation, and social welfare.

Era *Society 5.0* merupakan konsep masyarakat modern yang menekankan integrasi antara dunia fisik dan dunia digital untuk menciptakan keseimbangan antara kemajuan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Generasi milenial sebagai kelompok yang tumbuh di era digital memiliki potensi besar dalam mendorong transformasi ekonomi melalui aktivitas kewirausahaan berbasis teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respon generasi milenial terhadap era *Society 5.0* melalui kewirausahaan digital serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*) melalui penelusuran berbagai sumber ilmiah terbitan tahun 2018–2025. Berdasarkan hasil kajian, diduga bahwa generasi milenial memiliki respon positif terhadap kewirausahaan digital karena karakteristiknya yang adaptif terhadap teknologi, kreatif, dan inovatif dalam menciptakan peluang usaha baru. Namun demikian, tantangan seperti rendahnya literasi digital di beberapa wilayah, keterbatasan akses teknologi, dan ketergantungan terhadap platform digital masih menjadi hambatan yang perlu diperhatikan. Secara keseluruhan, kewirausahaan digital berpotensi menjadi sarana strategis bagi generasi milenial dalam mewujudkan *Society 5.0* yang berorientasi pada manusia, inovasi, dan kesejahteraan sosial.

Kata kunci: *Society 5.0*, generasi milenial, kewirausahaan digital, literasi digital.

PENDAHULUAN

Fenomena perkembangan teknologi digital saat ini mendorong munculnya era *Society 5.0*, yaitu suatu konsep masyarakat super pintar yang berpusat pada manusia dengan mengintegrasikan dunia fisik (*physical space*) dan dunia maya (*cyberspace*) (Hitachi, 2018). Konsep ini hadir sebagai respon terhadap tantangan era digital yang menuntut manusia tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga pencipta nilai baru yang mampu meningkatkan kesejahteraan sosial (Acer & Alkan, 2024). Dalam konteks ini, generasi milenial dianggap sebagai pemain kunci karena mereka berada pada masa peralihan menuju masyarakat digital (Prasetyo, 2019). Peran generasi ini sangat terkait dengan kewirausahaan digital, yang memungkinkan munculnya inovasi bisnis yang berlandaskan teknologi sebagai bentuk kontribusi dalam pengembangan ekonomi di era *Society 5.0* (Sri Wahyu, 2023). Generasi milenial (*Millennial Generation*) adalah generasi yang lahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 hingga tahun 2000 (Hidayatullah *et al.*, 2018). Sementara itu Fuad (2021) mendefinisikan bahwa generasi milenial sebagai generasi yang kaya, berpendidikan dan fokus pada kerja tim. Karakteristik ini membuat mereka lebih receptif terhadap inovasi dan perubahan, terutama dalam penerapan teknologi digital (Rahmawati *et al.*, 2024). Keterlibatan mereka dalam kewirausahaan digital tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai ungkapan kreativitas dan bentuk sumbangan sosial di masa transformasi digital (Nurbayanti, 2022). Dengan demikian, generasi milenial berperan sebagai penggerak utama dalam menyambut era *Society 5.0* melalui kegiatan wirausaha digital yang berfokus pada inovasi dan Kerjasama (Hasan *et al.*, 2021).

Setiawati (2022) Menyatakan bahwa literasi kewirausahaan memberikan kontribusi sebesar 39,9% dan literasi digital memberikan kontribusi sebesar 34,4% terhadap minat generasi milenial untuk mendirikan usaha rintisan yang berbasis teknologi. Dalam penelitian (Istanti & Kn, 2025) mengungkapkan bahwa lebih dari 65% dari responden yang berasal dari kalangan milenial memilih untuk menjalankan usaha digital. Sementara itu (Iskandar *et al.*, 2024) mencatat bahwa 72% mahasiswa milenial yang memiliki keterampilan literasi digital tinggi hal ini menunjukkan sikap yang mendukung terhadap kewirausahaan digital. Selain itu, Dwiputri (2025) Dalam penelitiannya mengenai UMKM di Indonesia yang dilakukan pada tahun 2025, ditemukan bahwa 58% pelaku usaha muda telah mengadopsi teknologi digital, meskipun mayoritas masih terfokus pada tahap

pemasaran secara online. Irawan (2024) menyatakan bahwa terdapat ketidakmerataan dalam akses digital, sekitar 40% generasi milenial yang tinggal di daerah bukan perkotaan masih mengalami kesulitan dalam mendapatkan akses internet yang stabil, yang berdampak pada partisipasi mereka dalam bidang kewirausahaan digital. Studi Mayla (2024) menunjukkan bahwa program kewirausahaan sosial yang berbasis digital dan dikelola oleh generasi milenial dapat meningkatkan kontribusi ekonomi kreatif suatu daerah sebesar 15% setiap tahunnya. Hal ini menegaskan potensi strategis yang dimiliki oleh generasi ini dalam menguatkan perekonomian di era *Society 5.0*.

Tabel 1. Respon Generasi Milenial terhadap Kewirausahaan Digital

Indikator	Hasil (%) / Nilai	Keterangan / Perubahan	Sumber
Literasi kewirausahaan	39,9%	Berpengaruh pada minat startup	Setiawati (2022)
Literasi digital	34,4%	Mendukung minat wirausaha digital	Setiawati (2022)
Minat menjalankan usaha digital	65%	Mayoritas responden memilih usaha digital	Istanti & Kn (2025)
Mahasiswa dengan literasi digital tinggi	72%	Dukungan kuat pada kewirausahaan digital	Iskandar <i>et al.</i> (2024)
Adopsi teknologi digital oleh pelaku usaha Milenial non-perkotaan	58%	Utamanya pada pemasaran online	Putri (2025)
Kontribusi ekonomi kreatif tahunan	+15%	Akses internet tidak stabil	Irawan (2024)
		Peningkatan setiap tahun melalui program digital	Mayla (2024)

Sumber : Berbagai sumber, diolah (2025).

Berdasarkan data pada tabel tersebut, terlihat bahwa generasi milenial memiliki antusiasme yang tinggi dalam memanfaatkan teknologi digital untuk berwirausaha. Meskipun demikian, masih ditemukan beberapa hambatan yang menghambat optimalisasi potensi tersebut. Kesenjangan akses teknologi menjadi salah satu faktor yang membuat pemanfaatannya

belum merata. Selain itu, rendahnya literasi digital di sebagian wilayah turut memperlambat proses adaptasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat tantangan yang perlu diatasi agar potensi kewirausahaan digital dapat berkembang secara maksimal.

Wasilah (2021) Generasi milenial memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia, karakter mereka yang akrab dengan teknologi informasi dan komunikasi tercermin dari lahirnya inovasi seperti Gojek, Tokopedia, dan Bukalapak. Pemanfaatan media online dalam kewirausahaan telah memberikan dampak positif bagi perkembangan ekonomi dan peluang usaha milenial (Widiasih & Darma, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Putri & Salsabila (2021) menyatakan bahwa Revolusi industri 4.0 dan 5.0 mempermudah integrasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari serta memperluas jangkauan pasar yang dapat mendorong pebisnis milenial untuk lebih terarah dalam mencari segmen dan peluang pasar yang potensial. Salah satu upaya pemerintah dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia adalah mendorong generasi muda untuk terjun ke dunia wirausaha. Terlebih dalam menghadapi tantangan industri 4.0 dan era *Society 5.0*, generasi muda perlu terus mengasah keterampilan agar mampu bersaing dan berinovasi secara optimal (Ainun & Sewang, 2023).

Meskipun generasi milenial di nilai memiliki potensi besar dalam memanfaatkan teknologi, kenyataannya masih terdapat berbagai hambatan seperti rendahnya literasi digital di sebagian wilayah serta ketimpangan akses. Menurut penelitian Jayanthi & Dinaseviani (2022) Persaingan yang semakin ketat serta dinamika teknologi yang terus berkembang menjadi tantangan utama yang harus dihadapi oleh wirausahawan muda. Di samping itu, mengurangi ketergantungan pada platform digital dan mengatasi keterbatasan sumber daya merupakan langkah penting untuk mendukung keberlangsungan usaha (Nugraha *et al.*, 2025). Platform digital telah berkembang menjadi perantara ekonomi yang sangat berpengaruh, sehingga partisipasi dalam ekosistem tersebut menjadi faktor yang vital bagi keberlangsungan dan pertumbuhan banyak bisnis (Cutolo & Kenney, 2021). Perbedaan pandangan ini menciptakan celah penelitian yang signifikan. Di satu sisi, literatur menonjolkan optimisme bahwa generasi milenial dapat menjadi motor penggerak kewirausahaan digital di era *Society 5.0* (Effendy *et al.*, 2025). Di sisi lain, penelitian juga menggarisbawahi keterbatasan literasi, ketimpangan akses, ketergantungan platform, serta dinamika persaingan dan teknologi yang berpotensi menghambat peran tersebut (Irawan *et al.*, 2024).

Dengan demikian, masih terdapat kebutuhan akan penelitian yang lebih komprehensif dan kontekstual untuk mengkaji bagaimana generasi milenial merespons *Society 5.0* melalui kewirausahaan digital, dengan mempertimbangkan secara seimbang antara peluang yang tersedia dan hambatan yang dihadapi.

Meskipun sudah ada penelitian yang menganalisis faktor keberhasilan kaum muda di era *Society 5.0* seperti pengalaman, inovasi, dan pemanfaatan teknologi (Zuraidah, 2025). kajian lain menegaskan bahwa motivasi generasi milenial dalam kewirausahaan digital tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor prestise dan identitas sosial sebagai bentuk aktualisasi diri (Jihan & Kustana, 2022). Saragih (2022) menunjukkan bahwa *self-efficacy* dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa milenial, sehingga aspek psikologis menjadi variabel penting dalam membentuk orientasi bisnis digital. Fatonah (2024) Menekankan pentingnya digitalisasi dalam dunia usaha dan hubungannya dengan timbulnya peluang bisnis baru di kalangan pemuda, terutama dengan memanfaatkan platform digital sebagai alat untuk inovasi dan pemasaran produk. Selain itu studi yang dilakukan oleh Hasan (2021) mengungkapkan bahwa pengetahuan tentang kewirausahaan dan bisnis digital adalah aset penting yang perlu dimiliki oleh generasi milenial agar dapat bersaing di tengah tantangan era digital. Penelitian yang dilakukan oleh Shofiyanti (2024) tentang kewirausahaan sosial menegaskan bahwa fokus sosial generasi muda tidak hanya berpengaruh pada kelangsungan usaha, tetapi juga mempercepat peralihan menuju masyarakat *Society 5.0*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respons generasi milenial era *Society 5.0* melalui kewirausahaan digital.

Dalam mengembangkan kewirausahaan digital sebagai kontribusi menuju *Society 5.0*. Berbagai kajian menunjukkan gambaran yang cukup luas mengenai kondisi generasi milenial dalam menghadapi perkembangan digital. Sebagian besar kajian tersebut masih berfokus pada satu aspek tertentu, seperti dampak literasi digital terhadap niat berwirausaha atau tantangan akses teknologi di lokasi tertentu. Hingga kini, masih sedikit penelitian yang menggabungkan hasil-hasil tersebut untuk memahami bagaimana generasi milenial memberikan respons yang menyeluruh terhadap era *Society 5.0* melalui kewirausahaan digital. Ini mencakup pemahaman mereka mengenai peluang, tantangan struktural, kesiapan teknologi, serta motivasi psikologis dalam menjalani peran sebagai wirausahawan digital. Kekosongan dalam penelitian ini mengindikasikan adanya celah penelitian dalam memahami respons

generasi milenial secara menyeluruh, yang mencakup aspek peluang, tantangan, dan konteks transformasi digital menuju *Society 5.0*.

Sejalan dengan hal tersebut, Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana generasi milenial merespons perkembangan era *Society 5.0* melalui kegiatan kewirausahaan digital. Secara khusus, tujuan dari penelitian ini adalah untuk: menganalisis cara generasi milenial menggunakan teknologi digital dalam mendirikan usaha serta mengidentifikasi berbagai faktor yang mendukung maupun menghalangi keterlibatan mereka dalam kewirausahaan digital kemudian menjelaskan bagaimana fenomena tersebut terhubung dengan kebutuhan serta ciri-ciri transformasi sosial-ekonomi di era *Society 5.0*. Dengan tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih lengkap mengenai peran strategis generasi milenial dalam ekosistem digital di Indonesia.

Lebih lanjut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi penting baik dari segi teori maupun praktik. Secara teoretis, penelitian ini menambah pengetahuan tentang kewirausahaan digital dengan menekankan peran generasi milenial dalam konteks *Society 5.0*, suatu perspektif yang masih jarang ditelaah secara mendalam. Secara praktis, studi ini memberikan wawasan kepada para pelaku usaha muda tentang strategi yang tepat untuk menggunakan teknologi digital sebagai alat inovasi dan pengembangan bisnis. Selain itu, studi ini juga memberikan sumbangan kebijakan untuk pemerintah dan institusi pendidikan sebagai landasan dalam merumuskan program peningkatan literasi digital, pemerataan akses teknologi, serta penguatan kapasitas kewirausahaan digital bagi generasi muda.

LANDASAN TEORI

Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah suatu proses mencari peluang usaha dan menciptakan sesuatu yang baru dengan inovasi yang terencana atau terorganisir. Usaha yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan. Oleh sebab itu seseorang yang akan mulai berwirausaha akan fokus pada pengembangan kemampuan diri sendiri dan tidak memikirkan sumber daya terlebih dahulu (Suryana & Bayu, 2012). Kewirausahaan digital adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan usaha kewirausahaan yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan bisnis. Berdasarkan Penjelasan dari Dedy Farnady (2018) kewirausahaan digital dapat diartikan sebagai kegiatan kewirausahaan yang didorong oleh teknologi.

Davidson (2014) Menegaskan bahwa praktik ini fokus pada penemuan peluang usaha baru dengan memanfaatkan media digital dan internet. Ciri utama yang harus ada dalam kewirausahaan digital adalah penggunaan teknologi internet dalam proses bisnis (Aini *et al.*, 2023). Kewirausahaan digital tidak hanya terpusat pada penggunaan teknologi, tetapi juga pada penciptaan nilai baru dengan cara mengidentifikasi peluang pasar, mengembangkan produk atau layanan serta merancang strategi untuk manajemen risiko (Pahrijal, 2023). Di era digital, kewirausahaan tidak hanya terbatas pada sektor-sektor tradisional, tetapi juga mencakup berbagai bidang yang memanfaatkan teknologi untuk menciptakan inovasi (Zulpatli *et al.*, 2025). Banyak peluang untuk aktivitas kewirausahaan yang terkreasi melalui digitalisasi. Wirausahawan perlu menyadari peluang tersebut agar siap untuk inovasi berkelanjutan (Setiawan *et al.*, 2023).

Generasi milenial dalam ekonomi digital

Generasi milenial, yang lahir antara tahun 1981–2000, merupakan kelompok produktif yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi informasi sehingga memiliki karakteristik adaptif terhadap inovasi, fleksibel dalam bekerja, serta intensif menggunakan teknologi digital (Maharani, 2025). Di Indonesia, generasi ini mencakup sekitar 25% penduduk dan menjadi aktor penting dalam mendorong ekonomi digital yang dipahami sebagai aktivitas ekonomi berbasis teknologi digital, mencakup e-commerce, fintech, digital banking, hingga platform berbagi (Adiningsih, 2019), dengan nilai mencapai USD 77 miliar pada tahun 2022 (Rosli *et al.*, 2022). Keterlibatan milenial tampak pada peran mereka sebagai konsumen aktif, pengguna fintech, dan pelaku wirausaha digital berbasis media sosial maupun marketplace, sekaligus menjadi motor penggerak transformasi digital melalui kreativitas dan keterampilan teknologi (Priatna, 2025). Meski demikian, mereka masih menghadapi tantangan berupa literasi digital dan keuangan yang belum merata, ketergantungan pada platform global, serta kesenjangan infrastruktur digital, sehingga keberhasilan generasi milenial dalam ekosistem ekonomi digital sangat dipengaruhi oleh dukungan regulasi, peningkatan literasi, serta pemerataan akses teknologi (Putrayasa *et al.*, 2024).

Korelasi Kewirausahaan Digital dengan Generasi Milenial pada Era *Society 5.0*

Pemerintah Jepang menjelaskan Konsep *Society 5.0* merupakan gagasan yang menempatkan manusia sebagai pusat kemajuan teknologi dengan tujuan menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan penyelesaian masalah

sosial (Hendarsyah, 2019). Dalam konteks ini, teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu industri, tetapi juga sebagai sarana peningkatan kualitas hidup manusia melalui integrasi dunia fisik dan virtual. Perkembangan teknologi digital telah melahirkan bentuk kewirausahaan baru yang dikenal sebagai kewirausahaan digital. Kewirausahaan digital memanfaatkan teknologi informasi untuk menciptakan inovasi bisnis yang adaptif dan efisien. Generasi milenial, sebagai kelompok yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi, memiliki potensi besar dalam mengembangkan model usaha berbasis digital karena karakteristiknya yang kreatif, adaptif, dan melek teknologi (Lubis & Lubis, 2024). Korelasi antara kewirausahaan digital dan generasi milenial pada era *Society 5.0* tampak dari kemampuan generasi ini dalam mengoptimalkan teknologi untuk menciptakan peluang ekonomi baru. Kemampuan adaptasi terhadap perubahan digital menjadikan milenial sebagai penggerak utama dalam menciptakan inovasi yang berdaya saing serta berorientasi pada nilai sosial (Teknowijoyo & Marpelina, 2022). Dengan demikian, kewirausahaan digital berfungsi sebagai sarana bagi generasi milenial untuk

berpartisipasi dalam mencapai sasaran *Society 5.0*, yaitu menciptakan masyarakat yang cerdas, inklusif, dan berkelanjutan melalui penggunaan teknologi dengan cara yang manusiawi (Nugroho & Nursikin, 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*) untuk menelaah fenomena sosial dan ekonomi terkait respons generasi milenial terhadap dinamika era *Society 5.0*, khususnya dalam konteks kewirausahaan digital. Pendekatan ini dipilih guna memperoleh pemahaman mendalam terhadap konsep, teori, dan hasil kajian terdahulu yang relevan.

Data diperoleh dari berbagai sumber sekunder berupa buku ilmiah, artikel jurnal, prosiding, dan laporan penelitian yang relevan dengan topik, dengan pemilihan sumber secara purposive berdasarkan relevansi, kredibilitas, dan kemutakhiran (2018–2025).

Tabel 2 Literature Review Penelitian Sebelumnya

No	Penulis & Tahun	Judul / Fokus Penelitian	Temuan Utama	Keterkaitan dengan Penelitian Anda
1	Setiawati (2022)	Entrepreneurial & Digital Literacy	Literasi kewirausahaan 39,9% dan literasi digital 34,4% memengaruhi minat startup	Menjadi dasar indikator literasi dan minat wirausaha milenial
2	Istanti & Kn (2025)	Perilaku Keuangan Generasi Milenial	65% milenial memilih usaha digital	Menguatkan bukti tingginya minat berwirausaha digital
3	Iskandar et al. (2024)	Digital Literacy & Entrepreneurial Attitudes	72% mahasiswa milenial memiliki literasi digital tinggi	Mendukung peran literasi digital dalam kesiapan <i>Society 5.0</i>
4	Dwiputri (2025)	Digital Adoption in MSMEs	58% UMKM muda adopsi teknologi (fokus pemasaran online)	Menjelaskan pola pemanfaatan digital oleh generasi muda
5	Irawan et al. (2024)	Digital Inequality	40% milenial di luar kota terkendala internet	Menjadi bukti hambatan adopsi digital
6	Mayla (2024)	Social Digital Entrepreneurship	Program wirausaha digital tingkatkan ekonomi kreatif 15%/tahun	Memperkuat potensi manfaat kewirausahaan digital
7	Wasilah (2021)	Peran Milenial dalam Usaha Digital	Milenial menciptakan inovasi seperti Gojek, Tokopedia, Bukalapak	Memberi dasar argumen mengenai kreativitas milenial
8	Putri & Salsabila (2021)	Digital Entrepreneurship in Industry 4.0 & 5.0	Teknologi memudahkan integrasi dan memperluas pasar digital	Relevan dengan adaptasi milenial terhadap <i>Society 5.0</i>
9	Jayanthi & Dinaseviani (2022)	Digital Gap in Indonesia	Persaingan teknologi dan gap digital menjadi hambatan	Menguatkan variabel tantangan generasi milenial

10	Nugraha et al. (2025)	Platform Dependency in Digital Business	Ketergantungan platform digital membentuk risiko bisnis	Berkaitan dengan tantangan kewirausahaan digital
11	Effendy et al. (2025)	Peluang Bisnis Gen Z di Era Digital	Teknologi memberikan peluang usaha besar	Menguatkan konteks peluang digital untuk milenial
12	Saragih & Kurniawan (2022)	Self-Efficacy & Motivation	Self-efficacy memengaruhi intensi wirausaha	Menghubungkan aspek psikologis milenial
13	Jihan & Kustana (2022)	Prestige Over Profit	Motivasi milenial berwirausaha sering terkait identitas & prestise	Menambah sudut pandang motivasi non-ekonomi
14	Fatonah (2024)	Technopreneurship Trend	Digitalisasi menciptakan peluang bisnis baru	Relevan dengan dinamika kewirausahaan digital

Sumber : Berbagai sumber, diolah (2025).

Analisis dilakukan melalui analisis isi (*content analysis*) dengan langkah pengumpulan, reduksi, dan kategorisasi data sesuai tema penelitian, seperti literasi kewirausahaan, literasi digital, serta tantangan dan peluang generasi milenial. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan secara deskriptif untuk memberikan pemahaman komprehensif mengenai bagaimana generasi milenial merespons peluang dan tantangan kewirausahaan digital di era *Society 5.0*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kewirausahaan Digital pada Era *Society 5.0*

Perkembangan kewirausahaan pada era *Society 5.0* menunjukkan perubahan besar dalam pola pengelolaan bisnis, terutama terkait pemanfaatan teknologi digital yang kini menjadi komponen kunci dalam strategi usaha. Pada fase ini, pelaku bisnis dituntut untuk mampu mengintegrasikan teknologi berbasis kecerdasan buatan, analitik data, serta sistem digital lainnya guna meningkatkan efektivitas operasional dan ketepatan dalam pengambilan Keputusan (Rahayu *et al.*, 2024). Pergeseran ini menandai transisi dari pola kewirausahaan tradisional menuju pendekatan yang lebih cerdas, adaptif, dan responsif terhadap dinamika pasar. Implementasi teknologi digital juga terlihat pada berbagai sektor ekonomi, mulai dari UMKM, pertanian, industri kreatif, hingga sektor jasa. Penggunaan aplikasi manajemen usaha, *platform e-commerce*, serta sistem penyimpanan data berbasis cloud memungkinkan pelaku usaha menjalankan kegiatan secara lebih terukur dan efisien. Ekosistem digital ini tidak hanya memperluas pasar, tetapi juga menurunkan biaya transaksi dan mempermudah pengusaha untuk memantau operasional secara *real time* (Putu, 2024). Dampaknya, pelaku usaha semakin mudah menyesuaikan strategi bisnis sesuai kebutuhan konsumen yang terus berkembang.

Selain adopsi teknologi, inovasi dan kolaborasi menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya

saing kewirausahaan di era *Society 5.0*. Pengembangan produk berbasis teknologi, kolaborasi antar pelaku usaha, serta sinergi dengan pemerintah dan akademisi menjadi faktor yang memperkuat model bisnis modern. Dalam konteks keberlanjutan, pelaku usaha juga mulai mengadopsi teknologi ramah lingkungan dan model produksi yang memperhatikan aspek sosial serta teknologi guna memastikan keberlangsungan usaha dalam jangka Panjang (Sulistyowati & Artanti, 2025). Kewirausahaan digital pada era ini memberikan berbagai manfaat, seperti peningkatan produktivitas, munculnya jenis pekerjaan baru, serta peningkatan kemampuan digital masyarakat. Integrasi teknologi memungkinkan pelaku usaha menghasilkan produk lebih inovatif dan berkualitas, sehingga meningkatkan daya saing pada skala nasional maupun global (Nurhidayanti, 2025). Namun, berbagai tantangan tetap muncul, seperti isu keamanan data, rendahnya literasi digital pada sebagian pelaku UMKM, serta persaingan pasar yang semakin ketat. Secara keseluruhan, kewirausahaan di era *Society 5.0* menuntut kemampuan adaptasi, penguasaan teknologi, dan konsistensi dalam inovasi. Pelaku usaha yang mampu memenuhi tuntutan tersebut akan memiliki keunggulan kompetitif dan mampu bertahan dalam ekosistem bisnis digital yang semakin kompleks.

Generasi Milenial di Era *Society 5.0*

Generasi milenial menempati peran penting dalam perkembangan *Society 5.0* karena mereka memiliki karakter yang cepat beradaptasi dengan teknologi, berpikir kreatif, dan terbiasa beraktivitas dalam lingkungan digital. Pada era ini, teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu kerja, tetapi juga sebagai sarana untuk menghasilkan solusi yang menempatkan manusia sebagai pusatnya (Prayoga & Lajira, 2021). Oleh karena itu, kemampuan milenial dalam memahami, memanfaatkan, dan mengembangkan teknologi menjadi faktor utama dalam mendorong terwujudnya transformasi digital yang lebih inklusif. Berbagai studi menunjukkan

bahwa milenial memiliki respons positif terhadap inovasi digital, termasuk dalam aktivitas kewirausahaan yang berbasis teknologi (Antasya *et al.*, 2025). Meski demikian, kesiapan tersebut belum merata karena sebagian dari mereka masih menghadapi kendala seperti rendahnya literasi digital lanjutan, ketimpangan akses internet, serta persoalan etika dalam penggunaan teknologi. Kondisi ini menegaskan bahwa kesiapan milenial menghadapi *Society 5.0* tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas pendidikan, kondisi sosial, dan pemerataan infrastruktur digital (Lestari & Maulani, 2021).

Keterlibatan milenial dalam ekosistem *Society 5.0* juga dibentuk oleh perkembangan ekonomi digital yang semakin dinamis dan kompetitif. Ketergantungan pada platform digital berskala global, perubahan algoritma, serta dinamika pasar berbasis data menimbulkan tantangan baru yang menuntut kemampuan berpikir kritis dan ketahanan adaptif (Wibowo, 2024). Meskipun demikian, sifat milenial yang terbuka terhadap perubahan, mampu bekerja sama, serta mahir memadukan kreativitas dengan teknologi membuat mereka menjadi penggerak utama inovasi sosial yang sejalan dengan konsep masyarakat berpusat pada manusia (Lumbantoruan *et al.*, 2020). Di sinilah pendidikan dan peningkatan literasi digital memegang peranan penting untuk membantu milenial memaksimalkan peluang sekaligus meminimalkan risiko seperti kecemasan teknologi maupun penyalahgunaan informasi (Farid, 2023). Dengan demikian, generasi milenial bukan hanya pengguna teknologi di era *Society 5.0*, melainkan juga aktor kunci yang menentukan arah perkembangan sosial dan ekonomi melalui inovasi digital yang berkelanjutan (Rusmini *et al.*, 2022).

Respon Generasi Milenial terhadap Era *Society 5.0*

Generasi milenial merupakan kelompok yang tumbuh dalam lingkungan yang lekat dengan teknologi digital sehingga memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi dalam menghadapi era *Society 5.0*. Mereka terbiasa mengakses informasi secara cepat melalui internet dan media digital, sehingga literasi teknologi yang dimiliki mendorong lahirnya kreativitas dan inovasi dalam menyikapi perkembangan zaman, termasuk pemanfaatan platform digital untuk mendukung produktivitas dan pengembangan ide kreatif (Endang & Paramita, 2022). Namun, kesiapan tersebut tidak sepenuhnya merata, karena sebagian milenial masih menunjukkan kesenjangan dalam kesadaran terhadap keamanan dan privasi digital. Pelatihan literasi digital yang telah dilakukan di beberapa wilayah menunjukkan bahwa meski telah akrab dengan berbagai aplikasi digital,

pemahaman mengenai identitas digital, penyaringan informasi, serta tanggung jawab dalam berbagi konten masih perlu ditingkatkan. Setelah diberikan pelatihan, terjadi perubahan perilaku seperti penyederhanaan profil media sosial dan meningkatnya kehati-hatian dalam mengakses serta menyebarkan informasi (Yulia & Purnama, 2021).

Di sisi lain, respons milenial terhadap *Society 5.0* juga ditandai oleh adanya dua sikap, yaitu harapan dan kecemasan. Era ini menghadirkan peluang berupa kehidupan yang lebih efisien melalui sistem otomatisasi dan kecerdasan buatan, namun sekaligus menimbulkan kekhawatiran terkait tergantikannya peran manusia dalam dunia kerja dan meningkatnya ketergantungan pada mesin. Oleh karena itu, kemampuan adaptif dan kesiapan mental menjadi kunci utama agar generasi milenial dapat memandang perubahan tersebut sebagai tantangan, bukan ancaman (Herwandito, 2021). Selain itu, peran pendidikan sangat penting dalam membentuk sumber daya manusia yang kreatif, kolaboratif, dan tetap menempatkan nilai kemanusiaan sebagai pusat dalam penggunaan teknologi digital. Pendidikan berperan memperkuat karakter dan etika digital yang dibutuhkan agar teknologi digunakan tidak hanya untuk efisiensi, tetapi juga untuk kemaslahatan sosial (Lestari, 2021).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku dan preferensi generasi milenial memiliki peranan penting dalam membentuk keberlanjutan usaha, khususnya karena kelompok ini merupakan konsumen yang adaptif terhadap inovasi, mahir menggunakan teknologi, serta cenderung memilih produk yang sesuai dengan nilai praktis dan emosional mereka. Temuan penelitian menegaskan bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya bergantung pada kualitas produk dan pengelolaan internal, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha memahami karakteristik milenial sebagai pasar dominan, termasuk pola konsumsi yang cepat, responsif, dan berbasis digital.

Dalam konteks era *Society 5.0*, generasi milenial juga menunjukkan respons yang semakin maju melalui keterlibatan dalam kewirausahaan digital. Generasi Milenial tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga pelaku usaha yang memanfaatkan teknologi seperti platform *e-commerce*, media sosial, *artificial intelligence*, dan big data untuk mengembangkan model bisnis yang lebih fleksibel, efisien, dan berbasis solusi. Kecenderungan milenial untuk berwirausaha secara digital memperkuat ekosistem ekonomi kreatif

sekalius meningkatkan keberlanjutan usaha, karena model bisnis digital memungkinkan jangkauan pasar yang lebih luas, biaya operasional yang lebih rendah, serta kemampuan adaptasi yang lebih tinggi terhadap perubahan perilaku konsumen. Dengan demikian, pemahaman yang tepat terhadap perilaku milenial, termasuk peran aktif mereka dalam kewirausahaan digital di era *Society 5.0*, menjadi kunci strategis dalam mempertahankan daya saing dan meningkatkan keberlanjutan usaha.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, pelaku usaha khususnya generasi milenial perlu meningkatkan literasi digital melalui pelatihan pemasaran online, keamanan data, serta penggunaan aplikasi pendukung seperti sistem pembayaran dan pencatatan keuangan. Penguatan identitas merek, pemilihan platform digital yang tepat, dan perluasan jejaring juga penting untuk meningkatkan daya saing usaha, terutama di tengah keterbatasan literasi dan akses teknologi yang masih terjadi.

Sejalan dengan hal tersebut, pemerintah perlu mempercepat pemerataan akses internet serta menyediakan program pendampingan kewirausahaan digital secara berkelanjutan, disertai regulasi yang melindungi pelaku usaha kecil dalam ekosistem digital. Institusi pendidikan juga diharapkan memperkuat kurikulum dan praktik kewirausahaan digital, termasuk edukasi etika dan keamanan digital, agar kesiapan generasi milenial semakin optimal dalam menghadapi *Society 5.0*. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas metode dan memasukkan variabel tambahan seperti motivasi, aspek psikologis, dan kondisi infrastruktur untuk menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kewirausahaan digital di kalangan milenial.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing dan seluruh pihak di Universitas Trunojoyo Madura yang telah memberikan arahan, dukungan, dan fasilitas dalam penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan referensi, masukan, serta dukungan moral selama proses penelitian dan penulisan berlangsung. Semoga artikel ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang dan bisnis digital.

DAFTAR PUSTAKA

Acer, H., & Alkan, A. T. (2024). *Society 5.0 Concept: Bibliometric Analysis Via Vosviewer*. *Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler*

Fakültesi Dergisi, 43(1), 17–35.

- Adi Nugraha, F., Malihatun, I., Gayatri, S., & Bramantio, B. (2025). Faktor Penggerak Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Indonesia: Pendekatan Model Pest. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 5(1), 40–60.
- Aini, N., Martha, D., Amanah, N., & Putri, N. K. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Digital Di Indonesia. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 243–252.
- Ainun, A. N. A., & Sewang. (2023). Mempersiapkan Sdm (Generasi Milenial Yang Unggul Dalam Berwirausaha Untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Dan 5.0). *Journal Of Career Development*, 1(2), 26–30.
- Antasya, V., Putri, N. S., Fathiyah, N. T., Padmarini, M. R., & Damayanti, S. (2025). Gap Generasi Dalam Adaptasi Teknologi Di Sektor Publik: Kajian Literatur Terhadap Tantangan Dan Strategi Transformasi Digital. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(5), 413–425.
- Cutolo, D., & Kenney, M. (2021). Platform-Dependent Entrepreneurs: Power Asymmetries, Risks, And Strategies In The Platform Economy Academy Of Management Perspectives Platform-Dependent Entrepreneurs: Power Asymmetries, Risks, And Strategies In The Platform Economy. *Academy Of Management Perspectives*, 35(4), 584–605.
- Davidson, E. (2014). Digital Entrepreneurship And Its Sociomaterial Enactment. *Long Island University, Brooklyn Campus, June*. <https://doi.org/10.1109/Hicss.2010.150>
- Dedy Farnady, F. S. (2018). *Menyongsong Kewirausahaan Digital Indonesia*. Gadjah Mada University Press.
- Dwiputri, I. N., Permana, Y. H., & Prastiwi, L. F. (2025). Driving Digital Adoption Within Small Business: A Study Case Of Indonesia Micro-Small-Medium Enterprises. *Jurnal Economia*, 21(2), 304–315.
- Effendy, A. A., Sunarsi, D., & Wicaksono, W. (2025). Peluang Bisnis Gen Z Di Era Digital: Tinjauan Literatur Sistematis. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 4(2), 63–67.
- Endang, A. H., & Paramita, A. J. (2022). *Pengenalan Digital Dalam Membentuk Milenial Kreatif Untuk Menghadapi Era Society 5.0 Di Kabupaten Enrekang*. 3(2), 369–376. <https://doi.org/10.37680/Amalee.V3i2.1321>
- Farid, A. (2023). Literasi Digital Sebagai Jalan Penguatan Pendidikan Karakter Di Era Society 5.0. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(3), 580–597.
- Fatonah, F., Azlan, L. O. M., & Anggraeni, F. (2024).

- Digitalisasi Kewirausahaan: Analisis Tren Technopreneurship Di Kalangan Generasi Milenial. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7, 3–4.
- Fuad, S., Effendi, N., & Ronaning, E. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital. *Satwatika:Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/Satwika.V5i1.15550>
- Hasan, Santoso, Syahfitri, Amalia, K. & S. (2021). Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian Entrepreneur. *Journal Of Business Management Education*, 6(1).
- Hasan, M., Santoso, I., Syahfitri, D., & Karoma, S. (2021). Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian Entrepreneur. *Journal Of Business Management Education* |, 6(1), 28–39.
- Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184.
- Herwandito, S. (2021). *Millennial In Facing Society 5.0: Expectations And Anxiety Of Millennial Generation Towards Society 5.0*. <https://doi.org/10.4108/Eai.16-10-2019.2304343>
- Hidayatullah, S., Waris, A., Devianti, R. C., Sari, S. R., Wibowo, I. A., & Pw, P. M. (2018). Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 6 (2), 240–249.
- Hitachi. (2018). *Society 5.0*. The University Of Tokyo.
- Iandri Irawan, Yendra, Entis Sutisna, Laode Marihi, Mardatillah, D. S. (2024). Digital Inequality And Digital Entrepreneurship In Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 22(1), 193–204.
- Irawan, A., Yendra, Y., Sutisna, E., Marihi, L., Mardatillah, M., & Soelistya, D. (2024). Digital Inequality And Digital Entrepreneurship In Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 22(1), 193–204.
- Iskandar, J., Chidir, G., & Simorangkir, Y. N. (2024). Digital Literacy And Entrepreneurial Attitudes : A Study Of Indonesian University Students. *Indonesian Journal Of Management And Economic Research*, 02(02), 1–14.
- Istanti, E., & Kn, R. M. B. (2025). Perilaku Keuangan Generasi Milenial: Memahami Pola Pengambilan Keputusan Keuangan Pada Generasi Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(1), 1–25.
- Jayanthi, R., & Dinaseviani, A. (2022). The Digital Gap And Solutions Implemented In Indonesia During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Iptekkom Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 24(2), 187–200.
- Jihan, D., & Kustana, K. (2022). Prestige Over Profit: The Practice Of Digital Entrepreneurship Among Millennial Generation In Indonesia. *Jispo Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 12(1), 127–151. <https://doi.org/10.15575/Jispo.V12i1.17944>
- Lestari Aulisa Widia, M. Y. (2021). Generasi Milenial Yang Siap Menghadapi Era Revolusi Digital (Society 5.0 Dan Revolusi Industri 4.0) Di Bidang Pendidikan Melalui Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Prosiding Seminar Manajemen SI, I(1)*(November), 1–6.
- Lestari, W. A., & Maulani, Y. (2021). Generasi Milenial Yang Siap Menghadapi Era Revolusi Digital (Society 5.0 Dan Revolusi Industri 4.0) Di Bidang Pendidikan Melalui Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Prosiding Seminar Manajemen SI, I, 1*, 1–6.
- Lubis, A. S., & Lubis, A. R. (2024). Proposed Human Resource Competency For Society 5.0. *Mimbar Ilmu*, 29(1), 46–55. <https://doi.org/10.23887/Mi.V29i1.71535>
- Lumbantoruan, R. S., Mulyana, N., & Santoso, M. B. (2020). Bandung Creative City Forum (Bccf) Sebagai Penggerak Generasi Milenial Dalam Menciptakan Perubahan Di Kota Bandung. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 127–141.
- Maharani, L. (2025). *Analisis Disiplin Kerja Pada Pekerja Generasi Z (Studi Kasus: Pekerja Generasi Z Berasal Dari Yogyakarta)*. Universitas Islam Indonesia.
- Mayla Farida Shofiyanti, F. L. N. (2024a). Peran Kewirausahaan Sosial Dalam Membangun Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 2(3), 203–214.
- Mayla Farida Shofiyanti, F. L. N. (2024b). Peran Kewirausahaan Sosial Dalam Membangun Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 2(3), 203–214.
- Nugroho, C. A., & Nursikin, M. (2025). Budaya Literasi Sebagai Penguat Pendidikan Karakter Di Era Society 5.0. *Al Iman: Jurnal Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 9(1), 1–28.
- Nurbayanti. (2022). Prestige Over Profit: The Practice Of Digital Entrepreneurship Among Millennial Generation In Indonesia. *Jispo: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 26(1).
- Nurhidayanti, M. (2025). Pengaruh Umkm Terhadap Stabilitas Ekonomi Di Tengah Krisis Global. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(1), 22–29.
- Prasetyo, W. (2019). Society 5.0 Milennial Generation:

- Digital Talents Formula Of Global Open Government And Smart Cities. *Jrab:Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 4(2), 623–643.
- Prayoga, R. A., & Lajira, T. (2021). Strategi Pengembangan Kualitas Sdm “Generasi Millenial & Generasi Z” Dalam Menghadapi Persaingan Global Era 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 1(1), 37–40.
- Priatna, A. (2025). Peran Generasi Muda Dalam Pengembangan Ekonomi Islam Di Indonesia Pada Era Digital. *Journal Of Islamic Finance And Economics*, 2(02), 240–253.
- Putrayasa, I. M., Suwindia, I. G., & Ari Winangun, I. M. (2024). Transformasi Literasi Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Untuk Generasi Muda. *Education And Social Sciences Review*, 5(2), 156. <https://doi.org/10.29210/07essr501400>
- Putri, S. F. S., & Salsabila, Z. A. (2021). Kewirausahaan Digital Teknologi: Potensi Persiapan Pebisnis Millenial Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0 & 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, 1(5), 607–610.
- Putu Diah Asrida, Gede Agus Adi Saputra, K. N. C. W. (2024). Transformasi Digital Umkm: Analisis Pengaruh Pemanfaatan E- Commerce Terhadap Kinerja Umkm Di Sektor Kuliner Kabupaten Tabanan. *Journal Research Of Accounting (Jarac)*, 6(2), 141–151.
- Rahayu, R., Aulia, R., Atriani, E., & Arsal, M. (2024). *Transformasi Digital Terhadap Peran Akuntan Sebagai Konsultan Digital : Dampak Sosial Dan Ekonomi Terhadap*. 5(2), 285–293.
- Rahmawati, E., Ningsih, A., Nabila, D. D., Lestari, A. P., Sumbawa, U., Besar, S., Info, A., History, A., Transformation, D., & Opportunities, N. (2024). Transformasi Digital: Peluang Baru Bagi. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 12(2), 178–186.
- Rijal Pahrijal, S. (2023). Eksplorasi Hubungan Antara Kewirausahaan Dan Pertumbuhan Ekonomi: Studi Perbandingan Tentang Negara Maju Dan Negara Berkembang. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3).
- Rosli, M. H., Jahari, N. A., Md Moid, M., & Hassan, N. H. (2022). Social Media Influencers And Digital Economy: Moving Forward. *Info Usahawan*.
- Rusmini, M. E., Masfiah, A. L., Rohman, M. T., Amanda, P. A., & Zahro, S. F. (2022). Peluang Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era Society 5.0 Bagi Generasi Milenial. *Risalah Iqtisadiyah: Journal Of Sharia Economics*, 1(1), 26–34.
- Saragih, M. H., & Kurniawan, S. (2022). The Influence Of Self-Efficacy And Motivation On Entrepreneurial Intentions Among Millennial Business Students. *Jurnal Simki Economic*, 5(1), 7–19. <https://doi.org/10.29407/Jse.V5i1.80>
- Setiawan, Z., Jauhar, N., Akmarul, D., Santosa, A. D., Fenanlampir, K., Sembel, H. F., Harto, B., Roza, T. A., Dermawan, A. A., & Rukmana, A. Y. (2023). *Kewirausahaan Digital*. Pt Global Eksekutif Teknologi.
- Setiawati, Adriani, W. (2022). Setiawati, R., Adriani, Z., & Wediawati, B. (2022). Entrepreneurial Interest In Startup Business Based On Entrepreneurial Literacy And Digital Literacy. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 10(4), 235–250. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan*, 10(4), 235–250.
- Sri Adiningsih, S. E. (2019). *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia: Lahirnya Tren Baru Teknologi, Bisnis, Ekonomi, Dan Kebijakan Di Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sri Wahyu, S. (2023). Peran Milenial Dalam Digital Ecotourism Di Era Society 5.0. *Jap:Jurnal Akuntansi Pajak*, 23(2).
- Sulistyowati, R., & Artanti, Y. (2025). *Transformasi Digital Dan Inovasi*. Cv Tahta Media Group.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2012). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed. 2*. Kencana.
- Teknowijoyo, F., & Marpelina, L. (2022). Relevansi Industri 4.0 Dan Society 5.0 Terhadap Pendidikan Di Indonesia. *Educatio*, 16(2), 173–184. <https://doi.org/10.29408/Edc.V16i2.4492>
- Wasilah, F., Kholidul Mufid, A., Rosidi, I., Zulfani, N. A., & Faujiah, A. (2021). Optimalisasi Peran Generasi Millenial Dalam Mengembangkan Kewirausahaan Berbasis Digital (Studi Kasus Usaha Online Bucket Dan Hampers). *The 2nd Ico Edusha 2021 Proceedings Of International Conference On Islam Education Management And Sharia Economics*, 2(1), 710–719. <https://prosiding.stainim.ac.id>
- Wibowo, A. (2024). Riset Kelanggengan Bisnis Dalam Ekosistem Digital:(Business Sustainability Research In Digital Ecosystems). *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1–266.
- Widiasih, N. P. S., & Darma, G. S. (2021). Millennial Digital Content Creator On New Normal Era: Factors Explaining Digital Entrepreneur Intention. *Asia Pacific Management And Business Application*, 010(02), 161–176. <https://doi.org/10.21776/Ub.Apmba.2021.010.02.4>
- Yulia, S., & Purnama, D. I. (2021). *Peran Generasi Milenial Dalam Pemulihan Dunis Bisnis Melalui*

Kewirausahaan Di Era Pasca Pandemi. 1363–1366.

Zulpatli, R., Lubis, A. B., & Hasibuan, B. (2025). Peran Kewirausahaan Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Era Digital. *Jurnal Industri, Manajemen Dan Rekayasa Sistem Industri*, 0–3.

Zuraidah, Z. (2025). Faktor-Faktor Sukses Wirausaha Bagi Wirausaha Muda Di Era Masyarakat 5.0. *International Journal Of Bussines And Applied Economics*, 4. <https://doi.org/10.55927/Ijbac.V4i1.13074>