An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026, 1 - 12
E-ISSN: 0000-0000
https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

GEN-Z ENTREPRENEUR:PELUANG DAN TANTANGAN BISNIS DI ERA DIGITAL

Arie Bastian Hadinata[1], Nadia Ayu Syahriani[2], Naila Hamidah[3], Nofi Meysella[4], Nova Elyza[5]
Ariebastianhadinatata@gmail.com[1] nadiaayu1812@gmail.com[2]
nailahmddd@gmail.com[3] meysellanofi@gmail.com[4]
novaelyza034@gmail.com[5]
Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai[1,2,3,4,5]

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial, literasi digital, dan literasi keuangan terhadap minat kewirausahaan di era digital. Perkembangan teknologi digital telah membuka berbagai peluang baru bagi masyarakat, khususnya generasi muda, untuk memulai dan mengembangkan usaha melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital. Namun, di sisi lain, kewirausahaan di era digital juga menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan usaha yang semakin ketat, perubahan teknologi yang cepat, serta perubahan perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan kewirausahaan karena dapat digunakan sebagai sarana promosi, komunikasi dengan pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar. Selain itu, kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital dan memahami pengelolaan keuangan juga menjadi faktor penting dalam menunjang keberhasilan usaha di era digital. Dengan demikian, kewirausahaan di era digital memiliki peluang yang besar bagi pelaku usaha untuk berkembang, namun juga memerlukan kemampuan adaptasi, inovasi, serta pemanfaatan teknologi secara optimal agar mampu bersaing di pasar.

Kata kunci: Gen Z, Kewirausahaan, Bisnis Digital, Peluang, Tantangan

Abstract
Abstract This study aims to analyze the influence of social media, digital literacy, and financial literacy on entrepreneurial interest in the digital era. The development of digital technology has opened up new opportunities for people, especially the younger generation, to start and develop businesses through the use of social media and digital platforms. However, entrepreneurship in the digital era also faces various challenges, such as increasingly fierce business competition, rapid technological change, and changes in consumer behavior. This study used a qualitative approach with descriptive research. Data collection techniques included interviews, observation, and documentation. The informants in this study were three entrepreneurs who utilize social media as a means of product marketing. The results indicate that social media plays a crucial role in supporting entrepreneurial activities because it can be used as a means of promotion, communication with

An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026, 1 - 12
E-ISSN: 0000-0000
https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

customers, and expanding market reach. Furthermore, the ability to utilize digital technology and an understanding of financial management are also crucial factors in supporting business success in the digital era. Thus, entrepreneurship in the digital era offers significant opportunities for entrepreneurs to grow, but also requires adaptability, innovation, and optimal use of technology to compete in the market.

Keywords: *Gen Z, Entrepreneurship, Digital Bussiness, Opportunities,Challenges*

A. PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, kewirausahaan telah menjadi sektor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus menyediakan sarana bagi individu untuk menyalurkan kreativitas dan inovasi mereka. Generasi muda, khususnya Generasi Z (Gen-Z), semakin tertarik untuk memasuki dunia bisnis karena mereka memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi modern dan cenderung mencari fleksibilitas dalam pekerjaan mereka. Perkembangan teknologi digital seperti media sosial dan platform e-commerce juga memberikan peluang signifikan bagi Gen-Z untuk memulai dan mengembangkan bisnis dengan lebih mudah. Media sosial berfungsi tidak hanya sebagai sarana komunikasi tetapi juga sebagai media promosi, sumber inspirasi, dan tempat untuk membangun hubungan dengan pelanggan. Namun, penggunaan media sosial yang optimal membutuhkan dukungan literasi digital yang baik agar individu dapat mengakses, memahami, dan menggunakan informasi secara efektif. Lebih lanjut, literasi keuangan juga memainkan peran penting dalam mendukung kesuksesan kewirausahaan, khususnya dalam manajemen keuangan, investasi, dan pengambilan keputusan bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial, literasi digital, dan literasi keuangan terhadap minat kewirausahaan Gen-Z di Labuhanbatu, dengan harapan dapat memberikan wawasan dan menambah literatur akademis tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat kewirausahaan di kalangan generasi muda.

B. KAJIAN TEORI

Kewirausahaan adalah proses menciptakan, mengembangkan, dan mengelola bisnis baru dengan memanfaatkan peluang yang ada dan menggabungkan berbagai sumber daya untuk menghasilkan nilai ekonomi. Dengan perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, konsep kewirausahaan di era digital telah mengalami perubahan signifikan. Perkembangan ini tidak hanya menghadirkan peluang bisnis baru tetapi juga mengubah cara individu menjalankan bisnis, termasuk pemasaran, produksi, dan distribusi. Generasi Z, yang tumbuh di lingkungan digital, dicirikan oleh kemampuan adaptasi yang lebih besar terhadap teknologi, kreativitas, dan kecenderungan untuk memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan konten digital sebagai sarana kewirausahaan. Namun, keterlibatan Gen Z dalam kewirausahaan formal masih relatif

An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026, 1 - 12
E-ISSN: 0000-0000
https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

rendah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun generasi ini memiliki potensi digital yang signifikan, penerapannya di dunia bisnis masih suboptimal. Oleh karena itu, strategi yang tepat diperlukan untuk mengembangkan potensi ini.

Media sosial merupakan pengaruh besar terhadap minat kewirausahaan, khususnya di kalangan generasi muda. Selain berfungsi sebagai sarana komunikasi, media sosial juga dapat digunakan untuk promosi, pemasaran, dan sebagai sumber informasi bisnis. Melalui media sosial, individu dapat menjangkau pasar yang lebih luas, membangun hubungan dengan konsumen, dan memperoleh ide serta inspirasi untuk pengembangan bisnis. Oleh karena itu, penggunaan media sosial yang efektif dapat meningkatkan minat dan peluang keberhasilan dalam kegiatan kewirausahaan. Lebih lanjut, literasi digital juga merupakan faktor penting dalam mendukung pengembangan kewirausahaan di era modern. Literasi digital mencakup kemampuan individu untuk mengakses, memahami, dan memanfaatkan teknologi dan informasi secara efektif dan bijaksana. Individu dengan tingkat literasi digital yang tinggi lebih mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memaksimalkan peluang bisnis berbasis digital. Sebaliknya, kurangnya literasi digital dapat menyebabkan penggunaan teknologi yang tidak produktif dan bahkan menghambat pengembangan bisnis.

Selain literasi digital, literasi keuangan juga memainkan peran penting dalam mendukung keberhasilan kegiatan kewirausahaan. Literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan individu untuk mengelola keuangan, memahami berbagai risiko ekonomi, dan membuat keputusan keuangan yang tepat. Tingkat literasi keuangan yang rendah dapat menghambat pengelolaan modal dan keberlanjutan bisnis, sehingga meningkatkan pemahaman tentang manajemen keuangan sangat penting bagi calon pengusaha. Lebih lanjut, konsep edupreneurship muncul sebagai bentuk integrasi antara pendidikan dan kewirausahaan. Edupreneurship menekankan pentingnya inovasi, kreativitas, dan penggunaan teknologi untuk menciptakan peluang bisnis di sektor pendidikan. Di era digital, konsep ini menawarkan berbagai peluang melalui penggunaan teknologi seperti pembelajaran daring dan platform digital. Namun, implementasi edupreneurship juga menghadapi beberapa tantangan, seperti kesenjangan akses terhadap teknologi dan meningkatnya persaingan.

Lebih lanjut, kewirausahaan digital membutuhkan individu untuk tidak hanya memiliki keterampilan teknis tetapi juga kreativitas, inovasi, dan kemampuan untuk melihat peluang di tengah perubahan yang terus berlangsung. Generasi Z memiliki peluang signifikan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi digital untuk menciptakan bisnis inovatif. Namun, mereka masih membutuhkan dukungan berupa pelatihan, motivasi, dan pembentukan karakter untuk bersaing secara berkelanjutan di dunia bisnis. Berdasarkan uraian ini, dapat disimpulkan bahwa minat dalam kewirausahaan di era digital dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, yaitu media sosial, literasi digital, dan literasi keuangan. Ketiga faktor ini saling terkait dan merupakan elemen penting dalam mendorong munculnya wirausahawan muda yang adaptif, inovatif, dan mampu bersaing di tengah globalisasi.

C. METODE PENELITIAN

An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026, 1 - 12
E-ISSN: 0000-0000
https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam fenomena minat kewirausahaan di kalangan Generasi Z dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti media sosial, literasi digital, dan literasi keuangan. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman pengalaman, pandangan, dan persepsi individu mengenai kewirausahaan di era digital. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk secara sistematis mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena berdasarkan data yang diperoleh di lapangan. Melalui metode ini, peneliti berupaya untuk mengilustrasikan bagaimana media sosial, literasi digital, dan literasi keuangan berperan dalam mempengaruhi minat kewirausahaan di kalangan Generasi Z. Subjek dalam penelitian ini adalah Generasi Z di wilayah Binjai yang memiliki minat atau pengalaman dalam kegiatan kewirausahaan. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian, seperti individu yang aktif menggunakan media sosial, memiliki pemahaman dasar tentang teknologi digital, atau memiliki minat dalam bisnis. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan dengan informan untuk memperoleh informasi tentang pandangan mereka mengenai kewirausahaan, penggunaan media sosial dalam bisnis, dan pemahaman mereka tentang literasi digital dan keuangan. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas dan perilaku informan terkait penggunaan media sosial dan kegiatan kewirausahaan. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian, termasuk catatan, foto, dan sumber tertulis yang relevan dengan penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, yang melibatkan tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data yang diperoleh dari lapangan. Data kemudian disajikan dalam deskripsi naratif agar lebih mudah dipahami. Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data. Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan triangulasi, yaitu membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber dan metode pengumpulan data. Teknik ini diharapkan dapat meningkatkan validitas dan reliabilitas data yang diperoleh, sehingga memberikan gambaran yang lebih akurat tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat kewirausahaan di kalangan Generasi Z di era digital.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026, 1 - 12
E-ISSN: 0000-0000
https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara kepada beberapa pelaku usaha, diperoleh informasi mengenai pengalaman para pedagang dalam menjalankan usaha di era digital. Wawancara dilakukan kepada tiga informan yang memiliki jenis usaha yang berbeda serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk.

Informan pertama adalah Salsadila (25 tahun) yang menjalankan usaha cireng. Berdasarkan hasil wawancara, Salsadila menyampaikan bahwa ia mulai menjalankan usahanya untuk menambah penghasilan sekaligus memanfaatkan peluang usaha makanan yang cukup diminati masyarakat. Dalam menjalankan usahanya, Salsadila memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram sebagai sarana untuk mempromosikan produk yang dijualnya. Ia biasanya mengunggah foto produk cireng yang dibuatnya serta memberikan informasi mengenai harga dan cara pemesanan. Menurutnya, penggunaan media sosial sangat membantu dalam memperkenalkan produknya kepada lebih banyak pelanggan serta mempermudah proses komunikasi dengan pembeli. Namun, Salsadila juga menyampaikan bahwa persaingan usaha makanan saat ini cukup tinggi karena banyak pedagang lain yang menjual produk serupa.

Informan kedua adalah Eka Suryana (39 tahun) yang menjalankan usaha puding kelapa. Berdasarkan hasil wawancara, Eka Suryana memulai usahanya karena melihat adanya peluang usaha makanan yang cukup diminati masyarakat. Dalam memasarkan produknya, Eka Suryana menggunakan WhatsApp dan Facebook sebagai media promosi. Ia biasanya membagikan informasi mengenai produk yang dijual, seperti foto puding kelapa yang dibuat serta informasi pemesanan kepada pelanggan melalui media sosial tersebut. Menurutnya, penggunaan media sosial sangat membantu dalam memperluas jangkauan pemasaran karena produk yang dijual dapat diketahui oleh lebih banyak orang. Selain itu, komunikasi dengan pelanggan juga menjadi lebih mudah karena dapat dilakukan secara langsung melalui pesan di media sosial. Meskipun demikian, Eka Suryana juga menyampaikan bahwa salah satu tantangan yang dihadapi adalah persaingan usaha yang semakin meningkat.

Informan ketiga adalah Yanti Kusmala (50 tahun) yang menjalankan usaha kue kering. Berdasarkan hasil wawancara, Yanti Kusmala memasarkan produknya melalui Facebook. Ia biasanya mengunggah foto produk kue kering yang dibuatnya serta memberikan informasi mengenai harga dan cara pemesanan kepada pelanggan. Menurutnya, penggunaan media sosial membantu dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat yang lebih luas. Melalui Facebook, ia dapat menjangkau pelanggan dari berbagai kalangan serta menerima pesanan dengan lebih mudah. Namun demikian, Yanti Kusmala juga menyampaikan bahwa penggunaan teknologi digital masih memerlukan proses

An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026, 1 - 12
E-ISSN: 0000-0000
https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

penyesuaian, terutama bagi pelaku usaha yang sebelumnya lebih terbiasa melakukan penjualan secara langsung kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan tersebut, dapat diketahui bahwa media sosial memiliki peran yang cukup penting dalam mendukung kegiatan kewirausahaan di era digital. Para pelaku usaha memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, komunikasi dengan pelanggan, serta untuk memperluas jangkauan pasar. Meskipun demikian, para pelaku usaha juga menghadapi beberapa tantangan, seperti meningkatnya persaingan usaha dan kebutuhan untuk terus menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital.

2. Pembahasan

Kewirausahaan di era digital menghadirkan tantangan dan peluang yang berbeda dibandingkan era sebelumnya. Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah cara para pengusaha menjalankan bisnis mereka. Di satu sisi, perubahan ini menghadirkan berbagai tantangan seperti persaingan yang semakin ketat, perubahan teknologi yang cepat, dan kebutuhan untuk terus beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang selalu berubah. Namun, di sisi lain, era digital juga membuka peluang baru bagi para pengusaha untuk mengembangkan bisnis mereka secara lebih luas dan inovatif (hlm. 11–13). Salah satu tantangan utama yang dihadapi kewirausahaan di era digital adalah meningkatnya persaingan. Kemudahan akses terhadap teknologi memungkinkan lebih banyak pengusaha untuk memasuki pasar dengan inovasi produk dan layanan yang lebih menarik. Situasi ini mengharuskan para pengusaha untuk terus meningkatkan kualitas produk, memperkuat strategi pemasaran, dan membangun citra merek yang kuat untuk bersaing di pasar. Lebih lanjut, perkembangan teknologi yang pesat juga menghadirkan tantangan unik bagi para pengusaha. Para pengusaha dituntut untuk terus mengikuti perkembangan teknologi dan mampu memanfaatkannya dalam kegiatan bisnis mereka agar tetap relevan dengan kebutuhan konsumen (hlm. 11–13).

Tantangan lain yang dihadapi oleh para pengusaha di era digital adalah perubahan perilaku konsumen yang cepat. Konsumen saat ini memiliki banyak pilihan ketika memilih produk atau layanan yang mereka gunakan. Oleh karena itu, para pengusaha harus mampu memahami kebutuhan dan tren pasar untuk menyesuaikan strategi bisnis mereka. Lebih lanjut, ketergantungan pada platform digital merupakan tantangan, karena perubahan kebijakan atau algoritma pada platform ini dapat berdampak pada visibilitas dan keberlanjutan bisnis (hlm. 257–260). Selain tantangan-tantangan ini, era digital juga menghadirkan peluang signifikan bagi pengembangan kewirausahaan. Salah satu peluang utama adalah memperluas jangkauan pasar melalui penggunaan teknologi digital. Dengan internet dan media sosial, para pengusaha dapat memasarkan produk mereka tidak

An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026, 1 - 12
E-ISSN: 0000-0000
https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

hanya di komunitas lokal mereka tetapi juga ke pasar yang lebih luas, bahkan di tingkat nasional dan global. Lebih lanjut, meningkatnya jumlah pengguna internet dan smartphone di Indonesia juga menghadirkan peluang signifikan bagi pengembangan bisnis berbasis digital (hlm. 249).

Perkembangan e-commerce dan penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp juga telah menjadi alat penting untuk pemasaran produk. Media sosial memungkinkan bisnis untuk mempromosikan produk, berinteraksi langsung dengan konsumen, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan mereka. Hal ini menjadikan media sosial sebagai strategi pemasaran yang efektif bagi bisnis, terutama usaha kecil dan menengah (UKM) (hlm. 249). Lebih lanjut, perkembangan teknologi digital juga telah mendorong terciptanya berbagai inovasi dalam produk dan layanan. Inovasi ini merupakan faktor penting dalam mempertahankan daya saing di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Perusahaan dan bisnis perlu terus berinovasi dalam produk, melakukan diversifikasi bisnis, dan memahami strategi pemasaran yang tepat untuk bertahan dan berkembang di era digital (hlm. 36).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan di era digital memiliki tantangan dan peluang yang saling berkaitan. Tantangan seperti persaingan yang ketat, perkembangan teknologi yang cepat, serta perubahan perilaku konsumen menuntut para pelaku usaha untuk terus beradaptasi dan berinovasi. Namun di sisi lain, perkembangan teknologi digital juga memberikan berbagai peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis mereka melalui pemanfaatan media sosial, teknologi digital, serta inovasi produk dan layanan. Oleh karena itu, kemampuan dalam memanfaatkan teknologi dan membaca peluang pasar menjadi kunci penting bagi keberhasilan kewirausahaan di era digital.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan tentang kewirausahaan di era digital, dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, telah memberikan dampak signifikan pada aktivitas kewirausahaan. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi tetapi juga berfungsi sebagai alat promosi yang efektif untuk memperkenalkan produk, menjangkau basis pelanggan yang lebih luas, dan menyederhanakan transaksi antara penjual dan pembeli. Hal ini terbukti dari wawancara dengan informan yang menggunakan platform digital seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook untuk memasarkan produk mereka. Lebih lanjut, temuan penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan di era digital menghadirkan tantangan dan peluang.

Tantangan tersebut meliputi peningkatan persaingan bisnis, perubahan teknologi yang cepat, dan pergeseran perilaku konsumen yang mengharuskan para pengusaha untuk terus beradaptasi. Namun, di sisi lain, perkembangan teknologi

An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026, 1 - 12
E-ISSN: 0000-0000
https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

digital juga membuka peluang signifikan bagi para pengusaha untuk mengembangkan bisnis mereka melalui penggunaan media sosial, internet, dan berbagai platform digital lainnya. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital, memahami informasi digital, dan mengelola keuangan secara efektif merupakan faktor penting dalam mendukung kesuksesan kewirausahaan.

Oleh karena itu, media sosial, literasi digital, dan literasi keuangan merupakan elemen yang saling terkait dalam mendorong minat dan kesuksesan kewirausahaan di kalangan generasi muda. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan di era digital menawarkan peluang signifikan bagi kaum muda, khususnya Generasi Z, untuk mengembangkan bisnis yang inovatif dan kreatif. Namun, untuk memanfaatkan peluang ini secara optimal, mereka membutuhkan kemampuan untuk menggunakan teknologi, meningkatkan literasi digital dan keuangan, serta beradaptasi dengan pasar yang terus berubah.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, Agung Kesuma, Nurintan Aysiah Siregar, dan Mulkan Ritonga. 2025. "Pengaruh Media Sosial, Literasi Digital dan Literasi Finansial terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z di Labuhanbatu." Economics and Digital Business Review, 6(2): 1321–1337.

Anjelina, Rada, dan Fita Azzahra. 2025. "Tantangan dan Peluang Edupreneurship: Kajian Literatur di Era Digital." Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, 2(1): 1–4.

Arifin, Z., dkk. 2023. Pengantar & Model Kewirausahaan Era Digital. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Dila, R., A. Syarif, H. Irawan, dan J. Veri. 2025. Technopreneurship: Menjadi Wirausaha Sukses Berbasis Teknologi. Penerbit Fahmi Karya.

Effendy, Aidil Amin, Denok Sunarsi, dan Widhi Wicaksono. 2024. "Peluang Bisnis Gen Z di Era Digital: Tinjauan Literatur Sistematis." Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen dan Sumberdaya, 4(2): 63–67.

Manoma, Suharli, dan Irsad Muhammad. 2025. "Sosialisasi Transformasi Gen Z dalam Berwirausaha di Era Digital." Jurnal Pengabdian Sosial, 2(3).

Setyawati, Amelia, dkk. 2024. Kewirausahaan pada Era Digital. Eureka Media Aksara.