

# PORTOFOLIO STUDI SOSIAL EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN

## Dosen Pengampu:

Dr. Pujiati, M.Pd.

Dr. Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd.

Dr. Nikki Tri Sakung, S.Pd., M.Pd.



## DISUSUN OLEH:

Indri Mutiara (2523031001)

**MAGISTER PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2026**

Perkembangan teknologi digital telah menjadi salah satu faktor utama yang mendorong transformasi sosial ekonomi masyarakat di seluruh dunia. Revolusi Industri 4.0 yang ditandai dengan pemanfaatan internet, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), big data, dan teknologi digital lainnya telah mengubah pola produksi, distribusi, konsumsi, serta interaksi sosial masyarakat. Perubahan tersebut tidak hanya berdampak pada sektor ekonomi, tetapi juga memengaruhi struktur sosial, budaya, pendidikan, dan dunia kerja.

Di Indonesia, transformasi digital memberikan peluang besar bagi perkembangan kewirausahaan. Kehadiran berbagai platform digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan inovasi produk dan layanan. Pada saat yang sama, digitalisasi juga menimbulkan tantangan berupa kesenjangan akses teknologi, perubahan pola kerja, serta meningkatnya persaingan usaha.

Dalam perspektif ilmu sosial, transformasi digital merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji karena memperlihatkan hubungan antara perkembangan teknologi dan perubahan masyarakat. Teori modernisasi menjelaskan bahwa kemajuan teknologi menjadi faktor utama yang mendorong perubahan sosial dan ekonomi. Sementara itu, teori inovasi Schumpeter menegaskan bahwa kewirausahaan merupakan motor penggerak pembangunan ekonomi melalui penciptaan inovasi yang mampu menghasilkan nilai tambah bagi masyarakat.

Melalui portofolio ini, berbagai fenomena sosial ekonomi dan kewirausahaan di era digital dianalisis secara kritis menggunakan pendekatan multidisipliner sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika masyarakat modern.

## **PORTOFOLIO 1**

### **Transformasi Digital UMKM dan Perubahan Struktur Ekonomi Masyarakat**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 99% unit usaha di Indonesia berasal dari sektor UMKM. Kehadiran teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola pengelolaan usaha sehingga mendorong terjadinya transformasi ekonomi masyarakat. Digitalisasi memungkinkan pelaku UMKM memanfaatkan platform e-commerce, media sosial, dan layanan pembayaran digital untuk memperluas pasar serta meningkatkan efisiensi bisnis.

Menurut teori Difusi Inovasi Rogers (2003), proses adopsi teknologi berlangsung melalui beberapa tahapan, yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Dalam konteks UMKM, keberhasilan digitalisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami manfaat teknologi serta kesiapan sumber daya manusia yang dimiliki. Pelaku usaha yang mampu beradaptasi dengan teknologi cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pelaku usaha yang masih mengandalkan metode konvensional.

Dari perspektif sosial ekonomi, digitalisasi UMKM menciptakan perubahan yang cukup besar terhadap pola konsumsi dan distribusi barang. Sebelum era digital, transaksi ekonomi sebagian besar dilakukan secara tatap muka. Saat ini, transaksi dapat dilakukan secara daring melalui berbagai aplikasi digital. Perubahan tersebut menyebabkan munculnya lapangan kerja baru seperti digital marketer, content creator, affiliate marketer, dan pengelola toko online. Fenomena ini menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya mengubah cara berbisnis tetapi juga menciptakan struktur pekerjaan baru dalam masyarakat.

Penelitian Abdullah et al. (2025) menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan produktivitas usaha, memperluas akses pasar, serta meningkatkan pendapatan pelaku UMKM. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori inovasi Schumpeter yang menyatakan bahwa inovasi merupakan faktor utama pertumbuhan ekonomi. Namun demikian, digitalisasi juga menimbulkan kesenjangan digital antara masyarakat yang memiliki akses teknologi dengan mereka yang belum mampu memanfaatkan teknologi secara optimal.

Berdasarkan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa digitalisasi UMKM merupakan salah satu bentuk transformasi sosial ekonomi yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, keberhasilan transformasi tersebut memerlukan dukungan pemerintah, pendidikan digital, dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia agar manfaat teknologi dapat dirasakan secara merata.

## **PORTOFOLIO 2**

### **Kewirausahaan Berkelanjutan dan Pencapaian SDGs**

Kewirausahaan pada era modern tidak lagi hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi semata, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Konsep ini dikenal sebagai *sustainable entrepreneurship* atau kewirausahaan berkelanjutan. Pendekatan tersebut muncul

sebagai respons terhadap berbagai permasalahan global seperti kemiskinan, perubahan iklim, dan kerusakan lingkungan.

Menurut teori Triple Bottom Line yang dikembangkan Elkington (1997), keberhasilan suatu usaha tidak hanya diukur dari keuntungan (*profit*), tetapi juga dari kontribusinya terhadap masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*). Dalam perspektif ini, seorang wirausahawan dituntut mampu menciptakan inovasi yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga memberikan manfaat sosial yang luas.

Penelitian Nuringsih et al. (2024) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berkelanjutan memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran sosial mahasiswa serta meningkatkan komitmen terhadap pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs). Temuan ini menunjukkan bahwa kewirausahaan dapat menjadi instrumen penting dalam menciptakan pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan.

Perkembangan bisnis ramah lingkungan di Indonesia menunjukkan adanya perubahan paradigma masyarakat terhadap aktivitas ekonomi. Saat ini mulai berkembang berbagai usaha berbasis energi terbarukan, pengolahan sampah, pertanian organik, dan ekonomi sirkular yang berupaya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Transformasi tersebut menunjukkan bahwa kewirausahaan memiliki peran strategis dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan perlu diarahkan tidak hanya untuk menghasilkan keuntungan ekonomi tetapi juga untuk menciptakan inovasi sosial yang mampu menjawab berbagai tantangan global.

## **PORTOFOLIO 3**

### **Peran Pemuda dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Digital**

Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang yang sangat luas bagi generasi muda untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi kreatif. Kemajuan internet, media sosial, dan platform digital memungkinkan pemuda tidak hanya menjadi konsumen teknologi, tetapi juga menjadi produsen konten, pelaku usaha digital, serta inovator yang mampu menciptakan berbagai peluang ekonomi baru. Fenomena ini menunjukkan bahwa transformasi digital telah mengubah peran pemuda dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*).

Menurut Teori Modal Manusia (*Human Capital Theory*) yang dikembangkan oleh Gary Becker, pendidikan, keterampilan, dan pengalaman merupakan investasi yang dapat meningkatkan produktivitas individu. Dalam konteks ekonomi kreatif digital, kemampuan mengelola teknologi, kreativitas, komunikasi, dan inovasi menjadi modal utama yang menentukan keberhasilan seseorang dalam membangun usaha. Semakin tinggi kemampuan yang dimiliki, semakin besar peluang individu untuk bersaing dalam ekonomi digital.

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan kontribusi yang semakin besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Berbagai bidang seperti desain grafis, pemasaran digital, pembuatan konten, animasi, fotografi, videografi, dan pengembangan aplikasi menjadi sektor yang banyak diminati generasi muda. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah menjadi ruang ekonomi baru yang memungkinkan seseorang memperoleh pendapatan tanpa harus memiliki modal besar.

Penelitian Abdullah et al. (2025) menunjukkan bahwa pemuda memiliki peran strategis dalam mendorong inovasi digital melalui pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan kewirausahaan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemampuan adaptasi terhadap teknologi menjadi faktor penting dalam keberhasilan usaha digital. Selain itu, penelitian tersebut juga menemukan bahwa kreativitas dan kemampuan membangun jaringan sosial menjadi modal utama dalam menciptakan peluang ekonomi baru.

Namun demikian, perkembangan ekonomi kreatif digital juga menghadapi berbagai tantangan. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi. Selain itu, ketergantungan pada platform digital menyebabkan pelaku usaha harus mampu mengikuti perubahan algoritma dan tren pasar yang sangat dinamis. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan dan pengembangan keterampilan digital menjadi kebutuhan penting dalam mempersiapkan generasi muda menghadapi perubahan ekonomi masa depan.

Berdasarkan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa pemuda merupakan aktor penting dalam transformasi ekonomi digital. Melalui kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan teknologi, generasi muda mampu menciptakan peluang usaha baru yang berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi nasional sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

## PORTOFOLIO 4

### **Sociopreneurship sebagai Solusi Permasalahan Sosial Masyarakat**

Meningkatnya berbagai permasalahan sosial seperti kemiskinan, pengangguran, kesenjangan ekonomi, dan keterbatasan akses pendidikan mendorong munculnya model kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi tetapi juga berfokus pada penyelesaian masalah sosial. Model kewirausahaan tersebut dikenal sebagai *social entrepreneurship* atau sociopreneurship.

Menurut teori Social Entrepreneurship yang dikembangkan oleh Gregory Dees, sociopreneur merupakan individu yang menggunakan prinsip-prinsip kewirausahaan untuk menciptakan perubahan sosial yang berkelanjutan. Berbeda dengan pengusaha konvensional yang berfokus pada keuntungan finansial, sociopreneur berupaya menghasilkan dampak sosial yang nyata bagi masyarakat.

Dalam perspektif sosial ekonomi, sociopreneurship memiliki peran penting dalam memberdayakan kelompok masyarakat yang selama ini mengalami keterbatasan akses terhadap sumber daya ekonomi. Melalui berbagai program pelatihan, pendampingan usaha, dan pemberian akses pasar, kelompok masyarakat yang sebelumnya tidak produktif dapat memperoleh kesempatan untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa model sociopreneurship mampu meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan berbasis komunitas. Program-program kewirausahaan sosial yang dikembangkan di berbagai daerah Indonesia berhasil meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus memperkuat solidaritas sosial antaranggota komunitas.

Dari perspektif IPS, fenomena sociopreneurship menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi tidak dapat dipisahkan dari dimensi sosial. Kegiatan ekonomi tidak hanya bertujuan menghasilkan keuntungan, tetapi juga dapat menjadi instrumen untuk menciptakan keadilan sosial dan mengurangi kesenjangan ekonomi. Oleh karena itu, pengembangan kewirausahaan sosial perlu mendapat dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta.

Dengan demikian, sociopreneurship merupakan bentuk inovasi sosial yang mampu menjawab berbagai tantangan pembangunan masyarakat modern. Pendekatan ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari keuntungan ekonomi, tetapi juga dari kontribusinya terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat.

## PORTOFOLIO 5

### **Branding Produk UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing**

Persaingan usaha yang semakin ketat pada era digital menuntut pelaku UMKM untuk tidak hanya menghasilkan produk berkualitas, tetapi juga mampu membangun identitas produk yang kuat. Salah satu strategi yang banyak digunakan untuk meningkatkan daya saing usaha adalah melalui proses *branding*. Branding merupakan upaya menciptakan citra dan identitas yang membedakan suatu produk dari produk pesaing.

Menurut teori branding yang dikemukakan oleh Philip Kotler, merek bukan sekadar nama atau logo, tetapi merupakan kumpulan persepsi, pengalaman, dan nilai yang melekat dalam benak konsumen. Merek yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pangsa pasar, dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Dalam era digital, branding menjadi semakin penting karena konsumen memiliki banyak pilihan produk yang dapat diakses melalui internet. Media sosial memungkinkan pelaku UMKM membangun komunikasi yang lebih dekat dengan konsumen melalui berbagai konten kreatif. Oleh karena itu, kemampuan mengelola citra merek menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan usaha.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa strategi branding yang efektif mampu meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan. Pelaku usaha yang memiliki identitas merek yang kuat cenderung lebih mudah dikenal oleh konsumen dan memiliki peluang lebih besar untuk memperluas pasar.

Dari perspektif sosial ekonomi, branding tidak hanya berdampak pada peningkatan keuntungan usaha tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal. Produk-produk daerah yang memiliki identitas kuat mampu menjadi simbol budaya sekaligus sumber pendapatan masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan branding produk lokal menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing ekonomi daerah.

Berdasarkan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa branding merupakan instrumen penting dalam pengembangan kewirausahaan modern. Melalui branding yang efektif, pelaku UMKM dapat meningkatkan nilai tambah produk, memperluas pasar, serta memperkuat posisi usaha dalam menghadapi persaingan global.

## PORTOFOLIO 6

### **Kearifan Lokal sebagai Basis Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan**

Kearifan lokal merupakan seperangkat nilai, norma, dan pengetahuan yang berkembang dalam suatu masyarakat dan diwariskan dari generasi ke generasi. Dalam konteks kewirausahaan, kearifan lokal dapat menjadi sumber inovasi yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif karena mengandung nilai-nilai budaya yang unik dan sulit ditiru oleh pihak lain.

Dalam perspektif teori *Embeddedness* yang dikemukakan oleh Mark Granovetter, aktivitas ekonomi tidak berdiri sendiri tetapi selalu terikat dengan struktur sosial dan budaya masyarakat. Oleh karena itu, keberhasilan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan nilai-nilai budaya yang ada di lingkungan sosialnya.

Di Provinsi Lampung, misalnya, nilai *Piil Pesenggiri*, *Nemui Nyimah*, dan *Sakai Sambayan* dapat menjadi modal sosial dalam mengembangkan usaha berbasis komunitas. Nilai gotong royong dan kerja sama yang terkandung dalam budaya lokal mampu memperkuat jaringan usaha serta meningkatkan kepercayaan antaranggota masyarakat.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa integrasi kearifan lokal dalam aktivitas kewirausahaan mampu meningkatkan keberlanjutan usaha sekaligus memperkuat identitas budaya masyarakat. Produk-produk berbasis budaya lokal memiliki daya tarik tersendiri karena menawarkan nilai autentik yang tidak dimiliki oleh produk massal.

Selain memberikan manfaat ekonomi, pemanfaatan kearifan lokal juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya daerah. Melalui pengembangan usaha berbasis budaya, generasi muda dapat mengenal dan menghargai warisan budaya yang dimiliki masyarakatnya.

Dengan demikian, kearifan lokal memiliki potensi besar sebagai basis pengembangan kewirausahaan yang berkelanjutan. Integrasi antara nilai budaya dan inovasi modern dapat menciptakan model usaha yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian identitas budaya masyarakat.

## PORTOFOLIO 7

### **Ekonomi Kreatif Berbasis Media Sosial sebagai Penggerak Transformasi Ekonomi Digital**

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, dan menjalankan aktivitas ekonomi. Jika pada masa lalu media sosial hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan hiburan, saat ini platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, dan X telah berkembang menjadi ruang ekonomi baru yang menghasilkan berbagai peluang usaha. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi sekadar menjadi alat komunikasi, tetapi telah menjadi bagian penting dari sistem ekonomi digital yang mendorong transformasi sosial dan ekonomi masyarakat.

Dalam perspektif teori *Network Society* yang dikemukakan oleh Manuel Castells, perkembangan teknologi informasi telah menciptakan masyarakat jaringan (*network society*), yaitu masyarakat yang aktivitas sosial, ekonomi, dan politiknya terhubung melalui jaringan digital. Dalam masyarakat jaringan, informasi menjadi sumber daya utama yang menentukan keberhasilan individu maupun organisasi. Oleh karena itu, pelaku usaha yang mampu memanfaatkan jaringan digital secara efektif memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang dibandingkan dengan mereka yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional.

Ekonomi kreatif berbasis media sosial berkembang sangat pesat di Indonesia. Banyak pelaku usaha memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk, membangun hubungan dengan pelanggan, dan menciptakan identitas merek yang kuat. Selain itu, muncul profesi baru seperti *content creator*, *influencer*, *affiliate marketer*, dan *social media specialist* yang sebelumnya tidak dikenal dalam struktur ekonomi tradisional. Fenomena ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah menciptakan lapangan pekerjaan baru yang berbasis kreativitas dan kemampuan mengelola informasi.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan usaha kecil dan menengah. Media sosial memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan metode pemasaran konvensional. Selain itu, interaksi langsung dengan pelanggan melalui media sosial memungkinkan pelaku usaha memahami kebutuhan konsumen secara lebih cepat sehingga dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan.

Dari perspektif sosial ekonomi, perkembangan ekonomi kreatif berbasis media sosial juga membawa perubahan dalam pola konsumsi masyarakat. Konsumen saat ini cenderung mencari informasi produk melalui media sosial sebelum melakukan pembelian. Keputusan konsumsi tidak lagi hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh ulasan pengguna, rekomendasi influencer, dan citra yang dibangun melalui platform digital.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial telah menjadi instrumen penting dalam transformasi ekonomi digital. Keberhasilan pemanfaatan media sosial tidak hanya bergantung pada kemampuan teknologi, tetapi juga pada kreativitas, inovasi, dan kemampuan membangun jaringan sosial yang kuat.

## **PORTOFOLIO 8**

### **Modal Sosial sebagai Faktor Keberhasilan Kewirausahaan di Era Digital**

Keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh modal finansial dan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh modal sosial yang dimiliki oleh pelaku usaha. Modal sosial mencakup kepercayaan, norma sosial, jaringan sosial, dan hubungan kerja sama yang memungkinkan individu maupun kelompok mencapai tujuan bersama secara lebih efektif.

Menurut teori Modal Sosial yang dikembangkan oleh Robert Putnam, modal sosial merupakan sumber daya yang muncul dari hubungan sosial dalam masyarakat. Kepercayaan dan kerja sama yang terbangun di antara anggota masyarakat dapat meningkatkan efektivitas aktivitas ekonomi serta mengurangi biaya transaksi. Dalam konteks kewirausahaan, modal sosial berperan penting dalam membangun jaringan bisnis, memperoleh informasi pasar, dan mengembangkan kemitraan usaha.

Pada era digital, bentuk modal sosial mengalami transformasi. Jika sebelumnya jaringan sosial dibangun melalui interaksi tatap muka, saat ini hubungan sosial juga berkembang melalui platform digital. Komunitas bisnis, forum daring, grup media sosial, dan jaringan profesional berbasis internet memungkinkan pelaku usaha membangun relasi tanpa dibatasi oleh jarak geografis.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa modal sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha mikro dan kecil. Pelaku usaha yang memiliki jaringan sosial yang luas cenderung lebih mudah memperoleh akses terhadap informasi, modal, dan peluang pasar.

Selain itu, tingkat kepercayaan yang tinggi di antara anggota komunitas bisnis dapat meningkatkan kolaborasi dan inovasi.

Dari perspektif sosial ekonomi, modal sosial juga berperan dalam menciptakan ketahanan ekonomi masyarakat. Ketika terjadi krisis ekonomi atau bencana, jaringan sosial yang kuat memungkinkan masyarakat saling membantu dan berbagi sumber daya. Oleh karena itu, modal sosial tidak hanya berfungsi sebagai aset individu tetapi juga sebagai aset kolektif yang mendukung pembangunan ekonomi masyarakat.

Dengan demikian, modal sosial merupakan faktor penting dalam pengembangan kewirausahaan di era digital. Penguatan jaringan sosial, peningkatan kepercayaan, dan pengembangan budaya kolaborasi perlu menjadi bagian dari strategi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

## **PORTOFOLIO 9**

### **Pemberdayaan Ekonomi Desa Melalui Pengembangan Desa Digital**

Perkembangan teknologi informasi telah membuka peluang baru bagi masyarakat desa untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi melalui konsep desa digital. Desa digital merupakan model pembangunan desa yang memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan pelayanan publik, aktivitas ekonomi, dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan.

Dalam perspektif teori Pembangunan Komunitas (*Community Development Theory*), pembangunan yang berkelanjutan harus melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap perencanaan dan pelaksanaan program pembangunan. Teknologi digital dapat menjadi alat yang efektif untuk memperkuat partisipasi masyarakat sekaligus meningkatkan akses terhadap berbagai sumber daya ekonomi.

Transformasi desa digital di Indonesia menunjukkan berbagai dampak positif terhadap kehidupan masyarakat. Kehadiran internet memungkinkan petani memperoleh informasi pasar secara cepat, memasarkan produk secara daring, dan mengakses berbagai layanan keuangan digital. Selain itu, usaha mikro di pedesaan dapat menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform e-commerce.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa pengembangan desa digital mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, memperluas akses pendidikan, dan memperkuat kapasitas ekonomi

lokal. Teknologi digital juga membantu pemerintah desa dalam meningkatkan transparansi pengelolaan keuangan dan pelayanan publik.

Namun demikian, pengembangan desa digital masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan infrastruktur, rendahnya literasi digital, dan kesenjangan akses teknologi. Oleh karena itu, keberhasilan pembangunan desa digital memerlukan dukungan pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat secara bersama-sama.

Berdasarkan analisis tersebut, desa digital dapat dipandang sebagai strategi transformasi sosial ekonomi yang mampu memperkuat kemandirian masyarakat desa sekaligus mengurangi kesenjangan pembangunan antara wilayah perkotaan dan pedesaan.

## **PORTOFOLIO 10**

### **Literasi Keuangan sebagai Fondasi Keberhasilan Kewirausahaan**

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan terkait keuangan secara efektif. Dalam dunia kewirausahaan, literasi keuangan menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan usaha karena berkaitan dengan kemampuan mengelola modal, menyusun anggaran, melakukan investasi, dan mengendalikan risiko bisnis.

Menurut konsep *Financial Literacy*, individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu mengelola sumber daya ekonomi secara efisien dibandingkan mereka yang memiliki tingkat literasi rendah. Kemampuan memahami laporan keuangan, arus kas, dan strategi investasi menjadi aspek penting dalam menjaga keberlanjutan usaha.

Pada era digital, literasi keuangan semakin relevan karena muncul berbagai layanan keuangan berbasis teknologi seperti dompet digital, *mobile banking*, investasi daring, dan *financial technology* (fintech). Teknologi tersebut memberikan kemudahan akses terhadap layanan keuangan, tetapi juga meningkatkan risiko apabila tidak disertai dengan pemahaman yang memadai.

Penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang tinggi memiliki hubungan positif dengan keberhasilan usaha kecil dan menengah. Pelaku usaha yang memahami prinsip-prinsip pengelolaan keuangan cenderung lebih mampu mengembangkan usaha dan menghadapi ketidakpastian ekonomi.

Dari perspektif sosial ekonomi, peningkatan literasi keuangan juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Individu yang mampu mengelola keuangan secara baik cenderung memiliki tingkat kesejahteraan yang lebih tinggi serta lebih siap menghadapi risiko ekonomi di masa depan.

Oleh karena itu, pengembangan literasi keuangan perlu menjadi bagian penting dari pendidikan kewirausahaan. Peningkatan kemampuan pengelolaan keuangan tidak hanya mendukung keberhasilan usaha tetapi juga memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat secara keseluruhan.

## **PORTOFOLIO 11**

### **Kewirausahaan Perempuan dan Pemberdayaan Ekonomi Keluarga**

Perempuan memiliki peran yang semakin penting dalam pembangunan ekonomi modern. Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang yang lebih luas bagi perempuan untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan tanpa harus meninggalkan peran domestik yang masih banyak melekat dalam budaya masyarakat Indonesia. Kehadiran platform digital memungkinkan perempuan menjalankan usaha dari rumah melalui sistem pemasaran daring dan perdagangan elektronik.

Dalam perspektif teori Gender and Development (GAD), pembangunan tidak dapat dipisahkan dari upaya menciptakan kesetaraan akses terhadap sumber daya ekonomi bagi laki-laki dan perempuan. Teori ini menekankan bahwa perempuan harus memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi, memperoleh pendidikan, dan mengakses teknologi.

Perkembangan kewirausahaan perempuan di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan. Banyak usaha mikro dan kecil yang dikelola oleh perempuan berkembang melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital. Aktivitas tersebut tidak hanya meningkatkan pendapatan keluarga tetapi juga memperkuat posisi perempuan dalam pengambilan keputusan ekonomi rumah tangga.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kewirausahaan perempuan berkontribusi terhadap pengurangan kemiskinan, peningkatan kesejahteraan keluarga, dan pembangunan ekonomi

lokal. Namun demikian, perempuan masih menghadapi berbagai hambatan seperti keterbatasan akses modal, stereotip gender, dan beban kerja ganda antara pekerjaan domestik dan ekonomi.

Dari perspektif sosial ekonomi, pemberdayaan perempuan melalui kewirausahaan memiliki dampak yang luas karena keuntungan ekonomi yang diperoleh perempuan sering kali digunakan untuk memenuhi kebutuhan pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan keluarga. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan kewirausahaan perempuan dapat memberikan manfaat yang bersifat multiplikatif bagi pembangunan masyarakat.

Dengan demikian, kewirausahaan perempuan merupakan salah satu instrumen penting dalam mendorong pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

## **PORTOFOLIO 12**

### **Startup Digital sebagai Motor Pertumbuhan Ekonomi Baru**

Kemunculan startup digital merupakan salah satu fenomena paling menonjol dalam transformasi ekonomi pada era digital. Startup adalah perusahaan rintisan yang mengembangkan produk atau layanan berbasis inovasi dan teknologi untuk menjawab kebutuhan masyarakat secara lebih efektif. Di Indonesia, perkembangan startup semakin pesat seiring meningkatnya penggunaan internet dan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut teori inovasi yang dikembangkan oleh Joseph Schumpeter, pertumbuhan ekonomi terjadi melalui proses *creative destruction*, yaitu munculnya inovasi baru yang menggantikan sistem lama yang kurang efisien. Startup digital merupakan contoh nyata dari proses tersebut karena mampu mengubah berbagai sektor ekonomi seperti transportasi, perdagangan, pendidikan, dan layanan keuangan.

Dari perspektif sosial ekonomi, startup digital menciptakan berbagai peluang baru bagi masyarakat. Selain menghasilkan lapangan kerja, startup juga meningkatkan efisiensi ekonomi melalui pemanfaatan teknologi. Kehadiran layanan berbasis aplikasi memudahkan masyarakat mengakses berbagai kebutuhan dengan cepat dan biaya yang lebih rendah.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa ekosistem startup memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Faktor-faktor seperti inovasi teknologi, akses modal ventura, dan dukungan kebijakan pemerintah menjadi elemen penting dalam perkembangan

startup. Namun demikian, tingkat kegagalan startup juga relatif tinggi karena persaingan yang ketat dan perubahan pasar yang sangat cepat.

Dalam konteks pendidikan IPS, fenomena startup digital memberikan contoh nyata mengenai hubungan antara inovasi teknologi, perubahan sosial, dan pembangunan ekonomi. Startup menunjukkan bahwa kreativitas dan kemampuan memecahkan masalah dapat menjadi sumber utama penciptaan nilai ekonomi di era digital.

Berdasarkan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa startup digital merupakan motor pertumbuhan ekonomi baru yang berperan penting dalam mendorong transformasi sosial ekonomi masyarakat modern. Keberhasilan startup sangat bergantung pada kemampuan inovasi, adaptasi teknologi, dan pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas.

## **PORTOFOLIO 13**

### **Green Entrepreneurship sebagai Strategi Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan**

Meningkatnya permasalahan lingkungan seperti perubahan iklim, pencemaran, deforestasi, dan krisis sumber daya alam telah mendorong munculnya paradigma baru dalam dunia usaha yang dikenal sebagai *green entrepreneurship*. Konsep ini menekankan bahwa aktivitas ekonomi harus mampu menciptakan keuntungan finansial sekaligus menjaga kelestarian lingkungan. Dalam era digital, green entrepreneurship semakin berkembang karena didukung oleh inovasi teknologi yang memungkinkan proses produksi menjadi lebih efisien dan ramah lingkungan.

Menurut teori *Sustainable Entrepreneurship*, kewirausahaan berkelanjutan merupakan upaya menciptakan nilai ekonomi dengan tetap memperhatikan dampak sosial dan lingkungan (Dean & McMullen, 2007). Pendekatan ini menempatkan lingkungan sebagai bagian integral dari strategi bisnis. Pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek tetapi juga mempertimbangkan keberlanjutan sumber daya bagi generasi mendatang.

Dalam konteks sosial ekonomi, green entrepreneurship mampu menciptakan lapangan kerja baru di sektor energi terbarukan, pengolahan limbah, pertanian organik, dan industri ramah lingkungan. Selain itu, meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan menyebabkan permintaan terhadap produk berkelanjutan semakin meningkat. Kondisi ini menciptakan peluang usaha yang besar bagi para wirausahawan yang mampu mengembangkan inovasi hijau.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan prinsip keberlanjutan memiliki daya saing yang lebih baik karena memperoleh kepercayaan konsumen yang lebih tinggi (Nuringsih et al., 2024). Selain itu, praktik bisnis hijau juga mampu meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya sehingga mengurangi biaya produksi dalam jangka panjang.

Dari perspektif pendidikan IPS, green entrepreneurship menjadi contoh nyata bagaimana aktivitas ekonomi dapat berkontribusi terhadap penyelesaian masalah lingkungan. Melalui pembelajaran yang mengintegrasikan konsep pembangunan berkelanjutan, peserta didik dapat memahami bahwa pertumbuhan ekonomi tidak harus mengorbankan kelestarian lingkungan.

Dengan demikian, green entrepreneurship merupakan salah satu model kewirausahaan masa depan yang mampu mengintegrasikan tujuan ekonomi, sosial, dan lingkungan secara seimbang. Pengembangan kewirausahaan hijau menjadi langkah strategis dalam mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*).

## **PORTOFOLIO 14**

### **Ekonomi Sirkular dan Inovasi Kewirausahaan Berbasis Daur Ulang**

Model ekonomi konvensional yang berprinsip “ambil, gunakan, dan buang” telah menyebabkan meningkatnya jumlah limbah dan eksploitasi sumber daya alam. Sebagai alternatif, berkembang konsep ekonomi sirkular (*circular economy*) yang menekankan penggunaan kembali sumber daya melalui daur ulang, perbaikan, dan pemanfaatan ulang produk. Konsep ini menjadi semakin relevan dalam era digital karena teknologi memungkinkan pengelolaan sumber daya secara lebih efisien.

Teori ekonomi sirkular menjelaskan bahwa keberlanjutan ekonomi dapat dicapai dengan memperpanjang siklus hidup produk sehingga mengurangi kebutuhan terhadap bahan baku baru. Dalam konteks kewirausahaan, ekonomi sirkular membuka peluang usaha di bidang pengolahan sampah, daur ulang plastik, pengembangan produk ramah lingkungan, dan inovasi berbasis limbah.

Dari perspektif sosial ekonomi, ekonomi sirkular memiliki dampak yang signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Banyak komunitas yang berhasil mengembangkan usaha berbasis pengelolaan sampah menjadi produk bernilai

ekonomi tinggi. Selain memberikan manfaat finansial, aktivitas tersebut juga berkontribusi terhadap pengurangan pencemaran lingkungan.

Penelitian menunjukkan bahwa penerapan ekonomi sirkular dapat meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya sekaligus mengurangi emisi karbon. Di Indonesia, berbagai usaha berbasis daur ulang mulai berkembang melalui pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan distribusi produk.

Dalam perspektif kewirausahaan, ekonomi sirkular mendorong munculnya inovasi yang tidak hanya menghasilkan keuntungan tetapi juga memberikan solusi terhadap permasalahan lingkungan. Wirausahawan dituntut untuk berpikir kreatif dalam mengubah limbah menjadi sumber daya yang bernilai ekonomis.

Oleh karena itu, ekonomi sirkular dapat dipandang sebagai strategi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Integrasi antara inovasi, teknologi, dan kesadaran lingkungan menjadi faktor penting dalam mewujudkan model ekonomi yang lebih ramah lingkungan dan berkeadilan sosial.

## **PORTOFOLIO 15**

### **Globalisasi dan Tantangan Kewirausahaan Lokal**

Globalisasi telah menciptakan dunia yang semakin terhubung melalui perdagangan internasional, teknologi informasi, dan mobilitas manusia. Perkembangan tersebut memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk mengakses pasar global. Namun di sisi lain, globalisasi juga meningkatkan persaingan sehingga menuntut pelaku usaha lokal untuk terus berinovasi.

Menurut teori Sistem Dunia (*World System Theory*) yang dikembangkan oleh Immanuel Wallerstein, perekonomian dunia terdiri atas hubungan antara negara pusat, semi-periferi, dan periferi yang saling terhubung melalui sistem kapitalisme global. Dalam konteks ini, pelaku usaha lokal harus mampu meningkatkan daya saing agar tidak hanya menjadi konsumen produk global tetapi juga menjadi produsen yang mampu menembus pasar internasional.

Globalisasi telah mengubah pola konsumsi masyarakat. Produk dari berbagai negara dapat dengan mudah diakses melalui platform digital. Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha lokal menghadapi persaingan yang semakin ketat dari produk asing. Namun, globalisasi juga

memberikan peluang bagi produk lokal untuk menjangkau pasar internasional melalui e-commerce dan pemasaran digital.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kemampuan inovasi, kualitas produk, dan strategi pemasaran digital menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan usaha lokal dalam menghadapi persaingan global. Produk yang memiliki identitas budaya lokal cenderung memiliki nilai tambah yang lebih tinggi karena menawarkan keunikan yang tidak dimiliki produk massal.

Dari perspektif sosial ekonomi, globalisasi dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat apabila pelaku usaha mampu memanfaatkan peluang yang tersedia. Oleh karena itu, penguatan kapasitas sumber daya manusia, inovasi, dan literasi digital menjadi langkah penting dalam meningkatkan daya saing ekonomi lokal.

Dengan demikian, globalisasi bukan hanya tantangan tetapi juga peluang bagi perkembangan kewirausahaan. Keberhasilan pelaku usaha lokal sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam beradaptasi dengan perubahan global tanpa kehilangan identitas budaya yang dimiliki.

## **PORTOFOLIO 16**

### **Kewirausahaan Sosial dalam Pemulihan Ekonomi Pasca Bencana**

Indonesia merupakan negara yang memiliki tingkat kerentanan tinggi terhadap berbagai jenis bencana alam. Bencana sering kali menyebabkan kerusakan infrastruktur, kehilangan mata pencaharian, dan menurunnya kondisi ekonomi masyarakat. Dalam situasi tersebut, kewirausahaan sosial menjadi salah satu pendekatan yang efektif untuk membantu proses pemulihan ekonomi masyarakat terdampak.

Teori Resiliensi Sosial (*Social Resilience Theory*) menjelaskan bahwa kemampuan masyarakat untuk pulih dari krisis sangat dipengaruhi oleh kapasitas sosial, ekonomi, dan kelembagaan yang dimiliki. Kewirausahaan sosial dapat memperkuat kapasitas tersebut melalui pemberdayaan masyarakat dan penciptaan peluang ekonomi baru.

Dalam praktiknya, banyak organisasi sosial dan komunitas lokal mengembangkan program usaha produktif bagi korban bencana. Program tersebut tidak hanya memberikan bantuan ekonomi tetapi juga meningkatkan keterampilan dan kemandirian masyarakat. Dengan

demikian, masyarakat tidak hanya menjadi penerima bantuan tetapi juga pelaku aktif dalam proses pemulihan.

Penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial mampu mempercepat pemulihan ekonomi pasca bencana melalui penciptaan lapangan kerja dan penguatan jaringan sosial masyarakat. Selain itu, model usaha berbasis komunitas terbukti lebih efektif karena melibatkan partisipasi langsung masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan.

Dari perspektif IPS, fenomena ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi dapat menjadi sarana membangun ketahanan sosial masyarakat. Kewirausahaan tidak hanya dipahami sebagai aktivitas mencari keuntungan tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menghadapi berbagai tantangan.

Oleh karena itu, pengembangan kewirausahaan sosial perlu menjadi bagian dari strategi mitigasi dan pemulihan bencana di Indonesia.

## **PORTOFOLIO 17**

### **Digital Marketing sebagai Strategi Pengembangan UMKM**

Transformasi digital telah mengubah strategi pemasaran yang digunakan oleh pelaku usaha. Jika sebelumnya pemasaran dilakukan melalui media cetak, radio, dan televisi, saat ini digital marketing menjadi strategi utama dalam memperkenalkan produk kepada konsumen.

Menurut konsep *Marketing 4.0* yang dikembangkan oleh Philip Kotler, pemasaran modern mengintegrasikan interaksi daring dan luring dalam membangun hubungan dengan konsumen. Digital marketing memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang lebih efisien.

Perkembangan media sosial, mesin pencari, dan platform e-commerce memberikan berbagai peluang baru bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan. Melalui strategi digital marketing, pelaku usaha dapat melakukan segmentasi pasar yang lebih tepat, membangun hubungan dengan pelanggan, dan mengukur efektivitas promosi secara real time.

Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan digital marketing berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan dan daya saing UMKM. Pelaku usaha yang aktif memanfaatkan media digital cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjangkau pasar dan mempertahankan pelanggan.

Dari perspektif sosial ekonomi, digital marketing membantu mengurangi hambatan akses pasar yang selama ini dihadapi oleh usaha kecil. Dengan biaya promosi yang relatif rendah, pelaku usaha dapat bersaing dengan perusahaan yang memiliki modal lebih besar.

Oleh karena itu, peningkatan kompetensi digital marketing menjadi kebutuhan penting dalam pengembangan kewirausahaan pada era ekonomi digital.

## **PORTOFOLIO 18**

### **Pendidikan Kewirausahaan dalam Membangun Generasi Inovatif**

Pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu instrumen penting dalam mempersiapkan generasi muda menghadapi perubahan ekonomi yang semakin dinamis. Pada era digital, kemampuan berinovasi, berpikir kreatif, dan memanfaatkan teknologi menjadi kompetensi yang harus dimiliki oleh setiap individu.

Menurut teori *Entrepreneurial Intention* dari Icek Ajzen, niat seseorang untuk menjadi wirausahawan dipengaruhi oleh sikap, norma sosial, dan persepsi terhadap kemampuan diri. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan memiliki peran penting dalam membentuk pola pikir dan motivasi berwirausaha.

Dalam konteks pendidikan tinggi, pembelajaran kewirausahaan tidak hanya berfokus pada teori tetapi juga pada pengalaman praktik melalui proyek bisnis, inkubasi usaha, dan kolaborasi dengan dunia industri. Pendekatan tersebut memungkinkan mahasiswa mengembangkan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja dan dunia usaha.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan mampu meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa serta memperkuat kemampuan inovasi dan pemecahan masalah. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan memiliki peran strategis dalam menciptakan generasi yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan ekonomi.

Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan perlu terus dikembangkan agar mampu menghasilkan sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, dan mampu berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi nasional.

## **PORTOFOLIO 19**

### **Kewirausahaan Berbasis Komunitas dan Penguatan Ekonomi Lokal**

Kewirausahaan berbasis komunitas merupakan model usaha yang dibangun melalui partisipasi aktif anggota masyarakat dalam mengelola sumber daya lokal untuk mencapai kesejahteraan bersama. Model ini berkembang sebagai respons terhadap berbagai permasalahan sosial ekonomi yang tidak dapat diselesaikan secara individual.

Dalam perspektif teori *Community Entrepreneurship*, keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, pelaksanaan program, dan distribusi manfaat ekonomi. Oleh karena itu, partisipasi masyarakat menjadi faktor kunci dalam keberhasilan kewirausahaan berbasis komunitas.

Di berbagai daerah Indonesia, model ini berkembang melalui koperasi, kelompok usaha bersama, badan usaha milik desa, dan berbagai bentuk organisasi ekonomi masyarakat lainnya. Pemanfaatan teknologi digital semakin memperkuat efektivitas model tersebut karena mempermudah akses pasar dan informasi.

Penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan berbasis komunitas mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, memperkuat solidaritas sosial, dan mengurangi kesenjangan ekonomi. Selain itu, model ini juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya dan pengembangan potensi lokal.

Dengan demikian, kewirausahaan berbasis komunitas menjadi salah satu strategi penting dalam membangun ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

## **PORTOFOLIO 20**

### **Artificial Intelligence dan Masa Depan Kewirausahaan di Era Digital**

Perkembangan *Artificial Intelligence* (AI) menjadi salah satu inovasi teknologi yang paling berpengaruh dalam transformasi ekonomi global. AI memungkinkan komputer melakukan berbagai tugas yang sebelumnya hanya dapat dilakukan oleh manusia, seperti analisis data, pengambilan keputusan, dan interaksi dengan pelanggan.

Dalam perspektif teori Determinisme Teknologi (*Technological Determinism*), perkembangan teknologi merupakan faktor utama yang mendorong perubahan sosial dan ekonomi. Kehadiran

AI telah mengubah cara perusahaan beroperasi, meningkatkan efisiensi produksi, dan menciptakan model bisnis baru.

Bagi dunia kewirausahaan, AI menawarkan berbagai peluang seperti otomatisasi layanan pelanggan, analisis perilaku konsumen, prediksi pasar, dan pengembangan produk berbasis data. Pelaku usaha yang mampu memanfaatkan AI memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi bisnis.

Namun demikian, perkembangan AI juga menimbulkan tantangan berupa hilangnya beberapa jenis pekerjaan akibat otomatisasi. Oleh karena itu, masyarakat perlu mengembangkan keterampilan baru yang tidak mudah digantikan oleh mesin, seperti kreativitas, kepemimpinan, dan kemampuan berpikir kritis.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa integrasi AI dalam aktivitas bisnis mampu meningkatkan produktivitas dan inovasi. Namun, keberhasilan implementasinya sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusia dan infrastruktur teknologi yang memadai.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa AI akan menjadi salah satu faktor utama yang membentuk masa depan kewirausahaan. Oleh karena itu, pendidikan, inovasi, dan adaptasi teknologi menjadi kunci penting dalam menghadapi transformasi sosial ekonomi pada era digital yang semakin kompleks.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Daud, A., Sumarni, S., & Fitriany. (2025). Youth entrepreneurship and digital innovation in the creative economy. *The ES Economics and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 45–62.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. Verso Books.
- Becker, G. S. (1993). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education* (3rd ed.). University of Chicago Press.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Dean, T. J., & McMullen, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 50–76. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.09.003>
- Dees, J. G. (2001). The meaning of social entrepreneurship. Stanford University Graduate School of Business.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone Publishing.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510. <https://doi.org/10.1086/228311>
- Iskandar, Y., Ardhiyansyah, A., & Pahrijal, R. (2024). Key factors affecting business sustainability of MSMEs in Indonesia: The role of intellectual capital, social innovation, and social bricolage. *The Eastasouth Management and Business*, 2(2), 166–183.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

- Nuringsih, K., Maupa, H., & Taba, M. I. (2024). Towards sustainable citizenship behavior: The literature study for sustainable entrepreneurship education. *International Journal of Application on Economics and Business*, 2(1), 1–15.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *OECD digital economy outlook 2023*. OECD Publishing.
- Pratama, A. B., Iskandar, Y., Ardhiyansyah, A., & Kurniawan. (2024). Investigating the relationship between market competition, technology adoption, and sustainability practices in value co-creation and social entrepreneurship initiatives in Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 25(3), 1154–1173.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Siregar, M., Hidayat, R., & Prasetyo, A. (2023). Digital transformation and MSME resilience in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, 10(2), 85–101.
- Suci, A., & Wibowo, H. (2024). The impact of digital marketing on MSME competitiveness in Indonesia. *Journal of Digital Business and Innovation*, 5(1), 44–58.
- Susiang, M. I. N. (2024). Dynamic capabilities, resources, and social capital in creating sustainable competitive strategies in Indonesian MSMEs. *International Journal of Business Law and Education*, 5(1), 154–170.
- United Nations. (2023). *The sustainable development goals report 2023*. United Nations Publications.
- Wallerstein, I. (2004). *World-systems analysis: An introduction*. Duke University Press.
- Watson, D. (2014). *Managing civic and community engagement*. Open University Press.
- World Bank. (2023). *Digital development overview 2023: Connecting people and economies*. World Bank Publications.
- Yunus, M. (2010). *Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*. Public Affairs.

Yulia, A., & Supriono, A. (2025). Transformasi peran pemuda dalam ekonomi lokal berbasis digital. *Jurnal Pembangunan Sosial dan Ekonomi*, 8(1), 33–49.

Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes, and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>