



## **CONTRIBUTION OF YOUNG ENTREPRENEURS IN BUILDING THE CREATIVE ECONOMY OF VILLAGE COMMUNITIES**

**Latif Syaipudin**

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia  
latif12syai@gmail.com

<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v12i1.1125>

**Received:** Mei 07, 2023 **Revised:** Mei 19, 2023 **Accepted:** Mei 27, 2023 **Published:** Jun 20, 2023

### **ABSTRACT**

*Young entrepreneurs are important figures in economic development, especially at the village level, which are expected to encourage the development of the creative economy. The figure of a young entrepreneur will give more colour to developing a creative economy in a village. The purpose of this study is to analyze the contribution of young entrepreneurs in encouraging the development of the creative economy in Latuka villages, with the specific aim of examining the factors that influence it. This research method is descriptive qualitative data collection techniques using observation, documentation, and unstructured interviews. The informants comprised 34 young entrepreneurs whose average age range was 17-30 years. The findings of this study indicate that young entrepreneurs impact the development of the creative economy. At least four factors intersect in developing the creative economy for young entrepreneurs, namely environmental, socio-economic, risk-taking, and social media factors. The contribution of this research can strengthen the concept of developing a creative economy, especially among young people, and make it one of the concerns for stakeholders to pay more attention to young entrepreneurs in villages.*

*Keywords:* young entrepreneur, creative economy, village community.

## **KONTRIBUSI ENTREPRENEUR MUDA DALAM MEMBANGUN EKONOMI KREATIF MASYARAKAT DESA**

### **ABSTRAK**

*Entrepreneur muda menjadi salah satu sosok penting dalam pembangunan ekonomi, khususnya pada tingkat desa diharapkan dapat mendorong perkembangan ekonomi kreatif. Sosok entrepreneur muda akan lebih memberikan warna bagi perkembangan ekonom kreatif pada suatu desa. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis kontribusi entrepreneur muda dalam mendorong perkembangan ekonomi kreatif di desa Latuka, dengan tujuan khusus mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhinya. Metode penelitian ini kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi, dokumentasi dan wawancara tidak terstruktur. Informan terdiri dari 34 entrepreneur muda yang rerata rentang usia 17-30 tahun. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa entrepreneur muda memberikan dampak pada perkembangan ekonomi kreatif. Terdapat sedikitnya 4 faktor yang bersinggungan dalam perkembangan ekonomi kreatif bagi entrepreneur muda yaitu faktor lingkungan, faktor sosio ekonomi, faktor pengambilan risiko dan faktor sosial media. Kontribusi penelitian ini dapat memperkuat konsep pengembangan ekonomi kreatif khususnya pada kalangan muda, serta menjadikan salah satu perhatian bagi para stakeholder untuk lebih memberikan perhatian pada entrepreneur muda di desa-desa.*

*Kata kunci:* entrepreneur muda, ekonomi kreatif, masyarakat desa.

### **PENDAHULUAN**

Kegiatan berwirausaha memiliki kontribusi penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional, baik kegiatan ekonomi dengan usaha berskala kecil ataupun



besar. Keberadaannya dapat menjadi penyangga ekonomi kecil berbasis masyarakat (Gomes et al. 2022). Meskipun belum semua usaha yang ditekuni oleh *entrepreneur* memiliki legalitas, dorongan positifnya mampu mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di kalangan masyarakat lapisan bawah (Agustina 2015). Wirausaha skala desa kemudian seringkali dikaitkan dengan ekonomi kreatif, yang mana keduanya memiliki hubungan karena sebagian besar usaha berskala tingkat desa merupakan usaha dengan modal kecil atau termasuk ke dalam golongan ekonomi kreatif (Rachman 2019).

Usaha skala desa pada dasarnya masih sangat terbatas pada modal, jangkauan pasar, *packaging* produk, dan cara pemasarannya. Namun terlepas dari hal ini usaha berskala desa juga memberikan sumbangsih pada peningkatan kesejahteraan masyarakat desa (Basri and Gusnardi 2021). Usaha-usaha yang dilaksanakan masyarakat desa kemudian seringkali dihubungkan dengan ekonomi kreatif, yang mana hal ini dijelaskan dengan rinci dalam Undang-Undang nomor 24 tahun 2019 tentang ekonomi kreatif. Pemerintah dengan Undang-Undang ini melegalkan usaha masyarakat desa sebagai ekonomi kreatif yang diakui. Beberapa bentuk ekonomi kreatif yang sering dijalankan masyarakat adalah berbasis kearifan lokal, seperti halnya produk makanan dan minuman yang hanya ada di sebuah lokasi tertentu saja.

Peranan *entrepreneur* muda dalam hal pengembangan ekonomi kreatif menjadi salah satu poin penting, dengan kreatifitasnya maka diharapkan lebih jauh lagi dalam mengembangkan potensi yang berimbang pada peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. Kesejahteraan pada dasarnya menjadi tujuan sebuah kegiatan usaha yang dilaksanakan oleh wirausahawan (Rachman 2019). *Entrepreneur* muda akan lebih jauh lagi dalam mengembangkan bisnisnya apabila terdapat perhatian lebih kepadanya. Termasuk dalam hal permodalan, keberadaan pasar, dan fasilitas yang tersedia. Namun demikian langkah *entrepreneur* muda dalam pengembangan bisnis memiliki potensi yang besar, adanya pemasaran secara digital (Aynie, Hurriyati, and Dirgantari 2021).

Kajian relevan dengan penelitian ini dilaksanakan oleh beberapa penelitian, pertama membahas mengenai pengembangan potensi wirausaha muda dalam suatu daerah untuk dapat mengembangkan potensinya sebagai wirausaha (Hasanah 2018; Ridzal and Hasan 2019; Primatami and Primadhita 2021). Dukungan teknologi juga memberikan keuntungan pada wirausaha muda dalam melakukan pemasarannya (Orinaldi 2020). Tidak hanya itu mengenai potensi wirausaha muda yang harus terus berkembang meskipun masa sulit merupakan bagian penting dalam estafet penerus wirausahawan. Karena ini menjadi bagian penting dalam perekonomian masyarakat (Handayani et al. 2021; Insana, Suseno, and Yolanda 2022).

Keterbaruan kajian ini adalah terletak pada fokus kajian yang mana membahas mengenai *entrepreneur* muda yang memiliki usaha produk makanan basah ataupun kering. Dinilai dari lokasinya yaitu *entrepreneur* muda masyarakat desa Latukan kecamatan Karanggeneng kabupaten Lamongan dapat dikatakan menjadi salah satu wilayah yang memiliki potensi wirausahawan muda yang terus dapat didorong. Berbeda dengan beberapa daerah lainnya, yang condong menjadi karyawan atau bekerja untuk perusahaan. Kultur inilah yang menjadi keunikan penelitian ini, dimana keberadaan wirausahawan muda yang mampu berkembang



di tengah kondisi masyarakat pedesaan. Desa Latukan bukan desa yang terletak di wilayah perkotaan, dan pekerjaan masyarakatnya adalah mayoritas petani.

*Entrepreneur* muda di desa Latukan bisa dikatakan memiliki potensi yang sangat luar biasa dibandingkan dengan desa lainnya. Keberadaan *entrepreneur* muda di desa Latukan juga memiliki ragam usaha yang berbeda-beda. Sesuai dengan namanya *entrepreneur* muda, rerata usia diantara 18 hingga 30 tahun atau merupakan masa produktif. Beberapa diantara bahkan merupakan pelajar di sekolah menengah atas. Ini membuktikan bahwa *entrepreneur* muda di desa Latukan menjadi salah satu percontohan wirausahawan muda di desa-desa lainnya. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kontribusi *entrepreneur* muda dalam membangun ekonomi kreatif masyarakat desa di kabupaten Lamongan, khususnya dalam kajian ini bagi masyarakat desa Latukan. *Entrepreneur* muda dapat dikatakan menjadi salah satu bagian penting dalam penembangan ekonomi masyarakat. Keberadaan *entrepreneur* muda juga akan mendorong peningkatan perekonomian masyarakat suatu desa secara umum.

## TELAAH LITERATUR

### *Entrepreneur* Muda

*Entrepreneur* pada dasarnya merupakan istilah lain dari wirausahawan, namun kata *entrepreneur* ternyata juga berasal dari beberapa bahasa. Pertama bahasa Jerman yaitu *entrepreneur*, kedua bahasa Belanda adalah *ondernemen*, dan ketiga yaitu dalam bahasa Indonesia disebut dengan kewirausahaan (Hasanah 2018). Kata *entrepreneur* sendiri merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menyebut wirausahawan. Secara harfiah kemudian wirausahawan terbagi menjadi dua gabungan kata, yaitu wira bermakna berani, perkasa atau gagah dan usaha merupakan bisnis (Pearce, Fritz, and Davis 2010).

Wirausaha kemudian dalam operasionalnya menjadi bagian atau sikap seseorang yang melakukan sebuah pekerjaan, pekerjaan tersebut memiliki hasil. Wirausaha bukan berarti orang tersebut bekerja, melainkan melakukan sebuah produksi memulainya dari bahan mentah mengolahnya hingga menjadi barang jadi sehingga menghasilkan produk baru (Shaher and Ali 2020). Wirausaha pada sisi bisnis kemudian menjadi sebuah upaya untuk menghasilkan atau melaksanakan usaha baru. Wirausahawan kemudian disebut dengan *entrepreneur* yang berarti bertanggung jawab (Purnamasari and Ramdani 2020).

Konsep bisnis bagi wirausahawan adalah mampu melihat peluang bisnis yang hendak dan bagaimana upaya pengembangannya. Inilah yang menjadi keunggulan sebuah *entrepreneur* dalam kegiatan usaha yang dilaksanakan (Nguyen et al. 2021). Ketika usaha yang dilaksanakan merupakan skala besar, maka *entrepreneur* juga dapat melakukan rekrutmen sebagai karyawan atau partner bisnisnya. Konsep-konsep inilah yang menjadikan sebuah kegiatan berupa *entrepreneur* memberikan penghasilan yang menjanjikan (Setyawan 2022).

Kegiatan bisnis yang dijalankan tidak selamanya memberikan hasil positif, namun juga akan ada dampak negatif dalam sebuah kegiatan usaha. Kegiatan tersebut kemudian menjadikan penting bagaimana seorang *entrepreneur* untuk menghindari dampak buruk dari sebuah risiko. Figur wirausaha harus mempertimbangkan berbagai hal yang berpotensi merugikan bisnisnya, karena tujuan utamanya adalah mendapatkan keuntungan yang maksimal (Insana,



Suseno, and Yolanda 2022). Para wirausaha kemudian harus mampu dalam melihat potensi dalam mengembangkan bisnisnya, kemampuan ini penting karena bagian dari analisis dalam menilai keuntungan dan kekurangan dalam menjalankan bisnisnya. Dengan kemampuannya tersebut wirausahawan akan mampu menilai sumber daya mana saja yang berguna dan tepat sebagai tumpuan mengembangkan bisnisnya. Muara akhir dalam upaya ini adalah mendapatkan keuntungan sebagai profitabilitas atas usaha yang dilaksanakannya (Götzmann 2017).

Pasang surut usaha juga mungkin saja terjadi sebagai bentuk dari dampak negatif yang terjadi, namun terdapat poin utama yang harus dilaksanakan yaitu wirausaha memiliki kemampuan untuk terus bertahan dengan sikap positifnya. Karena setiap usaha pasti akan mengalami fluktuasi hasilnya yang akan naik ataupun turun, inilah kegunaan dari sikap positif seorang wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya (Esubalew and Raghurama 2020). Wirausahawan juga merupakan sosok yang harus peka terhadap perubahan, bahkan juga memiliki sikap untuk mendorong perubahan. Upaya ini adalah inovasi dalam pengembangan bisnis yang harus dilaksanakan. Dengan kemampuan ini maka akan menjaga stabilitas kegiatan bisnisnya dalam merespon perkembangan atau perubahan yang terjadi. Penting bagi seorang pebisnis untuk melakukan upaya perubahan-perubahan dalam mengikuti perkembangan zaman (Insana, Suseno, and Yolanda 2022).

Pengambilan keputusan seorang wirausahawan juga harus berada di titik yang menguntungkan, yaitu keputusan yang benar-benar mempertimbangkan risiko yang terjadi. Tidak hanya itu saja keputusannya juga harus mampu menghindari risiko terburuk dalam menjalankan bisnisnya. Perilaku ini menjadi bagian penting dalam hal penentuan pengambilan keputusan yang dilaksanakan. Menghindari risiko bukan berarti wirausahawan tidak berani mengambil risiko, namun ini menjadi langkah atau upaya kehati-hatian yang harus dilaksanakan (Dines 2021).

Perilaku wirausahawan memang harus berani mengambil risiko, namun orientasi dari pengambilan risiko tersebut adalah keuntungan dan hal positif untuk kegiatan bisnisnya. Karakteristik kewirausahaan pelaku usaha memiliki peran vital dalam pertumbuhan kinerja usaha baik dari segi profitabilitas, pangsa pasar, dan produktivitas bisnis (Ariwibowo, Haryanto, & Taufik, 2021). Tujuan utama kegiatan bisnis adalah mendapatkan keuntungan, inilah yang menjadi bagian dari kegiatan wirausaha. Pola tingkah laku ini harus menjadi dasar seseorang ketika menjadi wirausahawan. Sebuah usaha hanya akan menghasilkan dua hal, yaitu keuntungan ataupun kerugian. Inilah kemudian yang harus menjadi pertimbangan awal bagi wirausahawan sebelum memulai bisnisnya.

### **Ekonomi Kreatif**

Ekonomi kreatif bisa disebut sebagai kegiatan ekonomi yang dapat menimbulkan dampak ekonomis. Kegiatan ini memerlukan kreativitas bagi pelakunya, sehingga kegiatan yang dilakukan berbeda dan memiliki nilai jual. Kegiatan yang dilaksanakan dalam ekonomi kreatif juga bisa dengan merubah sebuah bahan baku menjadi barang dengan nilai tambah. Beberapa diantaranya bahkan juga menggunakan sumber daya alam yang tersedia menjadi barang yang bernilai ekonomis (Ridzal and Hasan 2019).



Ekonomi kreatif pada nyatanya juga memberikan kontribusi yang besar dalam peningkatan kesejahteraan, baik dinilai dari segi individu ataupun kelompok. Kegiatan yang dilaksanakan ini memberikan peningkatan pendapatan, maka secara umum akan memberikan efek kepada kondisi keuangan pelakunya. Ini menjadi bagian utama sebuah kegiatan usaha dilaksanakan, yaitu mendapatkan keuntungan atau meraih profitabilitas (Primatami and Primadhita 2021).

Howkins (2002) memberikan definisi mengenai ekonomi kreatif merupakan kegiatan atau aktivitas ekonomi yang dibangun dengan kreativitas yang tinggi, bisa memanfaatkan budaya, warisan ataupun lingkungan sebagai bagian dalam membentuk kegiatan ekonomi (Wheelen et al. 2014). Konsep ekonomi kreatif merupakan kegiatan yang berhubungan dengan kreasi seseorang dalam memanfaatkan bagaimana sebuah produk atau bahan baku menjadi barang yang bernilai guna (Usman and Lizam 2016). Lebih luas lagi mengenai industri kreatif, hampir serupa dengan ekonomi kreatif, namun skala produksinya lebih besar lagi. Namun demikian, dengan produksi yang benar-benar memiliki kreasi tinggi (Kotler and Keller 2016).

Awal mula industri kreatif adalah ekonomi kreatif yang terus berkembang. Ekonomi kreatif dapat berjalan dipengaruhi oleh kondisi lingkungan sebuah masyarakat (Florida 1999). Pengembangan industri kreatif bermula dari ekonomi kreatif, dan tidak bisa dilepaskan dalam pengembangan masyarakat. Semuanya memiliki hubungan yang berkolerasi, antara kreativitas masyarakat, ekonomi kreatif dan industri kreatif. Tujuan utamanya yaitu adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Griffin 2017). Manusia memiliki sikap dasar yang kreatif, inilah yang menjadi cikal bakal dalam pengembangan ekonomi kreatif. Karena landasan ekonomi kreatif merupakan kreativitas manusia itu sendiri (Florida 1999). Semakin seseorang memiliki tingkat kreativitas yang tinggi, maka dalam kegiatan ekonomi hal itu juga akan sangat berguna. Keberadaan kreativitas seseorang memberikan dampak ekonomi yang positif, jika dimanfaatkan dengan tepat (Griffin 2017).

Sisi kreatif manusia atau seseorang akan membangun dan menjadikannya menjadi sosok yang terampil dalam berbagai pekerjaan. Ketika bekerja di bidang yang memerlukan kreatif, maka sosok ini akan melakukan adaptasi yang baik. Maka ini menjadi kelebihan seseorang yang memiliki kreativitas yang tinggi, dengan kelebihan tersebut ia akan mudah beradaptasi bahkan melakukan terobosan yang menjadi sebuah inovasi (Kotler and Armstrong 2016). Tujuan dari ekonomi kreatif adalah pendapatan, ini menjadi tujuan akhir dalam melaksanakan sebuah kegiatan ekonomi. Namun kembali lagi, usaha yang dilakukan merupakan usaha kreatif yang pada dasarnya menggunakan kemampuan kreatifnya untuk melaksanakan usaha. Bahkan dalam ekonomi kreatif juga harus mampu melakukan adaptasi dengan perkembangan dan perubahan zaman yang terjadi (Purnamasari and Ramdani 2020).

### **Masyarakat Desa**

Masyarakat desa merupakan kelompok masyarakat yang hidup atau tinggal di desa, pemahaman mengenai desa secara universal merupakan *aglomerasi* (pengumpulan dan atau pemusatan). Masyarakat ini kemudian membuat permukiman di wilayah pedesaan (Hamza and Agustien 2019). Masyarakat desa cenderung memiliki pekerjaan seperti bertani, berkebun, ataupun



lainnya. Namun juga tidak jarang yang memiliki profesi sebagai karyawan swasta hingga ASN (Windusancono 2021).

Masyarakat desa memiliki peran dalam pembangunan, hal ini menjadi sebuah hubungan sebab akibat yang timbul. Desa tanpa adanya masyarakat maka akan menjadi desa mati, atau bukan desa. Sedangkan masyarakat tanpa memiliki desa juga akan kesulitan secara administrasi pada sistem pemerintahan di Indonesia. Sehingga masyarakat desa menjadi sebuah kesatuan dalam membentuk pemerintahan kecil dalam skala desa, RW, RT dan keluarga (Purnamasari and Ramdani 2020).

Pembangunan desa juga menjadi bagian dan tanggung jawab masyarakatnya, disini masyarakat memiliki peran dalam melaksanakan pembangunan. Semakin berkembang masyarakatnya maka desa tersebut juga akan semakin maju. Inilah hubungannya ketika pembangunan berjalan baik, dapat dipastikan masyarakatnya juga memiliki kepedulian kepada desanya (Saputra et al. 2019). Partisipasinya masyarakat pada lingkup pemerintahan desa bisa dibidang menjadi sebuah hal yang sangat krusial, karena masyarakat dapat secara langsung menekan pemerintah desa (Suranny 2020). Maka penting dalam menjalin hubungan antara masyarakat dan pihak desa, agar tercipta kondisi dan situasi yang nyaman dalam melaksanakan pembangunan. Dengan demikian maka potensi desa bisa dikembangkan lebih jauh lagi.

Berhubungan dengan perekonomian desa, masyarakat juga memiliki andil yang besar. Ekonomi desa akan tumbuh ketika masyarakatnya produktif, pembangunan juga akan berjalan lancar. Berbanding dengan kondisi desa yang memiliki masyarakat tidak produktif, maka angka pengangguran tinggi, pendapatan rendah, dan parahnya desa tersebut akan menjadi desa dengan tingkat kemiskinan yang tinggi (Windusancono 2021). Peranan desa sebagai stakeholder yang berhubungan langsung dengan masyarakat, memiliki andil yang sangat besar dalam pembangunan. Inilah yang menjadi sebuah arti penting keberadaan desa bagi pembangunan masyarakatnya (Rachman 2019).

Pemberdayaan masyarakat sedikitnya terdapat tiga poin pembentukannya yaitu pertama adalah masukan atau menganalisis kebutuhan. Kedua, pelaksanaan yang dilaksanakan harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Ketiga yaitu proses evaluasi yang kemudian dapat digunakan sebagai alat atau wahana dalam pembangunan (Putri, Sudiana, and Putra 2021). Ketiga konsep dalam tiga tahapan pemberdayaan merupakan sebuah satu kesatuan yang harus dilaksanakan agar pemberdayaan yang dilaksanakan dapat berjalan dengan maksimal. Khususnya dalam hal pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan ekonomi kreatif, maka peran serta pemerintah desa sebagai stakeholder harus memberikan dukungan dengan maksimal.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan jenis kualitatif deskriptif yang mana pendekatan ini berupaya menggali data secara natural dan menjabarkannya ke dalam bentuk narasi ilmiah (Creswell 2019; Sugiyono 2018). Sumber data yang digunakan adalah primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi dan wawancara tidak terstruktur yang dilaksanakan terkait *entrepreneur* muda desa Latuka kecamatan Karanggeneng



kabupaten Lamongan Jawa Timur. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara pada pihak *entrepreneur* muda desa Latukan. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi dan literasi yang berhubungan dengan *entrepreneur* muda dan ekonomi kreatif misalnya penelitian yang berhubungan dengan wirausaha. Informan dalam penelitian ini adalah *entrepreneur* muda desa Latukan. Total informan terdiri dari 34 *entrepreneur* muda yang rerata rentang usia 17-30 tahun (Tabel 1). Teknik analisis data dilaksanakan dengan teori Miles and Huberman (1994), yang terdapat reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi.

**Tabel 1 Data *Entrepreneur* Muda Desa Latukan**

| No | Nama (Usia)                   | Produk                  | Alamat |
|----|-------------------------------|-------------------------|--------|
| 1  | Mashfiyatul Widad (18)        | Makanan dan Minuman     | RT 04  |
| 2  | Siska Dwi (20)                | Online Shop             | RT 04  |
| 3  | Amanda Putri P. (20)          | Produk Skincare         | RT 04  |
| 4  | Zaka Fahmi (21)               | Bisnis Digital          | RT 04  |
| 5  | Nasikh Fitrianto (22)         | Makanan dan Minuman     | RT 04  |
| 6  | Febi Miranti (21)             | Makanan                 | RT 01  |
| 7  | Hesti Khoirotun (22)          | Online Shop             | RT 05  |
| 8  | Azzar (22)                    | Makanan                 | RT 01  |
| 9  | Ilham Koirun N. (25)          | Bisnis Digital          | RT 01  |
| 10 | Fitri (22)                    | Online Shop             | RT 02  |
| 11 | Muhammatul (29)               | Minuman                 | RT 07  |
| 12 | Zidni Rahman (21)             | Otomotif part time      | RT 04  |
| 13 | Salim Ubaidilah (29)          | Alat Elektro            | RT 04  |
| 14 | Safitri Jayanti (29)          | Percetakan dan Fotokopi | RT 01  |
| 15 | Putri Yazid (17)              | Makanan                 | RT 12  |
| 16 | Murdiono Rohman (25)          | Makanan                 | RT 07  |
| 17 | Alfi (27)                     | Makanan dan Minuman     | RT 12  |
| 18 | Jon Alif (30)                 | Makanan                 | RT 04  |
| 19 | Atik Mufida (25)              | Toko Retail             | RT 12  |
| 20 | Nurmar'atus (18)              | Online Shop             | RT 14  |
| 21 | Devi Anti (18)                | Online Shop             | RT 11  |
| 22 | Rizal (29)                    | Makanan dan Minuman     | RT 04  |
| 23 | Nur Solihin (22)              | Makanan ringan          | RT 09  |
| 24 | Saputro (26)                  | Peralatan Rumah Tangga  | RT 04  |
| 25 | Aldi (24)                     | Makanan dan Minuman     | RT 03  |
| 26 | Ibrotul Malaqina (20)         | Online Shop             | RT 03  |
| 27 | Sintia Mawar Sari (19)        | Online Shop             | RT 14  |
| 28 | Renyta Nuril A. (19)          | Makanan                 | RT 14  |
| 29 | Risti (24)                    | Online Bucket Bunga     | RT 10  |
| 30 | Awwalul (21)                  | Online Shop             | RT 16  |
| 31 | Gita (25)                     | Makanan                 | RT 06  |
| 32 | Akhmad Nandana Syahranie (19) | Toko Retail             | RT 06  |
| 33 | Imelda Alfentia Putri (21)    | Makanan dan Minuman     | RT 11  |
| 34 | Evi Novianti (18)             | Makanan                 | RT 07  |

Sumber: data primer dan sekunder (diolah 2023)



## HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Dokumentasi penelitian ini, menemukan beberapa klasifikasi usaha para *entrepreneur* muda, mulai dari usaha makanan, minuman, hingga barang produksi kebutuhan sehari-hari. Peneliti hanya memasukkan wirausahawan yang berusia dibawah 30 tahun, baik yang melakukan produksi sendiri atau menjadi *reseller*. Peneliti memaparkan data asli sebagai bagian dari upaya mendapatkan perhatian lebih untuk para *entrepreneur* di mata pejabat atau stakeholder terkait, sehingga mendapatkan dorongan yang lebih kuat lagi dalam memperkuat bisnis yang dijalankan. Sebuah penelitian menjelaskan bahwa terbukanya data akan membuka lebar peluang pengembangan pembangunan ekonomi desa (Saputra et al. 2019). Tingkat masyarakat desa tentunya berbeda dengan masyarakat kota, yang mana terdapat kultur yang tidak bisa dilepaskan. Kultur positif inilah yang harus terus mendapatkan dorongan agar memberikan dampak yang positif (Suranny 2020).

Berdasarkan Tabel 1, diketahui produk yang dijual berupa, makanan dan minuman, *online shop*, produk *skincare*, bisnis digital, otomotif, percetakan hingga perbaikan dan penjualan alat elektro. Dari sekian produk usaha tersebut yang paling mendominasi adalah usaha makanan dan minuman. Pada dasarnya makanan dan minuman menjadi produk yang pada dasarnya mudah untuk diproses, karena murni berhubungan dengan makanan-makanan budaya setempat. Observasi penelitian ini yang dilaksanakan selama tahun 2023 atau pasca pandemi Covid-19, dimana menunjukkan banyaknya *entrepreneur* muda di desa Latukan menjadi salah satu bukti kualitas pengembangan ekonomi kreatif di desa tersebut. Sesuai dengan kriteria subjek penelitian harus berusia di bawah 30 tahun, faktanya banyak remaja dengan rentang usia jauh di bawah usia 30 tahun yang memiliki kegiatan berwirausaha. Hal ini memberikan gambaran bahwa ketika seseorang memiliki keberanian untuk melakukan kegiatan usaha, maka ia dapat mendorong dirinya untuk melakukan kegiatan berbisnisnya.

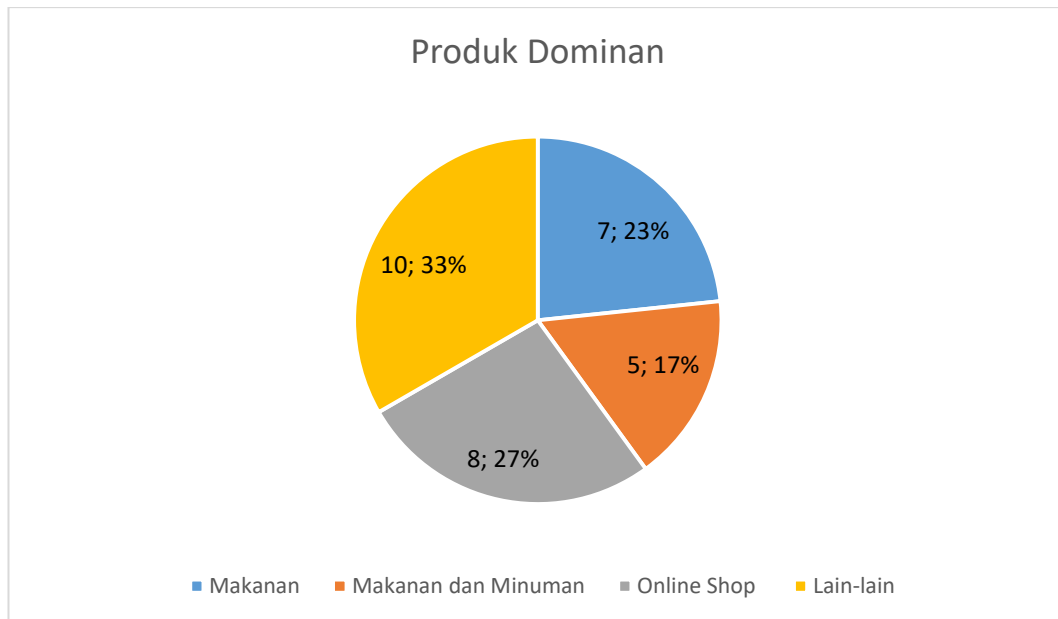
Beberapa diantaranya bahkan merupakan pelajar dan mahasiswa, keberanian membuka usaha dengan modal jutaan rupiah menjadi sebuah tantangan bagi *entrepreneur* muda di desa Latukan. Tapi demikian langkah dan risiko tetap dilalui sebagai proses sebagai upaya kemandirian dalam hal ekonomi. Para *entrepreneur* kemudian juga dapat menata siklus keuangan mereka (Esubalew and Raghurama 2020). Hal ini sejalan dengan sebuah kajian mengenai pentingnya siklus ekonomi dalam hal usaha, karena semakin adanya perputaran keuangan maka semakin mendorong bisnis tersebut untuk terus berjalan (Olkhov 2019).

Risiko bisnis menjadi bagian atau tantangan yang harus dihadapi oleh para *entrepreneur* karena ini menjadi bagian yang melekat, penting dilakukan berbagai upaya antisipatif agar tidak menimbulkan efek buruk (Intansih, Nuraini, and Putri 2021). Keberadaan risiko bisnis sebenarnya juga menjadi bagian dari siklus ekonomi yang harus dihadapi, karena risiko adalah sebuah hal yang melekat. Pentingnya analisis risiko dan inovasi usaha pada dasarnya akan menjadi sebuah bentuk pertahanan dalam melaksanakan bisnis (Nuraeningsih, Indaryani, and Rusiana 2021). Banyaknya pemuda yang berani menjadi *entrepreneur* merupakan kajian penting, yang dapat menjadi inspirasi bagi pemuda-pemuda desa lainnya. Ini menjadi salah satu keunggulan desa Latukan, mengenai keberanian pemudanya dalam mengembangkan bisnisnya. Dari sekian banyak klasifikasi





produk, sebagian besar didominasi oleh produk makanan, makanan dan minuman dan *online shop*. Gambar 1 merupakan bagan dominasi produk yang ditekuni *entrepreneur* muda desa Latukan.



**Gambar 1 Produk Dominan**

Sumber: data primer dan sekunder (diolah 2023)

Gambar 1 tersebut menunjukkan bahwa terdapat 3 produk dominan yang menjadi kegiatan usaha *entrepreneur* muda desa Latukan, yaitu makanan, makanan dan minuman, dan *online shop*. Sedangkan untuk lain-lainnya beragam, mulai dari produk skincare, bisnis digital, alat elektro, percetakan dan fotokopi, otomotif *part time*, dan lain sebagainya. Observasi penelitian juga mengetahui bahwa bisnis yang beragam tersebut didukung oleh kondisi dan kultur masyarakat yang senang membuka usaha. Masyarakat desa Latukan selain berprofesi menjadi petani namun juga aktif dalam mengembangkan bisnisnya. Beberapa informan dalam penelitian ini, misalnya Mashfiyatul Widad (18) dan Siska Dwi (20) juga menyatakan bahwa ide produksi yang dikelola merupakan makanan khas di daerahnya, sehingga bahan baku, cara membuat, dan pemasarannya bisa lebih mudah.

Terdapat penelitian yang menjelaskan mengenai penguatan kondisi finansial dalam melaksanakan sebuah bisnis, ini merupakan sebuah hal penting yang harus dilaksanakan. Penguatan finansial dan akuntansi yang baik akan mendorong terlaksananya kegiatan usaha yang baik. Prinsip akuntansi dalam bisnis merupakan sebuah hal penting yang wajib dilaksanakan, agar mendapatkan kejelasan dalam kredit dan debit (Dhawan and Mehta 2019).

Kontribusi *entrepreneur* muda dalam membangun ekonomi kreatif sangat berdampak luar biasa, dinilai dari segi ekonomi maka keberadaan *entrepreneur* muda memberikan sumbangsih yaitu dengan membukanya usaha kreatif yang meningkatkan perekonomian masyarakat desa. Hal ini sejalan dengan penelitian yang tentang peran *entrepreneur* muda dalam meningkatkan perekonomian setempat (Andriana and Fourqoniah 2020). Dari segi keterbukaan lapangan usaha, maka *entrepreneur* muda dapat membentuk usaha mandiri yang mampu



memberdayakan dirinya sendiri untuk membangun ekonomi. Sejalan dengan penelitian yang menjelaskan mengenai hubungan *entrepreneur* muda dengan kemampuan dalam inovasi dan pengembangan diri dalam membuka peluang usaha baru yang relevan dengan perkembangan zaman (Ardiyanti and Mora 2019).

Pengembangan konsep wirausaha oleh *entrepreneur* muda di desa Latukan pada dasarnya memiliki beberapa faktor penting yang mendorong, yaitu dimulai dengan timbulnya motivasi dan faktor lingkungan yang dimiliki oleh seorang untuk melakukan kegiatan bisnis (Aini and Oktafani 2020), hal ini juga berubungan dengan minat seseorang untuk melakukan kegiatan wirausaha, faktor ini juga berhubungan dengan kemauan diri sendiri (Andayanti and Harie 2020). Faktor tradisi masyarakat yang juga berhubungan dengan kondisi sosio-ekonomi juga tidak dapat dilepaskan karena akan memberikan contoh secara langsung ataupun tidak kepada masyarakat lainnya untuk melaksanakan kegiatan serupa (Margahana and Triyanto 2019). Faktor risiko memang menjadi bagian terberat dalam sebuah usaha, antisipasi mengenai faktor ini juga harus diterapkan dengan baik (Maryasih 2021). Dukungan terpenting lainnya adanya teknologi yang akan memberikan dampak kepada *entrepreneur* muda dalam menjalankan bisnisnya (Maryati and Masriani 2019).

### **Faktor Lingkungan**

Lingkungan merupakan bagian penting dalam berwirausaha, iklim bisnis akan menjadi pemicu pihak lainnya untuk melakukan upaya yang serupa (Hendarsyah 2020). Meskipun dalam hal ini bukan berarti melaksanakan kegiatan usaha yang sejenis. Dorongan lingkungan yang kuat akan memberikan dampak positif kepada perilaku masyarakat sekitarnya. Salah satunya seperti hasil wawancara dari Amanda Putri P. (20) yang mengatakan bahwa keberadaan lingkungan masyarakat dan latar belakang keluarganya yang memiliki toko, menumbuhkan minatnya untuk melaksanakan kegiatan usaha. Mashfiyatul Widad (18) juga menjelaskan hal serupa karena lingkungan keluarganya yang merupakan penjual makanan, menjadikannya terdorong dan memiliki modal untuk berjualan makanan dan minuman.

Masyarakat desa Latukan pada dasarnya bukan masyarakat perkotaan, namun kultur pemudanya memiliki tingkat kreativitas yang tinggi dan peduli akan pekerjaannya. Lebih jauh lagi mereka juga memikirkankan mengenai pendapatan apa yang bisa dikerjakan. Teori pemenuhan kebutuhan menjelaskan bahwa lingkungan akan memberikan dampak terbesar dalam aspek pemenuhan kebutuhan. Karena ketika seseorang mengetahui orang lain mampu memenuhi kebutuhannya maka dirinya akan condong untuk meningkatkan produktivitasnya (Sabariah 2021). Teori kebutuhan Maslow (1943) mengenai aktualisasi diri juga demikian, seseorang akan berupaya untuk memenuhi kebutuhan dirinya sebagaimana mestinya. Pemenuhan kebutuhan yang dilaksanakan berhubungan dengan upaya memperbaiki kualitas hidup, dalam segi ekonomi yaitu supaya seseorang tersebut mampu memberikan sesuatu yang terbaik bagi dirinya sendiri. Maslow (1943) memiliki pandangan tersebut khususnya mengenai aktualisasi diri sebagai kebutuhan dasar seorang manusia (Setyoningrum and Herdawan 2022).

Kultur sebuah lingkungan memberikan andil yang sangat besar dalam mendorong perubahan sebuah wilayah. Ini akan memberikan dampak yang besar



ketika sebuah kultur lingkungan benar-benar telah melekat. Sikap wirausahawan akan terbentuk dengan dorongan lingkungannya, bukan karena faktor meniru saja. Melainkan karena dorongan dari sebuah budaya yang menjadikan seseorang tersebut untuk berperilaku serupa (Nurkhin et al. 2020). Berdasarkan uraian tersebut maka dapat diintegrasikan bahwa faktor lingkungan menjadi salah satu bagian penting yang membentuk karakter wirausahawan. Khususnya dalam konteks ini adalah *entrepreneur* muda desa Latukan. Teori Maslow (1943) juga mendukung bahwa aktualisasi diri menjadi salah satu penentu seseorang untuk melakukan pemenuhan kebutuhan dasar, salah satunya yaitu untuk mendapatkan penghasilan.

### **Faktor Sosio-Ekonomi**

Berhubungan dengan kondisi sosio-ekonomi masyarakat desa Latukan memang berani untuk berwirausaha. Banyak masyarakat yang menjadi pengusaha makanan di luar daerah. Beberapa makanan khas yang hampir ada di seluruh Indonesia, seperti soto Lamongan, bebek goreng, tempe penyet dan lain sebagainya. Ini menunjukkan secara sosio-ekonomi masyarakat desa Latukan memang terbentuk untuk berwirausaha. Informan dalam hal ini Mashfiyatul Widad (18) menjelaskan jika keberadaan masyarakat desa Latukan merupakan masyarakat yang banyak memiliki usaha di kota-kota besar untuk berjualan makanan. Hal yang serupa dijelaskan oleh Nasikh Fitrianto (22) bahwa masyarakat desa selain bekerja sebagai petani dan karyawan pabrik, sebagian besar lainnya membuka usaha yaitu warung makanan di berbagai daerah.

Selain pedagang makanan, latar lingkungan di desa Latukan pada dasarnya merupakan masyarakat dengan mayoritas petani. Namun faktor sosio-ekonomi yang masyarakatnya merupakan pedagang di luar daerah, menjadikan ini sebagai kultur pemudahnya untuk berwirausaha. Faktor ini juga memberikan andil mengenai banyaknya wirausahawan muda yang ada di desa Latukan. Terdapat penelitian yang menjelaskan bahwa kondisi sosial keluarga mempengaruhi minat berwirausaha seseorang. Hal ini menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan, karena keberadaan keluarga sedikit banyak akan memberikan pengaruh (Ramadhanti, Mulyadi, and Razati 2017; Adi and Idris 2021).

Sosio-ekonomi juga sangat dekat kaitannya dengan keluarga, meskipun bukan keluarga inti namun akan memberikan pengaruh pada minat berwirausaha. Keluarga juga bisa saja menjadi faktor eksternal yang mendorong bagi seseorang untuk melakukan kegiatan berwirausaha. Dengan demikian faktor sosio-ekonomi menjadi faktor yang bisa berasal dari kondisi keluarganya dan menjadikan seseorang memilih untuk berwirausaha (Nurnilari, Rianto, and Chodijah 2021). Faktor sosio-ekonomi akan memberikan dampak pada minat kelompok masyarakat, namun dalam hal ini tidak sebatas melakukan kegiatan usaha yang serupa. Dalam dunia berwirausaha, maka dapat mencoba beragam usaha lainnya yang tidak serupa. Banyak peluang usaha yang masih berpotensi untuk digali dan memberikan dampak ekonomi yang signifikan pada pelaku usahanya. Tujuan utamanya yaitu tetap saja untuk meningkatkan pendapatan (Evistasari and Kisworo 2020).

Kondisi sosio-ekonomi menjadi bagian penting sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi *entrepreneur* muda desa Latukan, keberadaan kultur sosio-ekonomi memberikan peran bagaimana para wirausahawan muda untuk memulai



bisnisnya. Dari segi sosial adalah mengikuti keluarganya atau temannya, sedangkan dalam segi ekonomi yaitu berupaya untuk meningkatkan pendapatan. Pemenuhan kebutuhan kembali lagi menjadi bagian penting dalam kegiatan berwirausaha yang dilaksanakan.

### **Faktor Pengambilan Risiko**

Faktor pengambilan risiko merupakan sebuah hal penting dalam bisnis, menurut hasil wawancara dalam penelitian ini seperti penjelasan Mashfiyatul Widad (18) menjelaskan jika risiko dalam sebuah kegiatan usaha adalah hal yang tidak dapat dihindari, apalagi ketika ia memulai bisnisnya sejak zaman sekolah. Maka peran orang tua dalam membantu menjadi bagian penting dalam pengembangan kegiatan bisnis. Informan lainnya, Nasikh Fitrianto (22) menerangkan bahwa dalam menjalankan bisnis makanan di tengah masa kuliahnya, tetap saja terdapat risiko yang tidak dapat dihindari. Namun terdapat solusi yang dapat saja diambil guna meminimalisir dampak negatif atas risiko yang timbul.

Penelitian yang menjelaskan mengenai keberanian seorang wirausahawan dalam melaksanakan kegiatan bisnis merupakan hal yang penting dan menjadi keharusan (Ranto 2016). Keberanian dalam mengambil risiko menjadi nilai tambah lainnya bagi para *entrepreneur* muda desa Latukan. Misalnya saja pada makanan jadi, ketika tidak habis maka akan terbuang sia-sia. Namun hal-hal demikian tidak begitu menjadi persoalan. Faktor risiko memang menjadi bagian terberat dalam sebuah usaha, antisipasi mengenai faktor ini juga harus diterapkan dengan baik (Maryasih 2021).

Beberapa upaya yang dilaksanakan *entrepreneur* muda yaitu bisa melaksanakan antisipasi, misalnya saja pengurangan jumlah produksi dan strategi pemasaran. Pengurangan jumlah produksi dapat dimainkan pelaku usaha ketika sebuah usaha memang tengah lesu, sehingga seluruh produknya dapat terjual (Dewi and Subroto 2020). Strategi pemasaran merupakan hal yang penting, sehingga risiko yang ada dapat ditekan seminimal mungkin (Sofyan 2019).

Faktor risiko dalam sebuah bisnis merupakan hal wajar, dan memang setiap bisnis yang dilaksanakan akan menimbulkan risiko. Ini juga menjadi perhatian yang harus dicari solusi ketika bersamaan dalam memutuskan dalam membuat sebuah usaha. Risiko yang telah terpetakan sejak awal akan menimbulkan dampak minimal. Selain itu, wirausahawan juga akan lebih mudah dalam mengatasi risiko ketika benar-benar terjadi (Tambrin 2019).

Mengenai risiko dapat dikatakan para *entrepreneur* telah melakukan pemetaan sejak awal, ini merupakan sebuah hal penting dalam memandang faktor risiko. *Entrepreneur* muda desa Latukan dalam merancang bisnisnya, juga menilai segala kelebihan dan kekurangannya, faktor penghambat dan pendukungnya. Sehingga dapat menilai rancangan usahanya secara menyeluruh.

### **Faktor Sosial Media**

Sosial media menjadi salah satu faktor lainnya yang merupakan dampak dari perkembangan teknologi, dengan adanya ragam sosial media turut memudahkan para wirausaha untuk memulai bisnisnya. Khususnya dalam konteks kajian ini bagi *entrepreneur* muda di desa Latukan yang mana sebagian besar memiliki bisnis dengan berjualan *online* dengan *online shop*, maka dapat



memanfaatkan sosial media sebagai wahana pemasarannya (Hendarsyah 2015). Salah satunya seperti hasil wawancara dari Amanda Putri P. (20) yang menjelaskan bahwa sosial media sangat berguna dalam bisnis berjualan produk kosmetik, yang hampir sebagian besar dipasarkan melalui media sosial.

Peran sosial media memang sangat besar, dalam hal pemasaran menjadi alat utama di era digital ini. Keberadaannya sangat berandil untuk memudahkan promosi barang atau produk. Sasarannya juga sangat luas karena tidak memiliki batasan, sehingga sosial media cenderung menjadi salah satu layanan yang sering dipilih dalam melakukan pemasaran produk (Syaipudin and Awwalin 2022). Koncondongan penggunaan sosial mediaupun bahkan dari kalangan remaja atau usia muda, bahkan generasi milenial pun menggunakan sosial media sebagai alat utama. Berbeda dengan generasi yang lahir di era 1990-an masih menggunakan cara konvensional dan sebagian lainnya telah menggunakan sarana digital. Namun dominasi digitalisasi dalam pemasaran tidak bisa dilepaskan di era ini (Adithia and Jaya 2021).

Kelebihan pemasaran digital menjadi sebuah pilihan utama, salah satu contohnya ketika masa pandemi Covid-19 bahkan menjadikan sosial media sebagai sarana kerja utama. Semuanya di era pandemi menjadikan sosial media sebagai alat utama, termasuk dalam diskusi, rapat, dan lain sebagainya. Hal ini menjelaskan bahwa sosial media merupakan pilihan utama di era dewasa ini, sosial media tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari (Oktaviani and Rustandi 2018).

Satu poin penting lagi yang harus dibangun dalam melakukan pemasaran digital, yaitu kualitas informasi merupakan sebuah bagian penting. Ketika seorang penjual tidak memberikan informasi secara benar, maka dapat dikatakan bahwa ia telah membangun isu bohong. Efek dari sebuah kebohongan pun sangat fatal dalam dunia bisnis, karena akan menjadikan pelanggan tidak lagi percaya bahkan tidak akan melakukan pembelian ulang (Agustine and Prasetyawati 2020).

Faktor sosial media bagi wirausahawan menjadi bagian penting, khususnya dengan serba digitalisasi seluruh bidang (Mashuri 2019). Bagi *entrepreneur* muda Desa Latukan sebagian besarnya memanfaatkan digitalisasi untuk alat promosi dan melakukan pemasaran produknya, baik barang matang ataupun mentah. Ini megindikasikan bahwa manfaat sosial media sangat berdampak pada pola pemasaran dan kegiatan wirausaha yang dilakukan oleh para *entrepreneur* muda di desa Latukan.

## **KESIMPULAN**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *entrepreneur* muda memberikan dampak pada perkembangan ekonomi kreatif. Meskipun dalam batasan-batasan yang kurang optimal, karena jangkauan pasar dan modal. Namun keberadaannya sangat bernilai bagi perkembangan ekonomi kreatif. Terdapat sedikitnya 4 faktor yang bersinggungan dalam perkembangan ekonomi kreatif bagi *entrepreneur* muda yaitu faktor lingkungan, faktor sosio ekonomi, faktor risiko dan faktor sosial media. Implikasi praktis penelitian ini memberikan dampak pada terbukanya lapangan usaha baru yang meningkatkan pendapatan masyarakat, dalam skala yang lebih luas akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pendapatan per kapita. Implikasi teoritis dalam penelitian ini



memberikan penjelasan secara rinci mengenai kontribusi *entrepreneur* muda dalam membangun ekonomi masyarakat. Keterbatasan penelitian ini yaitu pelaksanaannya hanya pada satu desa saja, padahal jika diterapkan pada banyak desa tentunya akan memberikan hasil yang lebih berwarna dan berkontribusi bagi perkembangan ekonomi kreatif khas masyarakat desa. Mengacu pada hasil penelitian ini maka terdapat rekomendasi, pertama rekomendasi bagi pelaku usaha untuk terus mengembangkan kegiatan bisnisnya. Kedua yaitu pada stakeholder terkait agar memberikan perhatian lebih dalam mendorong kegiatan bisnis *entrepreneur* muda, karena faktanya mereka juga akan memberikan andil pada pendapatan per kapita suatu daerah. Selain itu, dengan perhatian stakeholder terkait juga bisa memberikan bantuan permodalan guna pengembangan usahanya yang dilaksanakan. Ketiga, bagi peneliti selanjutnya maka hendaknya memperluas cakupan subjek penelitian ini, misalnya saja melaksanakan penelitian pada jenjang kabupaten/kota dan provinsi dengan mengkaji beberapa desa sekaligus.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Khofifatu Rohmah, and Idris Idris. 2021. "Peran Lingkungan Keluarga Dalam Mengembangkan Wirausaha Muda." *Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS* 6 (1): 1–8. <https://doi.org/10.17977/um022v6i12021p1>.
- Adithia, Sandy, and Mega Puspita Perwira Jaya. 2021. "Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi Di Masa Pandemi." *Journal of Research on Business and Tourism* 1 (1): 37. <https://doi.org/10.37535/104001120213>.
- Agustina, Tri siwi. 2015. *Kewirausahaan Teori Dan Penerapan Pada Wirausahawan Dan UKM Di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Agustine, Meiliana, and Yuliana Riana Prasetyawati. 2020. "Pengaruh Kualitas Informasi Instagram Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Dapurfit." *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat* 5 (1): 82. <https://doi.org/10.24198/prh.v5i1.23966>.
- Aini, Qurratul, and Farah Oktafani. 2020. "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 17 (2): 151–59. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i2.3845>.
- Andayanti, Westri, and Subhan Harie. 2020. "Pengaruh Motivasi Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa." *INTELEKTUUM* 1 (2): 107–14. <https://doi.org/10.37010/int.v1i2.187>.
- Andriana, Ana Noor, and Finnah Fourqoniah. 2020. "Pengembangan Jiwa Entrepreneur Dalam Meningkatkan Jumlah Wirausaha Muda." *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)* 2 (1): 43–51. <https://doi.org/10.30872/plakat.v2i1.3823>.
- Ardiyanti, Dyah Ayu, and Zulkarnen Mora. 2019. "Pengaruh Minat Usaha Dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda Di Kota Langsa." *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 10 (2): 168–78. <https://doi.org/10.33059/JSEB.V10I2.1413>.
- Aynie, Rahmi Qurrota, Ratih Hurriyati, and Puspo Dewi Dirgantari. 2021. "Strategi Pemasaran Electronic Word of Mouth Pada E-Commerce Dalam



- Menghadapi Era Digital 4.0 Di Indonesia.” *Inovasi* 17 (1): 136–43. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI/article/view/8483>.
- Basri, Yesi Mutia, and Gusnardi Gusnardi. 2021. “Pengelolaan Keuangan Pemerintah Di Masa Pandemi Covid 19 (Kasus Pada Pemerintah Provinsi Riau).” *Jati: Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia* 4 (1): 33–48. <https://doi.org/10.18196/jati.v4i1.9803>.
- Creswell, John W. 2019. *Research Design*. 4th ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, Triana, and Wasposito Tjipto Subroto. 2020. “Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Angkatan 2016 Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 8 (2): 62–69. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n2.p62-69>.
- Dhawan, Deepika, and Sushil Kumar Mehta. 2019. “Saving and Investment Pattern: Assessment and Prospects.” *ACRN Journal of Finance and Risk Perspectives* 8 (1): 123–32. <https://doi.org/10.35944/jofrp.2019.8.1.008>.
- Dines, Tri Cahyani. 2021. “Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Deviden Dan Manajemen Resiko Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019.” Universitas Wijaya Putra. <http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/3268/>.
- Esubalew, Amare Abawa, and A. Raghurama. 2020. “The Mediating Effect of Entrepreneurs’ Competency on the Relationship between Bank Finance and Performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs).” *European Research on Management and Business Economics* 26 (2): 87–95. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2020.03.001>.
- Evitasari, Rizqi Yulida, and Bagus Kisworo. 2020. “Wirausaha Home Industri Mebel Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga.” *Jurnal Eksistensi Pendidikan Luar Sekolah (E-Plus)* 5 (1): 62–74. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/E-Plus/article/view/8095>.
- Florida, Richard. 1999. *The Rise of Creative Class and Cities Andthe Creative Class*. London: Media and Sport.
- Gomes, Giancarlo, Laio Oriel Seman, Ana Clara Berndt, and Nadia Bogoni. 2022. “The Role of Entrepreneurial Orientation, Organizational Learning Capability and Service Innovation in Organizational Performance.” *Revista de Gestão* 29 (1): 39–54. <https://doi.org/10.1108/REG-11-2020-0103>.
- Götzmann, Nora. 2017. “Human Rights Impact Assessment of Business Activities: Key Criteria for Establishing a Meaningful Practice.” *Business and Human Rights Journal* 2 (1): 87–108. <https://doi.org/10.1017/bhj.2016.24>.
- Griffin, Ricky W. 2017. *Management*. 11th ed. Australia: Cengage Learning.
- Hamza, Lies Maria, and Devi Agustien. 2019. “Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM Di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 8 (2): 127–35. <https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>.
- Handayani, Sri, Aulia Istiqomah, Nafidh Fauzi, and Nurin Eva. 2021. “Peningkatan Young Entrepreneur Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui



- Pengeolaan Ekonomi Kreatif.” *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 6 (1): 12–22. <https://doi.org/10.31932/jpe.v6i1.1084>.
- Hasanah, Lak Lak Nazhat El. 2018. “Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Di Daerah Istimewa Yogyakarta.” *Jurnal Studi Pemuda* 4 (2): 268–80. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36812>.
- Hendarsyah, Decky. 2015. “Bisnis Toko Online.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v4i1.59>.
- . 2020. “Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 9 (1): 25–43. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.209>.
- Howkins, John. 2002. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin.
- Insana, Dwi Rorin Mauludin, Imam Suseno, and Yolanda Yolanda. 2022. “Minat Wirausaha Mahasiswa Berbasis Ekonomi Kreatif Di Masa Pandemi Covid 19.” *Sosio E-Kons* 14 (1): 45. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v14i1.12058>.
- Intansih, Intansih, Khofifah Nuraini, and Sheila Febriani Putri. 2021. “Tantangan Wirausahawan Muda Dalam Beradaptasi Di Era Society 5.0 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan IPS).” In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*. Vol. 1. <http://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/view/1448>.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 2016. *Principle of Marketing*. 16th ed. Harlow: Essex Pearson Education.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Edited by Essex Pearson Education. Harlow: Pearson Education Inc.
- Margahana, Helisia, and Eko Triyanto. 2019. “Membangun Tradisi Entrepreneurship Pada Masyarakat.” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 3 (02). <https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.497>.
- Maryasih, Ni luh Kerti. 2021. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wanita Memilih Berwirausaha Pada Sentra Industri Kecil Linggoasri Pekalongan Jawa Tengah.” *Moestopo Journal of International Relations* 1 (1): 31–45. <https://www.journal.moestopo.ac.id/index.php/mjir/article/view/1306>.
- Maryati, Wiwik, and Ida Masriani. 2019. “Peluang Bisnis Di Era Digital Bagi Generasi Muda Dalam Berwirausaha: Strategi Memperkuat Perekonomian.” *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)* 4 (2): 53–58. <https://dbo.raharja.ac.id/291/>.
- Mashuri, Mashuri. 2019. “Analisis Strategi Pemasaran UMKM Di Era 4.0.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 8 (2): 215–24. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.175>.
- Maslow, A. H. 1943. “A Theory of Human Motivation.” *Psychological Review* 50 (4): 370–96. <https://doi.org/10.1037/h0054346>.
- Miles, Matthew B., and A. Michael Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. 2nd ed. Los Angeles: Sage Publication Inc.
- Nguyen, Phuong V., Hien Thi Ngoc Huynh, Long Nguyen Hai Lam, Toan Bao Le, and Nghi Hong Xuan Nguyen. 2021. “The Impact of Entrepreneurial Leadership on SMEs’ Performance: The Mediating Effects of Organizational Factors.” *Heliyon* 7 (6): e07326.





- <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07326>.
- Nuraeningsih, Nuraeningsih, Mamik Indaryani, and Rusiana Rusiana. 2021. "Peluang Dan Tantangan Berwirausaha Bagi Mahasiswa Universitas Muria Kudus Di Masa Pandemi." *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 12 (3): 520–26. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v12i3.7017>.
- Nurkhin, Ahmad, Muhsin Muhsin, Satsya Yoga Baswara, and Dwi Puji Astuti. 2020. "Program Peningkatan Kompetensi Wirausaha Halal Food Bagi Santri Tahfidz." *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas* 5 (2): 107–17. <https://doi.org/10.31602/jpaiuniska.v5i2.2804>.
- Nurnilasari, Nunung, Irwan Adi Rianto, and Ratih Chodijah. 2021. "Analisis Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Wirausaha Muda Oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Cirebon." *Exchall: Economic Challenge* 3 (2): 36–49. <https://doi.org/10.47685/exchall.v3i2.161>.
- Oktaviani, Femi, and Diki Rustandi. 2018. "Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness." *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat* 3 (1): 1–20. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>.
- Olkhov, Victor. 2019. "Economic and Financial Transactions Govern Business Cycles." Edited by G. Balint, B. Antala, C. Carty, J-M. A. Mabieme, I. B. Amar, and A. Kaplanova. *ACRN Journal of Finance and Risk Perspectives* 8 (1): 1–20. <https://doi.org/10.35944/jofrp.2019.8.1.001>.
- Orinaldi, Mohammad. 2020. "Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Resiliensi Bisnis Diera Pandemi." *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research* 4 (2): 36. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v4i2.594>.
- Pearce, John A., David A. Fritz, and Peter S. Davis. 2010. "Entrepreneurial Orientation and the Performance of Religious Congregations as Predicted by Rational Choice Theory." *Entrepreneurship Theory and Practice* 34 (1): 219–48. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00315.x>.
- Primatami, Anggraita, and Yuridistya Primadhita. 2021. "Evaluasi Efisiensi Sektor Ekonomi Kreatif Pada Wirausaha Muda Di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi." *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)* 6 (2): 20–31. <https://doi.org/10.32503/jmk.v6i2.1346>.
- Purnamasari, Hanny, and Rachmat Ramdani. 2020. "Implementasi Program Pengembangan Kewirausahaan Dinas Koperasi Dan UMKM Dalam Meningkatkan Kualitas SDM Pelaku Koperasi Dan UMKM Di Kabupaten Karawang." *Jurnal Politikom Indonesiana* 5 (1): 85–98. <https://doi.org/10.35706/jpi.v5i1.3735>.
- Putri, Ade Ayu Anggreni, I Wayan Suidiana, and I Putu Deddy Samtika Putra. 2021. "Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Partisipasi Masyarakat Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengelolaan Dana Desa Pada Desa Songan B Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli." *Hita Akuntansi Dan Keuangan* 2 (2): 258–80. <https://doi.org/10.32795/hak.v2i2.1543>.
- Rachman, Rio Febriannur. 2019. "Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Media Digital Di Surabaya Dalam Perspektif Islam." *KOMUNITAS* 10 (2): 157–76. <https://doi.org/10.20414/komunitas.v10i2.1227>.
- Ramadhanti, Dina, Hari Mulyadi, and Girang Razati. 2017. "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Sikap Kewirausahaan." *Strategic:*



- Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* 16 (2): 32–37.  
<https://doi.org/10.17509/strategic.v16i2.7068>.
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. 2016. “Membangun Perilaku Entrepreneur Pada Mahasiswa Melalui Entrepreneurship Education.” *JBMA: Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* 3 (1): 79–86.  
<https://doi.org/10.54131/JBMA.V3I1.42>.
- Ridzal, Nining Asniar, and Waode Adriani Hasan. 2019. “Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal Dengan Meningkatkan Jiwa Wirausaha Dalam Pemanfaatan Sumber Daya Alam Di Kelurahan Masiri Kecamatan Batauga Kabupaten Buton Selatan.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI* 3 (2): 26–35.  
<https://doi.org/10.35326/pkm.v3i2.447>.
- Sabariah, Etika. 2021. “Strategi Mempertahankan Energi Dinamis Suatu Wirausaha Pada Perubahan Fenomena Khususnya Fenomena Pandemic Covid 19 Berbasis Pengetahuan.” *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 2 (1): 19–31. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i1.111>.
- Saputra, Komang Adi Kurniawan, Putu Budi Anggiriawan, A.A. Ayu Erna Trisnadewi, Putu Gede Wisnu Permana Kawisana, and L.G.P. Sri Ekajayanti. 2019. “Pengelolaan Pendapatan Asli Desa Sebagai Landasan Pembangunan Ekonomi Pedesaan.” *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 7 (1): 5–13. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v7i1.16688>.
- Setyawan, Tegar Budi. 2022. “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Sektor Kuliner Di Kota Padang Dengan Peran Mediasi Orientasi Pasar Dan Orientasi Teknologi.” Universitas Padang. <http://repository.unp.ac.id/41358/>.
- Setyoningrum, Ari Ani Dyah, and Deri Herdawan. 2022. “Motivasi Dan Upaya Peningkatan Perekonomian Melalui Wirausaha.” *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)* 7 (1): 37. <https://doi.org/10.32503/jmk.v7i1.2088>.
- Shaher, Adel TH Q, and Khairul Anuar Mohd Ali. 2020. “The Effect of Entrepreneurial Orientation on Innovation Performance: The Mediation Role of Learning Orientation on Kuwait SMEs.” *Management Science Letters* 10 (16): 3811–20. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.7.030>.
- Sofyan, Mohammad. 2019. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jiwa Kewirausahaan Pegawai Bank Perkreditan Rakyat.” *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)* 4 (3): 194–204. <https://doi.org/10.32503/jmk.v4i3.586>.
- Sugiyono, Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suranny, Lilyk Eka. 2020. “Pengembangan Potensi Desa Wisata Dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Perdesaan Di Kabupaten Wonogiri.” *Jurnal Litbang Sukowati: Media Penelitian Dan Pengembangan* 5 (1): 49–62. <https://doi.org/10.32630/sukowati.v5i1.212>.
- Syaipudin, Latif, and Idah Nurfajriya Awwalin. 2022. “Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan.” *SMB: Sanskara Manajemen Dan Bisnis* 1 (01): 31–42. <https://sj.eastasouth-institute.com/index.php/smb/article/view/22>.
- Tambrin, Mohammad. 2019. “Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan



- Wirausahawan Wanita Madura.” *Eco-Entrepreneur* 5 (2): 108–19. <https://journal.trunojoyo.ac.id/eco-entrepreneur/article/view/9008>.
- Usman, Hamza, and Mohd Lizam. 2016. “Determinants of Intention of Using Mortgage in Financing Home Ownership in Bauchi, Nigeria.” *International Journal of Housing Markets and Analysis* 9 (3): 320–39. <https://doi.org/10.1108/IJHMA-07-2015-0033>.
- Wheelen, Thomas L., J. David Hunger, Alan N. Hoffman, and Chuck Bamford. 2014. *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability*. 14th ed. New Jersey: Pearson.
- Windusancono, Bambang Agus. 2021. “Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia.” *Mimbar Administrasi* 18 (2): 32–45. <https://doi.org/10.56444/mia.v18i2.2528>.

