



Rintisan Berwirausaha dalam Bidang Ekonomi Kreatif “Studi Kasus UMKM Base Camp”

Nisrina Eka Vidyana

Hukum Ekonomi Syariah, STAI Sabili, Indonesia

Email : nisrinaev@gmail.com

Abstract

Entrepreneurial startups in the creative economy sector represent one of the most effective strategies for promoting community economic growth through the utilization of creativity, innovation, and technology. This study aims to analyze the concept of entrepreneurial startups in the creative economy sector and examine their impact on society through a case study of the "Base Camp" MSME. This research employs a qualitative method with a literature review approach combined with a case study. Data collection was conducted through the review of relevant literature and observation of entrepreneurial practices implemented by the "Base Camp" MSME. The findings indicate that entrepreneurial startups in the creative economy sector are developed through product innovation processes, the utilization of digital technology, business model development, and the ability to adapt to market needs. The "Base Camp" MSME serves as an example of a successful implementation of the creative economy by leveraging creativity in product development and marketing strategies to enhance business competitiveness. The existence of this MSME has generated positive impacts on society, including creating employment opportunities, increasing community income, encouraging local economic growth, and fostering entrepreneurial spirit and creativity among the younger generation.

Keywords: creative ; digitalization ; economy ; entrepreneurship ; ; startup

Abstrak

Rintisan kewirausahaan dalam bidang ekonomi kreatif merupakan salah satu strategi yang efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan kreativitas, inovasi, dan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep rintisan kewirausahaan dalam bidang ekonomi kreatif serta mengkaji dampaknya terhadap masyarakat melalui studi kasus pada UMKM "Base Camp". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka yang dipadukan dengan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui kajian literatur yang relevan serta observasi terhadap praktik kewirausahaan yang diterapkan pada UMKM "Base Camp". Hasil penelitian menunjukkan bahwa rintisan kewirausahaan dalam bidang ekonomi kreatif dibangun melalui proses inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, pengembangan model bisnis, serta kemampuan adaptasi terhadap kebutuhan pasar. UMKM "Base Camp" merupakan contoh penerapan ekonomi kreatif yang berhasil memanfaatkan kreativitas dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing usaha. Keberadaan UMKM tersebut memberikan dampak positif terhadap masyarakat, antara lain menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, serta mengembangkan semangat kewirausahaan dan kreativitas generasi muda.

Kata kunci: digitalisasi ; ekonomi ; berwirausaha ; kreatif ; rintisan

1. PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia saat ini semakin aktif dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif yang tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan tetapi juga sebagai solusi untuk tantangan perekonomian. Pengembangan ini didasarkan pada berbagai elemen penting seperti visi, bentuk, tempat, modal, sumber daya manusia, informasi, dan kreativitas. Untuk

memaksimalkan potensi tersebut, diperlukan peningkatan kemampuan intelektual yang akan mengurangi tingkat persaingan yang tidak sehat.

Perekonomian merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kesejahteraan dalam kehidupan bermasyarakat. Kondisi perekonomian suatu daerah dikatakan sejahtera dapat tercermin dari kondisi perekonomian keluarga yang sehat (Teriasi et al., 2022). Usaha melalui kegiatan kewirausahaan mendorong pengembangan ekonomi masyarakat menjadi terbantu dalam hal perekonomian menjadi lebih tertata. Oleh karena itu masyarakat dapat mempersiapkan untuk perintisan kegiatan kewirausahaan sebagai solusi dalam mengurangi beban ekonomi.

Namun, dalam pelaksanaan rintisan kewirausahaan, pelaku usaha sering dihadapkan pada berbagai tantangan yang mempengaruhi keberlangsungan usaha. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi dan kreativitas menjadi kunci untuk menciptakan produk yang berbeda dari pesaing, sekaligus pengelolaan keuangan yang baik menjadi aspek penting untuk menjaga kelangsungan usaha (Nugroho, 2021). Selain itu, pemanfaatan teknologi digital telah terbukti dapat memperluas jangkauan pasar dan mempermudah interaksi dengan konsumen (Sari & Rahmawati, 2022). Dalam hal ini pendidikan kewirausahaan saja tidak cukup, dibutuhkan juga faktor-faktor krusial lainnya terutama akses ke teknologi termasuk teknologi digital, modal, dan informasi; kemampuan berinovasi; budaya bisnis yang mendukung; dan iklim usaha yang kondusif (Tambunan & Amran, 2022).

Dalam setiap rintisan kewirausahaan ekonomi kreatif akan dihadapkan pada beberapa faktor yang pengaruh terhadap aktifitas, antara lain inovasi dan kreatifitas, Menurut (Widyaastuti & Setiawan, 2020) dimana setiap usaha wajib memiliki kemampuan menciptakan produk yang unik agar berbeda dengan para pesaing usaha lainnya lalu pengelolaan keuangan, dimana setiap para wirausaha wajib memiliki kemampuan manajemen arus kas yang tercatat rapih dan dapat dipertanggungjawabkan lalu pemanfaatan teknologi, dimana seorang wirausaha wajib memiliki kemampuan penguasaan dan memanfaatkan teknologi digital untuk memudahkan usaha dan menjangkau konsumen yang lebih luas lalu jaringan usaha, dimana setiap usahawan membutuhkan jaringan usaha yang laus sebagai bagian memperluas pasar dan membangun ekosistem bermitra dengan usaha yang saling menguntungkan lalu kemampuan adaptasi, dimana usaha saat ini sangat penting dilakukan karena dihadapkan dengan berbagai persaingan usaha yang kompetitif, segala yang terjadi dalam dinamika usaha

harus direspon dengan cepat dan akurat, segala yang berhubungan dengan perubahan tren yang dibutuhkan oleh konsumen.

Dengan demikian, fokus pada pengembangan inovasi, digitalisasi, manajemen keuangan yang efektif, pemanfaatan teknologi, serta perluasan jaringan usaha menjadi langkah strategis untuk memperkuat sektor ekonomi kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan rintisan kewirausahaan di Indonesia dan memberikan kontribusi dalam menciptakan lapangan kerja serta peningkatan perekonomian masyarakat.

2. KAJIAN TEORITIS

1. Rintisan kewirausahaan

Rintisan kewirausahaan merupakan langkah awal untuk menciptakan usaha baru yang berpotensi menjadi skala besar. Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Dari sudut pandang ini dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan berkaitan dengan penemuan ide-ide baru melalui kekuatan-kekuatan kreatif yang kemudian di transformasikan menjadi produk baru atau produk baru yang berbeda dengan yang sudah ada. Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan adalah kreativitas dan inovasi melalui penemuan produk baru atau berbeda dari produk yang termasuk dalam kewirausahaan (Amirullah et al., 2026). Dalam konteks Indonesia, rintisan kewirausahaan menjadi kunci dalam menghadapi tantangan ekonomi dan menciptakan peluang kerja. Kewirausahaan rintisan melalui aktivitas digital pun memiliki pendekatan yang berfokus pada teknologi, yang dapat memfasilitasi perkembangan kewirausahaan social melalui penggunaan platform digital yang memungkinkan akses dan keterlibatan yang luas(Wulandari et al., 2025).

2. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merujuk pada sektor yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan produk dan layanan baru. Ekonomi kreatif di era globalisasi ini, telah menarik minat berbagai negara untuk menggunakan konsep ini sebagai model pengembangan ekonomi, termasuk Indonesia. Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang

berkelanjutan berbasis kreativitas(Amsari & Anggara, 2023). Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, nilai PDB dari ekonomi kreatif mencapai Rp1.611,2 triliun pada tahun 2024 (Data Indonesia.Id).

Ekonomi kreatif memiliki karakteristik yang membedakannya dari sektor ekonomi konvensional. Salah satu karakteristik utamanya adalah kreativitas sebagai sumber nilai tambah. Kreativitas menjadi aspek penting dalam proses produksi produk atau layanan kreatif, yang melibatkan penggunaan imajinasi, inovasi, dan ekspresi kreatif untuk menghasilkan produk yang unik dan bernilai (My, 2023).

Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju (Aysa, 2020).

3. Digitalisasi dalam kewirausahaan

Digitalisasi telah mengubah cara usaha dijalankan, mempermudah akses ke pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional. Kewirausahaan digital adalah praktik mengejar "peluang usaha baru" disajikan oleh media baru dan teknologi internet. Ini mirip kewirausahaan tradisional dalam arti bahwa "usaha digital bertujuan untuk menghasilkan keuntungan dan langsung dimasukkan ke dalam bidang ekonomi(Radiansyah, 2022). Dalam konteks rintisan kewirausahaan, teknologi digital memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien. Hal ini penting dalam meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Pemanfaatan teknologi digital, seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi manajemen bisnis, memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta berinovasi dalam produk dan layanan.Selain itu, teknologi ini membuka peluang bagi UMKM untuk berinovasi dalam pengembangan produk dan layanan, menjawab kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, serta menciptakan nilai tambah yang membedakan usaha mereka di pasar yang semakin kompetitif (Sudiarti et al., n.d.).

Menurut penelitian, kewirausahaan digital dapat meningkatkan akses ke pasar internasional dengan biaya yang lebih rendah dan memungkinkan bisnis untuk beroperasi lebih fleksibel. Pelaku ekonomi kreatif yang berhasil menerapkan kewirausahaan digital dapat mempercepat pertumbuhan bisnisnya, memperluas jaringan pelanggan, dan berinovasi dalam produk mereka. Digitalisasi juga membuka jalan bagi model bisnis yang lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen (Junaedi & Rojali, 2024).

4. Inovasi dan kreativitas

Inovasi dan kreativitas merupakan dua elemen penting dalam keberhasilan rintisan kewirausahaan karena dua aspek tersebut saling melengkapi sebagaimana kreativitas menjadikan dasar untuk membuat ide yang baru, sementara itu inovasi tidak hanya pada produk dan layanan baru melainkan mencakup hal baru dalam menjalankan bisnis lalu berinteraksi dengan pelanggan, atau mengoptimalkan proses, dan proses ini sangat mempengaruhi aktivitas dalam berwirausaha. Kreativitas adalah kemampuan untuk melihat hal-hal baru dari sudut pandang yang berbeda, menghasilkan ide baru, atau menghubungkan konsep yang sebelumnya terpisah. Inovasi disini lain adalah penerapan praktis dari ide-ide kreatif tersebut dalam kehidupan nyata untuk menyelesaikan masalah atau memberikan nilai tambah. Kreativitas tanpa inovasi hanya akan tetap menjadi ide yang tidak terwujud, sementara inovasi tanpa kreativitas akan menghasilkan solusi yang terbatas (Prabowo et al., 2025). Sebuah perusahaan yang hanya mengandalkan kreativitas tanpa adanya inovasi yang terencana dapat menghadapi kesulitan dalam jangka panjang, karena produk atau layanan yang ditawarkan akan cepat usang dan tertinggal. Sebaliknya, inovasi yang tanpa kreativitas juga dapat terjebak dalam rutinitas yang membosankan, sehingga sulit untuk menarik perhatian konsumen (Efiana Manilang et al., 2024).

5. Tantangan dalam rintisan kewirausahaan

Meskipun rintisan kewirausahaan menawarkan banyak peluang, pelaku usaha juga menghadapi berbagai tantangan. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia tantangan adalah segala sesuatu seseorang yang membuat Anda ingin menjadi lebih baik

dalam menyelesaikan tantangan. Menjadi contoh untuk memotivasi seseorang agar lebih giat bekerja, dsb. Segala sesuatu yang perlu diatasi disebut tantangan. Seseorang dikatakan menang ketika mereka berhasil menyelesaikan sebuah tantangan. Kesuksesan terkadang dianggap telah dicapai oleh seseorang yang berhasil menyelesaikan suatu tugas. Penting untuk disadari bahwakapasitas setiap orang dalam menyelesaikan masalah dapat diakomodasi Tantangan dalam pengelolaan bisnis kewirausahaan adalah berbagai rintangan, hambatan, atau masalah yang dihadapi oleh pengusaha saat menjalankan dan mengembangkan usaha mereka. Tantangan ini bisa timbul dari berbagai sumber, termasuk internal (seperti kurangnya sumber daya atau keterampilan manajemen yang terbatas) atau eksternal (seperti persaingan pasar atau perubahan regulasi). Pengertian tantangan dalam pengelolaan bisnis kewirausahaan mencakup semua aspek yang membuat pengusaha harus mencari solusi kreatif dan strategi untuk mengatasi hambatan ini guna mencapai keberhasilan dalam bisnis mereka. Dengan kata lain, tantangan dalam pengelolaan bisnis kewirausahaan adalah kendala atau rintangan yang harus diatasi oleh para pengusaha untuk mencapai tujuan bisnis mereka (Auliani et al., 2024).

Tantangan dalam pengelolaan bisnis kewirausahaan adalah berbagai rintangan, hambatan, atau masalah yang dihadapi oleh pengusaha saat menjalankan dan mengembangkan usaha mereka. Tantangan ini bisa timbul dari berbagai sumber, termasuk internal (seperti kurangnya sumber daya atau keterampilan manajemen yang terbatas) atau eksternal (seperti persaingan pasar atau perubahan regulasi) (Rizky Auliani et al., 2023).

3. METODE PENELITIAN

Kegiatan penelitian memerlukan metode sebagai usaha untuk mengetahui tindakan yang akan dilaksanakan dalam proses penelitian tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang mendalam untuk memahami fenomena manusia dalam konteks alamiahnya, penelitian kualitatif berfokus pada makna yang diberikan orang terhadap pengalaman hidup dan kompleksitas hubungan social. Dalam metode ini data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan analisis teks dengan tujuan menggali pemahaman yang mendalam tentang subjek yang diteliti(Sumbodo et al.,

2024). Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui observasi langsung dan dokumentasi berupa foto di lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh gambaran yang mendalam mengenai kondisi dan aktivitas objek penelitian. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memberikan berbagai data informasi yang kongkrit dan bisa dipertanggungjawabkan.

Penelitian kualitatif didesain secara fleksibel, longgar, tidak ketat sehingga dalam pelaksanaan penelitian berpeluang mengalami perubahan dari yang apa yang telah direncanakan sebelumnya (Fiantika et al., 2022).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Studi kasus pada UMKM “Base Camp”

UMKM "Base Camp" merupakan salah satu bentuk rintisan kewirausahaan di bidang ekonomi kreatif yang bergerak pada sektor kuliner. Produk yang ditawarkan antara lain Indomie bakso, Thai tea, dan berbagai makanan serta minuman ringan lainnya. Usaha ini dibangun dengan memanfaatkan kreativitas dalam pengembangan menu, strategi pemasaran digital, serta inovasi pelayanan kepada konsumen.

Dalam proses pengembangannya, UMKM Base Camp menerapkan prinsip ekonomi kreatif melalui penciptaan produk yang sesuai dengan tren pasar, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, serta pengembangan konsep tempat usaha yang menarik bagi konsumen, khususnya kalangan remaja dan mahasiswa.





2. Rintisan kewirausahaan dalam bidang ekonomi kreatif

Rintisan kewirausahaan dalam bidang ekonomi kreatif merupakan proses pembentukan dan pengembangan usaha baru yang berlandaskan pada kreativitas, inovasi, pengetahuan, keterampilan, serta pemanfaatan teknologi untuk menghasilkan produk atau jasa yang memiliki nilai tambah ekonomi. Pelaksanaan rintisan usaha dimulai dari identifikasi kebutuhan pasar, pengembangan ide bisnis, penyusunan model bisnis, pengelolaan keuangan, pemasaran, dan legalitas usaha. Dalam era digital, usaha ekonomi kreatif memiliki peluang yang besar untuk berkembang karena didukung oleh teknologi informasi dan perubahan perilaku konsumen.

Karakteristik utama rintisan kewirausahaan ekonomi kreatif meliputi inovasi, pemanfaatan teknologi, kemampuan adaptasi, fleksibilitas usaha, dan orientasi pertumbuhan. Sektor yang banyak berkembang di Indonesia antara lain kuliner, fashion, kerajinan, dan konten digital.

3. Dampak rintisan kewirausahaan terhadap masyarakat

Keberadaan UMKM Base Camp memberikan dampak positif terhadap masyarakat. Dari aspek ekonomi, usaha ini mampu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan pelaku usaha dan pekerja, serta mendukung perputaran ekonomi lokal. Dari aspek sosial, usaha ini menjadi wadah pengembangan kreativitas dan kewirausahaan bagi generasi muda.

Selain itu, keberadaan usaha kuliner kreatif seperti Base Camp turut mendorong pertumbuhan UMKM lain, memperkuat ekosistem ekonomi kreatif daerah, dan meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa rintisan kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif dapat menjadi salah satu solusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Penelitian ini sama dengan hasil penelitian terdahulu yang memiliki dampak positif bahwa mahasiswa dapat termotivasi dan lebih percaya diri untuk mengembangkan ide-ide kreatif menjadi sumber ekonomi kreatif dan mahasiswa memahami pentingnya pengembangan ekonomi kreatif untuk meningkatkan pendapatan dan perekonomian. Sebagai wujud nyata dari kegiatan ini yaitu dapat membuat atau menghasilkan salah satu produk kreatifitas mahasiswa. Pembuatan produk “Sistanoka” ini merupakan bentuk hasil dari program Mirusaha Merdeka yang sudah dilaksanakan (Permatasari & Trisnawati, 2024).

Ekonomi kreatif di era sekarang sudah banyak dalam bentuk pembaruan yang menjadi daya Tarik konsumen. Ekonomi juga harus selalu didukung oleh konsep untuk menciptakan nilai tambah dengan mengkolaborasikan inovasi, teknologi dan budaya yang sesuai dengan produk-produk bernilai ekonomi tinggi. Hasil yang diharapkan oleh para produsen sebagai pelaku ekonomi kreatif dapat memperhatikan tiga pilar utama ekonomi kreatif, diantaranya 1) kreativitas sebagai kemampuan yang menciptakan ide baru sebagai pengembangan inovasi dari suatu produk yang sudah ada, 2) keahlian sebagai proses penerapan ilmu dan teknologi dalam mendukung hasil proses produk yang berkualitas, 3) teknologi dan informasi sebagai sarana pemanfaatan digitalisasi untuk menciptakan distribusi dan pasar produk yang dibutuhkan konsumen.

Dengan dukungan pemerintah usaha ekonomi kreatif di Indonesia berkembang secara masif di seluruh tanah air mulai dari kota-kota sampai ke wilayah pedesaan, karena ekonomi kreatif menjadi mesin pertumbuhan ekonomi baru. Untuk itu ekonomi kreatif menjadi bagian penting dalam menumbuhkan sumber daya manusia yang kreatif dalam pembaharuan ide usaha, membuka lapangan kerja bagi masyarakat dan memberikan ruang yang sangat besar bagi kaum muda serta usaha kecil menengah (UMKM) untuk menjadi bentuk usaha yang dapat tumbuh berkembang dan berkesinambungan. Untuk mendukung kondisi saat ini perlu diperhatikan daya saing

global dalam kegiatan usaha rintisan kewirausahaan, kerana produk yang dijadikan tujuan usaha ekonomi kreatif harus adapat menyentuh kreatifitas yang dapat memiliki daya tarik unik dan mempunyai nilai jual yang tinggi di pasar.

Usaha ekonomi kreatif dalam bentuk rintisan kewirausahaan dapat menghasilkan suatu sarana yang memberikan jalan keluar bagi masyarakat dalam menjawab masalah ekonomi masyarakat. Dengan menciptakan usaha ekonomi kreatif dengan rintisan kewirausahaan akan berdampak pada penciptaan lapangan kerja dan mengatasi pengangguran serta dapat menyerap banyak tenaga kerja di wilayah local. Produk inovasi dan diversifikasi produk akan menghasilkan usaha dalam bentuk produk-produk yang unik dari produk yang sangat diminati oleh konsumen domestik maupun internasional. Penguatan produk untuk peningkatan nilai tambah dan ekonomi dapat mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara, maka produk ekonomi kreatif dapat diandalkan sebagai kegiatan usaha untuk peningkatan nilai tambah perekonomian masyarakat, bangsa dan negara. Di sisi lain kegiatan ekonomi kreatif akan dapat mendukung dunia pariwisata sebagai daya tarik wisatawan akan tersendiri akan tertarik atau minat menikmati hasil karya ekonomi kreatif.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Studi kasus UMKM Base Camp menunjukkan bahwa penerapan konsep ekonomi kreatif melalui inovasi produk, pemanfaatan teknologi, dan kreativitas pemasaran mampu menciptakan peluang usaha yang berkelanjutan serta memberikan dampak ekonomi dan sosial yang positif bagi masyarakat. ekonomi kreatif merupakan fondasi penting dalam rintisan kewirausahaan yang mampu mendorong inovasi, menciptakan peluang usaha, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi daerah dan nasional. Dengan pengelolaan yang baik, dukungan teknologi, dan pengembangan sumber daya manusia yang kompeten, ekonomi kreatif akan terus menjadi salah satu sektor strategis yang mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Amirullah, Luran, M. F., Nurmayunita, Sidik, M., & Wisra, M. Y. (2026). *buku ajar wirausaha di era digital* . Penerbit Yapista.
- Amsari, S., & Anggara, Wi. (2023). *ekonomi kreatif* (Salman). umsu press.
- Auliani, R., Ramadhani, D. A., Tasya, L., & Keling, M. (2024). tantangan dalam pengelolaan bisnis kewirausahaan . *Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(No 1).
- Aysa, I. R. (2020). strategi pengembangan ekonomi kreatif di era digital . *Kajian Ekonomi Syariah* , 2.
- Efiana Manilang, Ester Novita Desi, & Yosia Belo. (2024). Inovasi dan Kreativitas : Pilar Utama dalam Kewirausahaan. *Nian Tana Sikka : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1), 82–92. <https://doi.org/10.59603/niantanasikka.v3i1.609>
- Fiantika, F., Wasil, M., & Jumiyaniti, S. (2022). *metodologi penelitian kualitatif* (Y. Novita, Ed.). Global eksekutif teknologi.
- Junaedi, S. R. P., & Rojali, R. (2024). Penguatan Ekonomi Kreatif Lokal melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital di Komunitas Masyarakat. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 33–41. <https://doi.org/10.34306/adimas.v5i1.1132>
- My, R. M. Y. A. (2023). Ekonomi Kreatif dan Potensi Pertumbuhan Ekonomi Berbasis Industri Kreatif. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 60–69. <https://doi.org/10.59561/jmeh.v1i2.155>
- Nugroho, S. (2021). inovasi dan kreativitas dalam usaha kecil dan menengah di indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 45–60.
- Permatasari, N. K., & Trisnawati. (2024). *penguatan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal dengan meningkatkan jiwa wirausaha dalam pemanfaatan sumber daya manusia pada program wirausaha merdeka universitas muhammadiyah surakarta*.
- Prabowo, A., Fitriani, A., Parhusip, A. A., Wijaya, M. R., & Tanjung, Y. (2025). *modern entrepreneurship* (Yori Aprridonal). Serasi media teknologi .
- Radiansyah, E. (2022). peran digitalisasi terhadap kewirausahaan digital . *Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 9(no 2).
- Rizky Auliani, Dinda Asri Ramadhani, Luthfiyyah Tasya, & Mansur Keling. (2023). Tantangan Dalam Pengelolaan Bisnis Kewirausahaan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 176–184. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i1.3068>
- Sari, D., & Rahmawati, M. (2022). peran teknologi digital dalam pengembangan usaha kreatif di era 4.0. *Teknologi Dan Inovasi*, 9, 112–125.
- Sudiarti, S., Setyoningrum, N. G., Febrani, N., Syifa, R., Ardhiansyah, & Alam. (n.d.). pemanfaatan digitalisasi dalam berwirausaha di era industri 4.0 bagi usaha mikro kecil dan menengah UMKM . *Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 3(No 1).

- Sumbodo, Y. P., Marzuki, Yudhantara, S., & Widiastuti. (2024). *metode penelitian* (Vol. 1). media penerbit indonesia.
- Tambunan, T., & Amran, E. (2022). pemberdayaan penguatan rintisan usaha bagi calon wirausaha muda. *Abdimas Dan Kearifan Lokal*, 3(No 2).
- Teriasi, R., Widyasari, Y., Supardi, jeffy S., & Merdias, D. (2022). peendampingan ekonomi kreatif bagi komunitas ibu rumah tangga. *Pengadbian Masyarakat*, 2(4).
- Widyaastuti, T., & Setiawan, R. (2020). pengelolaan keuangan dalam usaha mikro: tantangan dan solusi. *Manajemen Keuangan*, 8(1), 23–34.
- Wulandari, T. I., Indarti, D., Puar, A., Nugroho, A., & Soeratin, H. Z. (2025). Kewirausahaan Dan Digitalisasi Terhadap Pemasaran Daring. *JURNAL KEWIRAUSAHAAN, AKUNTANSI DAN MANAJEMEN TRI BISNIS*, 6(2), 210–219. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v6i2.475>