

## REVITALISASI STRATEGI INOVASI EKONOMI BISNIS DI ERA DIGITAL BERKELANJUTAN UNTUK GEN Z

Millatul Ulya<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

\*millatululya6@gmail.com



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

**Abstrak:** Dalam era digital yang terus berkembang, revitalisasi strategi inovasi ekonomi bisnis menjadi krusial, terutama untuk Generasi Z. Artikel ini mengeksplorasi berbagai aspek inovasi berkelanjutan yang dapat diterapkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Fokus utama dari penelitian ini adalah transformasi digital, inovasi sosial, dan strategi pemasaran digital yang relevan dengan karakteristik dan kebutuhan Generasi Z. Teknologi digital, seperti Internet of Things (IoT), kecerdasan buatan (AI), dan cloud computing, diidentifikasi sebagai pendorong utama dalam menciptakan strategi inovasi yang efektif. Selain itu, artikel ini membahas peran crowdfunding dan ekonomi kolaboratif dalam mendukung inovasi sosial di Indonesia. Upaya membangun ekosistem inovasi melalui inkubator startup dan kemitraan antara universitas dan industri juga diuraikan sebagai langkah penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kewirausahaan. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa partisipasi aktif Generasi Z dalam model bisnis digital dapat menjadi kunci untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di era digital.

**Kata Kunci:** Inovasi Ekonomi, Gen Z, Inovasi Berkelanjutan, Teknologi Digital Timur

**Abstract:** In the ever-evolving digital era, generation Z has emerged as consumers and workforce with unique characteristics. This study discusses the importance of revitalizing sustainable business economic innovation strategies to meet the needs and preferences of generation Z. This study identifies the challenges and opportunities faced by businesses in adopting digital technology and sustainable practices. Through an analytical approach, this paper explores various innovative strategies that companies can implement to attract and retain generation Z as customers and employees. The results of the study indicate that the integration of technology, sustainability, and social engagement are key factors in creating added value for businesses in the digital era. Thus, companies that are able to adapt and innovate according to the demands of generation Z will have a significant competitive advantage.

**Keywords:** Economic Innovation, Gen Z, Sustainable Innovation, Digital Technology

## PENDAHULUAN

Di tengah perkembangan teknologi yang pesat, generasi Z muncul sebagai sebuah kelompok yang memiliki karakteristik unik dalam memandang dan berinteraksi dengan dunia bisnis. Sebagai *digital natives*, mereka tumbuh bersama ekosistem yang didominasi oleh internet dan teknologi canggih, sehingga membentuk pola pikir serta perilaku konsumsi yang berbeda dari generasi sebelumnya. Dalam konteks ini, ekobisnis menjadi salah satu solusi yang menjanjikan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan Gen Z, dengan menawarkan produk dan layanan yang tidak hanya inovatif tetapi juga berkelanjutan. Era digital telah mengubah cara hidup dan berbisnis kita secara signifikan. Generasi Z, yang tumbuh di tengah revolusi teknologi ini, memainkan peran penting dalam membentuk ekonomi digital masa depan. Transformasi digital yang dipimpin Gen Z telah memunculkan pendekatan inovasi baru untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan bisnis yang berkelanjutan, mengubah lanskap bisnis secara signifikan.

Strategi inovasi dalam era digital tidak hanya berkaitan dengan pengembangan produk baru, tetapi juga mencakup cara-cara baru dalam berbisnis, pemasaran, dan interaksi dengan pelanggan. Dengan meningkatnya kesadaran akan isu-isu lingkungan dan sosial, Gen Z semakin memilih untuk mendukung merek yang berkomitmen pada keberlanjutan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku ekobisnis untuk memahami dan menerapkan strategi yang tidak hanya relevan secara teknologi, tetapi juga responsif terhadap nilai-nilai yang dianut oleh generasi ini.

Kepengulisan ini bertujuan menganalisis tentang revitalisasi strategi inovasi ekonomi bisnis di era digital untuk gen z. Kepengulisan ini akan memberikan wawasan lebih luas terhadap seluruh elemen ekonomi bisnis dan khususnya kepada Gen Z dalam mengembangkan lagi strategi inovasi-inovasi dalam bisnis di era revolusi digital sekarang ini. Implikasi dari kepengulisan ini akan membantu dalam pengembangan strategi inovasi yang lebih efektif untuk Gen Z dalam menghadapi dan mengikuti tren global di lingkungan digital yang terus berkembang.

## KAJIAN PUSTAKA

Definisi ekobisnis adalah konsep bisnis yang memprioritaskan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Menurut Sutaguna (2023), Ekobisnis melibatkan pertimbangan terhadap dampak lingkungan dan sosial dalam setiap keputusan

bisnis yang melibatkan penggunaan sumber daya dengan efisien, mengurangi limbah, dan memanfaatkan energi terbarukan. Hal ini sangat penting bagi Generasi Z yang cenderung memilih merek-merek yang memiliki kesadaran terhadap keberlanjutan.

Karakteristik Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan terkenal sebagai generasi yang sangat terhubung dengan teknologi. Menurut Karim dkk (2020) dalam buku Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Media Sosial (Studi Deskriptif Tingkat Dan Pola Politik Partisipatif Gen-Z Kota Yogyakarta Melalui Pemanfaatan Aplikasi Instagram Tahun 2019) Singh & Dangmei mereka cenderung lebih kritis dalam memilih produk dan lebih memperhatikan nilai-nilai etika dan keberlanjutan. Generasi ini sangat aktif di media sosial, sehingga hal tersebut turut memengaruhi keputusan mereka dalam berbelanja.

Inovasi di Era Digital Inovasi adalah kunci untuk kelangsungan hidup di era digital. Menurut Maria Ulfa (2021) Inovasi dan Kolaborasi Dalam Era Komunikasi Digital Peter F. Drucker di dalam bukunya Innovation and Entrepreneurship bahwasannya inovasi berkelanjutan mencakup pengembangan produk dan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan. Transformasi digital memungkinkan perusahaan untuk menanggapi permintaan pasar yang terus berubah dengan lebih cepat.

Strategi Inovasi Berkelanjutan Menurut Idris (2022), strategi inovasi berkelanjutan melibatkan pendekatan yang mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam setiap aspek bisnis. Mencakup pemanfaatan teknologi ramah lingkungan, pengembangan produk yang ramah lingkungan serta memodifikasi bisnis yang sedang tren saat ini. Pendekatan ini sangat penting untuk menarik perhatian Generasi Z yang semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan.

Pemasaran digital dan interaksi dengan Generasi Z menjadi metode yang efektif untuk menjangkau target pasar tersebut. Menurut Batu (2019), penggunaan media sosial dan *influencer* dapat meningkatkan keterlibatan dengan konsumen muda. Generasi Z cenderung memilih merek dengan kehadiran online yang kuat dan autentik, serta menunjukkan komitmen terhadap isu sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam menyusun esai ini adalah studi pustaka dengan menelaah sumber-sumber literatur, baik dari buku, jurnal, artikel dan

referensi-referensi yang berkaitan lainnya dengan strategi inovasi era digital berkelanjutan untuk Gen Z pada ekonomi dan bisnis. Penelitian terdahulu sejenis juga dilakukan agar mendapat simpulan yang valid dan akurat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi dunia digital telah menghadirkan perubahan besar dalam industri energi. Seiring upaya mengatasi tantangan perubahan iklim dan meningkatkan efisiensi energi, tren digitalisasi muncul sebagai alat yang ampuh untuk merombak sektor ini. Integrasi teknologi digital telah memicu revolusi dalam cara kita mengelola dan memanfaatkan sumber daya energi. Digitalisasi proses bisnis menjadi keharusan bagi perusahaan untuk tetap bersaing. Dengan munculnya teknologi baru seperti *Internet of Things* (IoT), kecerdasan buatan (AI), dan *cloud computing*, perusahaan energi perlu beradaptasi. Transformasi digital menawarkan berbagai keuntungan, seperti peningkatan efisiensi operasional, pengurangan biaya, dan peningkatan keamanan. Teknologi digital memungkinkan pencarian pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat melalui data *real-time*, yang sangat bermanfaat untuk operasi kompleks dan tersebar luas seperti di sektor industri. Beberapa contoh penerapan teknologi digital di sektor industri mencakup penggunaan IoT untuk memantau aset dari jarak jauh, AI untuk analisis prediktif, dan *cloud computing* untuk menyimpan dan mengelola data.

Industri 4.0 telah merevolusi cara kita mengelola dan memanfaatkan sumber daya energi. Implementasinya berdampak positif pada keberlanjutan sektor industri dengan meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya, mengurangi limbah, dan meminimalkan dampak lingkungan. Dalam perspektif makro, aspek keberlanjutan dalam penerapan Industri 4.0 meliputi berbagai dimensi yang mencakup peningkatan efisiensi sumber daya, pengurangan limbah, serta optimalisasi penggunaan energi dan material. Konsep *Smart City* menjadi salah satu solusi untuk mengatasi masalah di perkotaan. *Smart City* memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas hidup warganya. Tujuan utamanya adalah mengoptimalkan pengelolaan sumber daya, meningkatkan konektivitas, dan memperbaiki layanan publik secara luas. Kota pintar menggunakan berbagai teknologi seperti sensor, komputer, dan jaringan internet untuk mengumpulkan dan menganalisis data kota. Data ini digunakan untuk mengoptimalkan pengelolaan sumber daya seperti energi, air, dan transportasi,

serta menyediakan layanan publik yang lebih baik seperti kesehatan, pendidikan, dan keamanan.

Industri 4.0 dengan jaringan penciptaan nilai cerdas memungkinkan siklus hidup produk tertutup dan simbiosis industri. Keberlanjutan dalam implementasi Industri 4.0 tidak hanya fokus pada aspek lingkungan, tapi juga ekonomi dan sosial. Penerapan konsep kota pintar, Industri 4.0, dan digitalisasi bisnis, Gen Z bisa aktif dalam revolusi digital dan mendorong ekonomi serta bisnis berkelanjutan di era digital. Strategi inovasi yang memanfaatkan teknologi seperti *cloud computing* dan AI dapat menciptakan model bisnis digital yang efisien dan berkelanjutan. Hal ini dapat membuka peluang wirausaha digital dan memungkinkan Gen Z menjadi *influencer* media sosial yang mendorong inovasi dan keberlanjutan ekonomi digital. Era digital membuka peluang inovasi sosial untuk pertumbuhan ekonomi dan bisnis berkelanjutan. Gen Z sebagai *digital native* berperan penting memanfaatkan teknologi untuk solusi inovatif masalah sosial. Inovasi sosial era digital yang melibatkan Gen Z antara lain platform *crowdfunding*, dan aplikasi ekonomi kolaboratif.

### 1. *Crowdfunding*

Platform yang menjadi inovasi sosial penting di era digital. Platform yang memungkinkan penggalangan dana secara daring sebagai tujuan sosial. Di Indonesia, Kitabisa.com populer untuk proyek sosial dan kemanusiaan. Platform yang menyediakan media untuk berdonasi kemanapun dan semampu kita tanpa kesulitan mencari tempat yang layak, tim dari kitabisa.com ini memfasilitasi para donatur untuk mendonasikan hartanya untuk kelangsungan hidup dari mereka-mereka yang benar-benar membutuhkan. Hal ini tentu memudahkan para Gen Z mendukung inisiatif sosial secara mudah dan transparan.

### 2. Ekonomi Kolaboratif

Ekonomi kolaboratif menjadi tren signifikan di era digital. Platform digital yang memungkinkan pemanfaatan aset dan sumber daya secara lebih efisien. Aplikasi ekonomi kolaboratif menciptakan peluang bisnis baru dan akses lebih luas ke berbagai layanan. Di Indonesia, meski belum banyak dieksplorasi dalam laporan resmi, beberapa platform kolaboratif sudah digunakan luas. Contohnya layanan transportasi *online* seperti Gojek dan Grab, serta platform akomodasi seperti Traveloka. Gen Z dengan kecakapan teknologi mereka bisa

memanfaatkan platform ini untuk menciptakan peluang ekonomi baru dan mendorong pertumbuhan bisnis berkelanjutan. Ekonomi kolaboratif juga berkontribusi pada diversifikasi pasar di Indonesia. Misalnya, GoFood dan GrabFood membuka peluang bagi usaha kuliner kecil menjangkau pasar lebih luas. Traveloka memungkinkan pemilik properti menyewakan akomodasi ke wisatawan. Inovasi ini tidak hanya menciptakan peluang ekonomi baru, tapi juga berkontribusi pada pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Perkembangan teknologi digital yang terus berevolusi dari waktu ke waktu menuntut kita semua untuk terus kreatif dengan berbagai macam usaha dan strategi sesuai seluruh perkembangan ini. Strategi pemasaran digital penting dimiliki oleh gen z di zaman sekarang dalam memahami preferensi dan perilaku seluruh lapisan pasar dan tren ekonomi dan bisnis yang ada. Beberapa strategi yang relevan saat ini digunakan salah satunya yaitu *Marketing Influencer*. *Marketing influencer* telah menjadi strategi kunci dalam menjangkau para Gen Z. Penelitian menunjukkan bahwa 44% Gen Z telah membuat keputusan pembelian berdasarkan rekomendasi dari *influencer* media sosial. Gen Z lebih mempercayai *influencer* dari pada iklan tradisional karena mereka menganggap *influencer* lebih terkait dan memiliki opini yang tidak memihak. Untuk memanfaatkan *marketing influencer* secara efektif, perusahaan perlu memilih *influencer* yang memiliki nilai-nilai sejalan dengan merek mereka dan memiliki audiens Gen Z yang signifikan. Kolaborasi dengan *influencer* dapat meningkatkan kredibilitas merek dan menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Penting untuk menciptakan konten yang autentik, estetik dan relevan dengan pengikut *influencer* tersebut.

Para *Influencer* juga memanfaatkan konten video berdurasi pendek untuk lebih menjangkau banyak kalangan karna efisien tidak memakan terlalu banyak waktu penonton. Video pendek telah menjadi format konten favorit Gen Z. Platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts mengubah cara bisnis berinteraksi dengan audien. Gen Z lebih tertarik pada video dibanding teks atau gambar statis. Bahkan, survei menunjukkan 20% responden menghabiskan 5 jam atau lebih di TikTok setiap hari. Untuk memanfaatkan tren ini, perusahaan perlu membuat video kreatif, informatif, dan menghibur. Video 10-15 detik sangat efektif menarik perhatian

dan menyampaikan pesan dengan cepat. Konten video juga harus mudah dibagikan agar berpotensi viral.

Untuk menciptakan strategi pemasaran digital yang efektif untuk Gen Z, perusahaan perlu memadukan *marketing influencer* dan konten video pendek. Penting untuk memahami bahwa Gen Z menghargai autentisitas, interaktivitas, dan pengalaman yang personal. Mereka juga lebih cenderung mendukung merek yang memiliki nilai-nilai sosial dan lingkungan yang kuat. Dengan memanfaatkan strategi-strategi ini, perusahaan dapat menciptakan revolusi digital yang mendorong pertumbuhan ekonomi dan bisnis berkelanjutan di era ekonomi digital. Partisipasi Generasi Z dalam inovasi digital dan model bisnis digital akan menjadi kunci keberhasilan strategi pemasaran di masa depan.

Strategi inovasi bisnis berkelanjutan menjadi kunci pertumbuhan ekonomi di era digital. Pengembangan produk berkelanjutan menjadi fokus utama revolusi digital Gen Z. Generasi ini menuntut inovasi yang memenuhi kebutuhan mereka sekaligus menjaga kelestarian lingkungan. Penggunaan produk ramah lingkungan menjadi aspek penting dalam pengembangan produk berkelanjutan. Pendekatan ini mempertimbangkan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dalam setiap tahap desain. Tujuannya menciptakan solusi efisien, inovatif, dan ramah lingkungan. Penggunaan teknologi hemat energi, seperti panel surya dan lampu LED, juga berkontribusi pada upaya optimalisasi sumber daya. Bahan baku dasar ulang menjadi kunci dalam inovasi produk berkelanjutan. Material yang sudah dipakai sebelumnya dikumpulkan, dipisahkan, dan diolah menjadi produk baru. Penggunaan bahan daur ulang memberi manfaat penting: menjaga lingkungan dengan mengurangi penebangan pohon dan penambangan, menghemat energi karena proses daur ulang umumnya lebih efisien, serta mengurangi tumpukan sampah di TPA. Proses daur ulang melibatkan beberapa tahap:

1. Pengumpulan bahan dari berbagai sumber,
2. Pemilahan berdasarkan jenis,
3. Pengolahan secara fisik atau kimia,
4. Hingga pembuatan produk baru.

Selain inovasi produk daur ulang, Kemasan Inovatif juga menjadi aspek penting dalam pengembangan produk berkelanjutan. Kemasan ramah lingkungan atau *eco-friendly packaging* kini menjadi tren bisnis yang semakin populer seiring

meningkatkan kesadaran akan keberlanjutan. Kemasan ini dirancang untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan, baik dari segi bahan baku maupun proses produksi. Ciri utama kemasan ramah lingkungan meliputi sifat bahan yang dapat terurai secara alami, dapat didaur ulang, proses produksi rendah emisi, dan aman bagi kesehatan. Penggunaan kemasan ramah lingkungan tidak hanya membantu menjaga alam, tetapi juga dapat meningkatkan citra bisnis dan menarik konsumen yang peduli lingkungan. Inovasi dalam kemasan berkelanjutan mencakup penggunaan material daur ulang seperti kertas atau kardus, yang mengurangi limbah dan kebutuhan bahan baku baru. Kemasan pakai ulang, misalnya toples kaca atau tas kain, tidak hanya mengurangi sampah tapi juga memberi nilai tambah bagi konsumen. Penggunaan bahan yang dapat terurai secara alam seperti bioplastik atau kertas dapat mendukung siklus hidup produk yang lebih ramah lingkungan.

Peran Generasi Z sangat penting dalam pengembangan produk berkelanjutan. Sebagai generasi digital, mereka berperan krusial memanfaatkan teknologi untuk solusi inovatif ramah lingkungan. Kewirausahaan digital Gen Z bisa mendorong terciptanya model bisnis digital yang lebih berkelanjutan. Di era ekonomi digital, strategi inovasi untuk pertumbuhan ekonomi dan bisnis berkelanjutan perlu mempertimbangkan aspek produk ramah lingkungan, penggunaan bahan daur ulang, dan kemasan inovatif. Penggabungan teknologi digital seperti *Cloud Computing* dan kecerdasan buatan (AI), Gen Z bisa menciptakan revolusi digital yang menguntungkan ekonomi sekaligus menjaga kelestarian lingkungan. Pengembangan produk berkelanjutan bukan hanya tentang produk ramah lingkungan, tapi juga membangun ekosistem bisnis berkelanjutan yang melibatkan kolaborasi berbagai pemangku kepentingan, termasuk perusahaan, konsumen, dan pemerintah. Melalui penerapan strategi inovasi holistik, kita bisa menciptakan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan di era digital, sekaligus menjawab tantangan lingkungan saat ini.

Membangun ekosistem inovasi berkelanjutan menjadi kunci mendorong revolusi digital Gen Z dan pertumbuhan ekonomi di era digital. Untuk mencapainya, diperlukan kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk pemerintah, swasta, akademisi, dan masyarakat. Beberapa program dalam membangun ekosistem inovasi berkelanjutan adalah:

1. Inkubator Startup

Inkubator startup salah satu yang berperan penting dalam membangun ekosistem inovasi digital yang kuat. Mereka menjadi tempat untuk membina startup agar bisa berkembang dengan baik. Inkubator menyediakan sumber daya penting seperti ruang kerja, bimbingan, dan akses pendanaan. Hal ini tentu sangat membantu wirausahawan baru di awal pengembangan usaha mereka. Peran inkubator lebih dari sekadar menyediakan fasilitas fisik. Mereka juga menjadi mitra yang membantu startup mengurangi risiko gagal, memperkuat manajemen, memasuki pasar, dan mendorong inovasi produk. Salah satu hal penting dari inkubator adalah akses ke mentor berpengalaman. Para mentor ini, biasanya pengusaha sukses atau ahli di bidangnya, membagikan pengetahuan praktis dan strategi bisnis berharga. Program pelatihan inkubator mencakup berbagai aspek bisnis seperti pengembangan produk, pemasaran, manajemen, dan keuangan. Semua ini penting agar startup berhasil menghadapi tantangan ekonomi digital. Bimbingan mentor juga membantu startup membangun jaringan dan kemitraan strategis untuk membuka peluang baru.

## 2. Kemitraan Universitas dan Industri

Kerjasama universitas dan industri menjadi kunci membangun ekosistem inovasi berkelanjutan. Kolaborasi ini penting untuk menyiapkan lulusan dalam menghadapi dunia kerja yang terus berubah. Melalui kemitraan ini, perguruan tinggi bisa memastikan kurikulum mereka sesuai kebutuhan industri terkini. Kemitraan universitas-industri juga memberi mahasiswa pengalaman praktis berharga. Lewat magang, kunjungan industri, atau proyek bersama, mahasiswa bisa terlibat langsung di lingkungan kerja dan memahami tantangan serta proses industri. Untuk membangun kemitraan yang efektif, perguruan tinggi perlu memahami kebutuhan industri. Melalui survei, wawancara, atau diskusi dengan pihak industri, kampus bisa mengetahui tren dan perubahan di sektor tertentu. Informasi ini menjadi dasar menyusun kurikulum yang relevan dan program kemitraan yang tepat sasaran. Hal ini membantu mereka mengembangkan keterampilan kerja yang dibutuhkan, membangun jaringan profesional, dan meningkatkan peluang dalam memasuki dunia kerja nantinya.

## 3. Dukungan Regulasi

Regulasi yang mendukung sangat penting dalam membangun ekosistem inovasi berkelanjutan. Pemerintah berperan kunci sebagai pembuat kebijakan,

fasilitator, dan pemberi arah. Sebagai regulator, pemerintah membuat aturan yang mendorong inovasi dan pembangunan berkelanjutan. Contohnya, peraturan OJK tentang *equity crowdfunding* membuka akses pendanaan bagi startup. Namun, masih perlu upaya meningkatkan literasi keuangan masyarakat terkait *crowdfunding*. Pemerintah juga memfasilitasi kolaborasi antar sektor dengan memberi insentif dan mempertemukan berbagai pihak. Sebagai pemberi arah, pemerintah merumuskan visi dan strategi mengatasi masalah lingkungan secara menyeluruh. BRIN misalnya, mendampingi pemerintah daerah mengembangkan ekosistem riset dan inovasi sesuai kebutuhan masing-masing daerah. Dengan dukungan regulasi yang tepat, pemerintah bisa menciptakan iklim yang kondusif bagi tumbuhnya inovasi. Hal ini penting untuk mendorong kolaborasi produktif antara perguruan tinggi, industri, dan masyarakat dalam menghasilkan solusi inovatif bagi berbagai tantangan pembangunan.

Membangun ekosistem inovasi berkelanjutan memerlukan kerja sama dari berbagai pihak. Dengan adanya inkubator startup yang tangguh, kemitraan universitas-industri yang produktif, dan regulasi yang mendukung, Generasi Z dapat berperan aktif dalam revolusi digital. Mereka dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan bisnis berkelanjutan di era digital. Strategi inovasi yang memanfaatkan teknologi digital seperti *Cloud Computing* dan kecerdasan buatan AI dapat membantu menciptakan model bisnis digital yang lebih efisien dan berkelanjutan. Hal ini dapat membuka peluang bagi kewirausahaan digital dan memungkinkan Gen Z menjadi *influencer* media sosial yang berperan dalam mendorong inovasi dan keberlanjutan di era ekonomi digital.

## **KESIMPULAN**

Inovasi berkelanjutan di era digital telah mengubah cara hidup dan berbisnis kita. Generasi Z berperan penting dalam membentuk masa depan ekonomi digital melalui partisipasi aktif mereka. Strategi inovasi berbasis teknologi seperti AI dan *Cloud Computing* menciptakan peluang bagi model bisnis digital yang lebih efisien dan berkelanjutan yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus menjawab tantangan lingkungan yang kita hadapi saat ini.

Menciptakan ekosistem inovasi yang tangguh membutuhkan sinergi antara pemerintah, bisnis, dan akademisi. Inkubator startup yang dinamis, kolaborasi

perguruan tinggi-industri, serta kebijakan yang mendukung menjadi pilar utama dalam membangun iklim yang subur bagi inovasi berkelanjutan. Dengan memanfaatkan peluang ini secara optimal, Generasi Z dapat menjadi pionir dalam menghadirkan solusi kreatif yang tidak hanya menguntungkan dari sisi ekonomi, namun juga menjaga keseimbangan lingkungan di era ekonomi digital yang terus berevolusi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, D., Wibowo, U., Arsyiadanti, H., & Susanti, S, 2022. Studi literatur: Peran inovasi pendidikan pada pembelajaran berbasis teknologi digital. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 8(2), pp. 173-184.
- Anisah T., dkk. (2024). Peran Milenial Dan Gen Z Dalam Mendorong Kewirausahaan Di Indonesia: Analisis Teori Sct Dalam Konteks Pengasuhan Otoritatif. *ProBank : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 9 (1). pp. 36 - 50.
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S, 2019. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee Pengarang. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), pp. 144-152.
- Budiarti N, Riandhita A, Tally N, 2022. Preferensi Gen Z Terhadap Kemajuan Teknologi Pada Aplikasi TikTok dan Youtube. *Jurusan Ilmu Ilmu Sosial FISH Universitas Negeri Surabaya*, 1(1), pp. 501-508.
- Harto B, dkk., 2023. Strategi Berkelanjutan Melalui Inovasi Model Operasional Di Era Digitalisasi Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9 (2). pp. 243- 251
- Idris R., dkk, 2022. *Kewirausahaan dan Inovasi. 1 ed.* Jakarta: Strategy Cita Semesta.
- Karim, A. M., Wibawa, A., & Arisanto, P. T., 2020. Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Media Sosial (Studi Deskriptif Tingkat Dan Pola Politik Partisipatif Gen-Z Kota Yogyakarta Melalui Pemanfaatan Aplikasi Instagram Tahun 2019). *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(2), pp. 116- 131.
- Muna N, dan Aenurofik,. 2023. Pengaruh Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan). *Jurnal Sahmiyya*, 2 (1). pp. 143 - 149
- Nisa' K, Wijayani Q,. 2024. Peran Influencer Media Sosial Dalam Implusive Buying dan Konsumsi Generasi Z: Studi Kasus Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 2 (1), pp.31-43
- Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia,. *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor / POJK.04/ 2018 Tentang Layanan Urun Dana Melalui Penawaran Saham Berbasis Teknologi Informasi (Equity Crowdfunding)*. Jakarta
- Sutaguna I N., dkk, 2023. *Ekonomi Bisnis*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri. (2021).