

Pengaruh Kesiapan Teknologi, Kreativitas, dan Jejaring Bisnis terhadap Keberlanjutan Usaha Start-up di Sektor Ekonomi Kreatif

Rita Sari Puspita¹, Nur Jamaludin², Lena Erdawati³, Eko Sudarmanto⁴, Rumanintya Lisaria Putri⁵

¹Universitas Bina Bangsa; rritaspuspita@gmail.com

²University of Cendekia Abditama; jamaludin@uca.ac.id

³Universitas Muhammadiyah Tangerang; lenaerdawati0604@gmail.com

⁴Universitas Muhammadiyah Tangerang; ekosudarmanto.umt@gmail.com

⁵Badan Riset dan Inovasi Nasional; rumanintyalisariaputri@gmail.com

Info Artikel

Article history:

Received Juli, 2025

Revised Juli, 2025

Accepted Juli, 2025

Kata Kunci:

Ekonomi Kreatif, Keberlanjutan Start-Up, Kesiapan Teknologi, Kreativitas, Jaringan Bisnis

Keywords:

Creative Economy, Start-Up Sustainability, Technology Readiness, Creativity, Business Networks

ABSTRAK (10 PT)

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kesiapan teknologi, kreativitas, dan jaringan bisnis terhadap keberlanjutan usaha rintisan di sektor ekonomi kreatif Indonesia. Dengan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari 160 responden melalui kuesioner terstruktur yang menggunakan skala Likert 5 poin. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS 3). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel—kesiapan teknologi, kreativitas, dan jaringan bisnis—memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis. Di antara ketiganya, kreativitas memiliki pengaruh terkuat, menyoroti perannya yang sentral dalam mendorong inovasi dan daya saing dalam usaha kreatif. Temuan ini menyarankan bahwa meningkatkan kemampuan digital, mengembangkan potensi kreatif, dan memperkuat jaringan kewirausahaan merupakan strategi kritis untuk mendukung pengembangan berkelanjutan dalam ekosistem start-up. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis bagi bidang kewirausahaan berkelanjutan dan implikasi praktis bagi pembuat kebijakan, inkubator, dan pendiri start-up.

ABSTRACT (10 PT)

This study aims to examine the influence of technological readiness, creativity, and business networks on startup intention in Indonesia's creative economy sector. Using a quantitative approach, data were collected from 160 respondents through a structured questionnaire using a 5-point Likert scale. Data were analyzed using Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS 3). The results show that three variables—technological readiness, creativity, and business networks—have a positive and significant influence on business intention. Among the three, creativity has the strongest influence, including being central to driving innovation and competitiveness in creative businesses. These findings suggest that enhancing digital capabilities, developing creative potential, and strengthening network entrepreneurship are important strategies to support sustainable development in the startup ecosystem. This study provides theoretical contributions to the field of sustainable entrepreneurship and practical implications for policymakers, incubators, and startup founders.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Name: Rita Sari Puspita, SE. MM. M.Ak

Institution: Universitas Bina Bangsa

Email: rritasuspita@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah muncul sebagai mesin vital untuk pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan penciptaan lapangan kerja di Indonesia, mencakup sektor-sektor seperti media digital, desain, fashion, film, dan musik, yang secara signifikan berkontribusi terhadap PDB dan identitas budaya negara. Dalam lanskap dinamis dan kompetitif ini, bisnis start-up memainkan peran krusial dalam mendorong kreativitas dan transformasi digital; namun, mereka sering menghadapi tantangan dalam keberlanjutan, terutama dalam beradaptasi dengan perubahan teknologi, mendorong inovasi, dan membangun hubungan strategis. Digitalisasi menjadi kunci dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional bagi start-up ekonomi kreatif, dengan e-commerce, media sosial, dan aplikasi digital sebagai alat penting untuk mempromosikan produk kreatif dan berinteraksi dengan konsumen (Martial et al., 2024). Namun, masalah seperti infrastruktur internet yang terbatas dan rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah tetap menjadi tantangan yang persisten, sehingga memerlukan dukungan kebijakan yang terarah dan peningkatan literasi digital (Martial et al., 2024). Kontribusi ekonomi sektor ini terlihat dari peningkatan PDB dari Rp525,96 triliun pada tahun 2010 menjadi Rp922,59 triliun pada tahun 2016, yang menyumbang 7,44% dari total ekonomi Indonesia (Rahmi, 2018), menegaskan potensinya dalam mendorong kemajuan ekonomi nasional dan pentingnya inovasi dan kreativitas dalam startup untuk mempertahankan daya saing (Purnomo, 2024). Selain itu, inovasi dan kreativitas memungkinkan startup untuk mengembangkan produk unik, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengoptimalkan strategi pemasaran, dengan UMKM di industri kreatif memainkan peran vital dalam pengembangan ekonomi lokal dan menjadi sumber utama output kreatif dan inovatif (Purnomo, 2024).

Keberlanjutan bagi startup di ekonomi kreatif tidak hanya terbatas pada ketahanan finansial, tetapi juga mencakup kemampuan untuk terus berinovasi, bersaing, dan relevan secara sosial, dengan berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kesuksesan jangka panjang. Di antara faktor-faktor tersebut, kesiapan teknologi, kreativitas, dan jaringan bisnis muncul sebagai enabler krusial yang membantu startup menavigasi lingkungan bisnis yang dinamis dan mempertahankan relevansi seiring waktu. Inovasi teknologi memfasilitasi penciptaan model bisnis berkelanjutan yang mengatasi isu-isu sosial, lingkungan, dan ekonomi dengan memanfaatkan bahan ramah lingkungan dan proses inovatif untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan dampak lingkungan minimal (Meirobie et al., 2024), sementara pemikiran kreatif mendukung pengembangan teknologi yang inovatif dan bertanggung jawab secara sosial (Ram et al., 2025). Kreativitas juga memainkan peran vital dalam mengidentifikasi dan menyelesaikan tantangan kompleks, memungkinkan wirausahawan untuk merancang solusi berkelanjutan yang selaras dengan permintaan pasar sambil meminimalkan jejak lingkungan (Ram et al., 2025) dan praktik kewirausahaan berkelanjutan yang mengintegrasikan kreativitas telah terbukti meningkatkan kinerja keuangan, posisi pasar, dan kepuasan karyawan (Egieya et al., 2023). Secara bersamaan, jaringan bisnis yang kuat sangat penting untuk mengakses sumber daya kritis, memperoleh wawasan pasar, dan membangun hubungan kolaboratif yang meningkatkan keberlanjutan, dengan jaringan pribadi dan adaptabilitas pasar sebagai faktor kunci keberhasilan (Gomes, 2024), serta

jaringan mitra yang berkontribusi signifikan terhadap model bisnis berkelanjutan dengan membangun loyalitas dan kepercayaan pelanggan (Meirotie et al., 2024).

Kesiapan teknologi, kreativitas, dan jaringan bisnis merupakan komponen integral yang secara bersama-sama menentukan pertumbuhan dan ketahanan startup dalam ekonomi kreatif. Kesiapan teknologi mengacu pada kemampuan startup untuk mengadopsi dan memanfaatkan secara efektif alat dan platform digital guna meningkatkan produktivitas, inovasi, dan jangkauan pasar—kompetensi esensial dalam industri kreatif di mana penciptaan dan distribusi konten digital menjadi inti kegiatan. Mengadopsi transformasi digital merupakan keharusan strategis, memungkinkan startup untuk memanfaatkan teknologi baru guna inovasi dan keunggulan kompetitif (Joel et al., 2024), dengan adopsi teknologi seringkali didorong oleh kebutuhan inovasi untuk mempertahankan daya saing (Cooper, 2024). Selain itu, peran teknologi dalam mendorong inovasi terletak pada kemampuannya untuk membentuk model bisnis dan kinerja, terutama melalui inovasi terbuka dan transformasi digital (Khuan et al., 2023). Di sisi lain, kreativitas menjadi aset inti bagi perusahaan kreatif, memfasilitasi diferensiasi produk dan penciptaan nilai di pasar yang jenuh dan dipengaruhi tren (Martial et al., 2024), sementara digitalisasi mendukung jangkauan pasar yang lebih luas dan efisiensi operasional (Martial et al., 2024). Jaringan bisnis melengkapi elemen-elemen ini dengan memfasilitasi hubungan dengan pemangku kepentingan seperti mitra, investor, pelanggan, dan lembaga pemerintah, memberikan startup akses kritis ke sumber daya, bimbingan, dan peluang pasar baru (Oyeyemi et al., 2024). Partisipasi dalam ekosistem kolaboratif lebih lanjut meningkatkan pertukaran pengetahuan dan berbagi sumber daya, memperkuat kemampuan startup untuk berkembang di tengah tekanan kompetitif (Joel et al., 2024).

Meskipun pentingnya faktor-faktor ini telah diakui, studi empiris yang menganalisis pengaruh gabungan faktor-faktor tersebut terhadap keberlanjutan usaha rintisan di ekonomi kreatif Indonesia masih terbatas. Kebanyakan literatur yang ada cenderung menganalisis variabel-variabel ini secara terpisah atau dalam konteks industri yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan penelitian dengan mengeksplorasi bagaimana kesiapan teknologi, kreativitas, dan jaringan bisnis secara bersamaan mempengaruhi keberlanjutan usaha rintisan di ekonomi kreatif Indonesia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Kesiapan Teknologi*

Kesiapan teknologi dalam startup, terutama dalam ekonomi kreatif, sangat penting untuk memanfaatkan infrastruktur digital, alat, dan platform guna meningkatkan efisiensi, mendorong inovasi, dan memperkuat daya saing. Teknologi berperan sebagai kekuatan transformatif yang mendukung pertumbuhan kewirausahaan, dengan analisis bibliometrik menegaskan perannya yang kritis (Khuan et al., 2023). Infrastruktur kunci seperti internet, komputasi awan, dan media sosial memfasilitasi inovasi dan kemitraan digital yang efektif (Hercheui & Cornford, 2025), sementara kemampuan platform digital secara signifikan mempengaruhi inovasi, dimoderasi oleh kesiapan organisasi (Jun et al., 2022). Kesiapan teknologi (TR) membentuk adopsi teknologi melalui motivator seperti inovasi dan optimisme, serta penghambat seperti ketidakamanan dan ketidaknyamanan (Blut & Wang, 2020), dengan TR memiliki efek positif moderat pada persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan—kedua hal ini vital bagi startup (Donmez-Turan & Oren, 2021). Hubungan antara teknologi dan kesuksesan startup melibatkan inovasi terbuka dan transformasi digital sebagai pendorong utama, yang didukung oleh kemampuan improvisasi dan platform yang meningkatkan inovasi dan adaptabilitas (Jun et al., 2022; Khuan et al., 2023)

2.2 *Kreativitas*

Kreativitas merupakan landasan utama ekonomi kreatif, mendorong inovasi, diferensiasi pasar, dan identitas merek dalam bisnis startup dengan menghasilkan ide atau produk asli dan bernilai yang esensial untuk kesuksesan wirausaha, serta memfasilitasi adaptabilitas dan ketahanan dalam pasar dinamis yang seringkali menghasilkan inovasi disruptif yang mendukung

pertumbuhan jangka panjang; kreativitas mendasari proses wirausaha—mulai dari generasi ide dan pemecahan masalah hingga inovasi produk dan layanan, pemasaran yang efektif, dan manajemen bisnis (Badriyah et al., 2025; Hobrough, 2002)—dan merupakan fondasi untuk mengubah ide-ide baru menjadi usaha yang layak melalui motivasi intrinsik, passion, dan keinginan untuk mengatasi tantangan unik (Hobrough, 2002; Phan et al., 2010). Dalam ekonomi kreatif, startup memanfaatkan berbagai bentuk inovasi—budaya, sosial, dan hibrida—untuk mendorong pertumbuhan ekonomi (MAKE & IDEAS, n.d.), namun banyak wirausahawan kesulitan mewujudkan konsep imajinatif mereka akibat kekurangan keterampilan, menyoroti kebutuhan akan pengembangan keterampilan yang terarah untuk menyeimbangkan keunikan dengan kegunaan dan sepenuhnya memanfaatkan potensi kreativitas (Badriyah et al., 2025; Torrance, 1969).

2.3 Jaringan Bisnis

Jaringan bisnis merupakan komponen kritis bagi startup, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia, karena membantu mengatasi keterbatasan sumber daya dan memfasilitasi akses ke pengetahuan, pendanaan, dan pelanggan, sekaligus berfungsi sebagai platform untuk kolaborasi, perluasan pasar, dan inovasi—faktor-faktor yang esensial bagi kelangsungan hidup dan pertumbuhan startup. Jaringan bisnis terdiri dari aktor, sumber daya, dan aktivitas yang saling terhubung, membentuk struktur dinamis yang mengakomodasi tujuan yang beragam dan memfasilitasi pertukaran berulang yang membangun kepercayaan dan komitmen di antara anggotanya (Todeva, 2006). Jaringan ini memberikan akses awal ke pelanggan dan pemasok (Aaboen et al., 2016), memastikan kualitas informasi melalui pengaruh moral dan efek reputasi (Casson & Cox, 1993), serta berkontribusi pada pertumbuhan pendapatan, pangsa pasar, keuntungan, dan kepuasan pelanggan bagi startup yang memiliki koneksi luas dan pengalaman industri (Geelhoed, n.d.). Dalam konteks Indonesia, jaringan nilai, aliansi strategis, dan proyek yang didorong oleh inovasi secara signifikan mempengaruhi kinerja startup, menjadikannya strategi esensial untuk menavigasi lanskap bisnis lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Geelhoed, n.d.).

2.4 Keberlanjutan Bisnis Start-Up

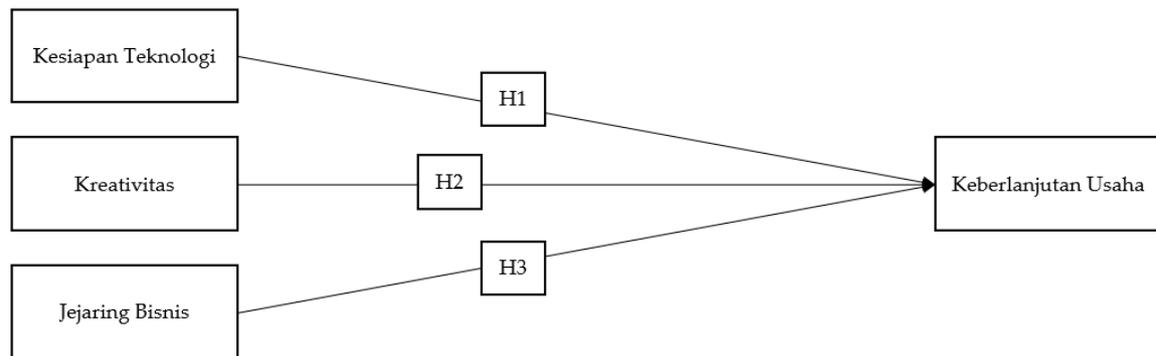
Keberlanjutan bisnis bagi start-up di ekonomi kreatif tidak hanya mencakup pertimbangan lingkungan, tetapi juga kemampuan ekonomi dan operasional yang krusial untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan jangka panjang. Hal ini memerlukan stabilitas keuangan, inovasi, loyalitas pelanggan, kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar, serta komersialisasi kreativitas yang efektif melalui platform digital dan hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan.

Inovasi model bisnis memainkan peran kunci dalam meningkatkan profitabilitas dan penciptaan nilai, memungkinkan startup untuk berkembang di lingkungan dinamis sambil mengintegrasikan praktik etis yang mengatasi isu-isu sosial, lingkungan, dan ekonomi yang lebih luas (Meirotie et al., 2024). Ketahanan dan adaptabilitas lebih lanjut mendukung pengambilan keputusan berkelanjutan dengan memungkinkan startup mempertahankan keunggulan kompetitif, terutama ketika didasarkan pada strategi kolaboratif yang bertujuan pada nilai jangka panjang (Christodoulou et al., 2024). Selain itu, manajemen risiko dan adopsi teknologi ramah lingkungan meningkatkan persepsi pelanggan dan kinerja, dengan kolaborasi virtual menawarkan solusi untuk gangguan eksternal (Hota et al., 2024). Pada akhirnya, keberlanjutan melibatkan keseimbangan antara tanggung jawab ekonomi, lingkungan, dan sosial untuk memastikan nilai jangka panjang bagi pemegang saham, efisiensi sumber daya, dan responsif terhadap tantangan etika (Pojasek, 2007; Vrontis et al., 2023).

2.5 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis

Penelitian ini didasarkan pada Teori Pandangan Berbasis Sumber Daya (Resource-Based View/RBV), yang menyatakan bahwa sumber daya internal suatu perusahaan—seperti teknologi, kreativitas, dan jaringan—memegang peranan krusial dalam mencapai keunggulan kompetitif dan mempertahankan kinerja bisnis (Barney, 1991). Dengan menerapkan perspektif ini, penelitian ini mengusulkan bahwa kesiapan teknologi, kreativitas, dan jaringan bisnis berfungsi sebagai sumber

daya strategis yang mempengaruhi keberlanjutan usaha rintisan dalam ekonomi kreatif. Dari landasan teoritis ini, hipotesis-hipotesis berikut ini dirumuskan:



Gambar 1. Model Penelitian

H1: Kesiapan teknologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis startup.

H2: Kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis startup.

H3: Jaringan bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis startup.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian eksplanatori dengan metode survei cross-sectional. Desain ini sesuai untuk menyelidiki hubungan kausal antara variabel independen (kesiapan teknologi, kreativitas, dan jaringan bisnis) dan variabel dependen (kelangsungan usaha). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dari pendiri dan manajer usaha rintisan yang beroperasi di berbagai subsektor ekonomi kreatif seperti desain, konten digital, fashion, musik, dan seni visual.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini terdiri dari wirausaha startup yang beroperasi di sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Sebanyak 160 responden dipilih menggunakan sampling purposif, dengan kriteria sebagai berikut: (1) merupakan pemilik atau pengambil keputusan utama dalam bisnis startup, (2) beroperasi secara aktif selama minimal satu tahun, dan (3) beroperasi di kategori industri kreatif yang diakui berdasarkan klasifikasi yang disediakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. Ukuran sampel ini dianggap memadai untuk Structural Equation Modeling menggunakan Partial Least Squares (SEM-PLS), yang memerlukan minimal 10 kali jumlah jalur struktural terbesar yang mengarah ke suatu konstruk dalam model.

3.3 Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang didistribusikan melalui email, platform media sosial, dan komunitas industri kreatif. Responden diminta untuk berpartisipasi secara sukarela dan dijamin kerahasiaan tanggapan mereka. Periode pengumpulan data berlangsung selama satu bulan. Kuesioner dirancang dalam bahasa Indonesia dan diuji coba dengan 20 responden untuk memastikan kejelasan dan keandalan.

3.4 Pengukuran Variabel

Setiap konstruksi dalam model diukur menggunakan beberapa indikator yang diadaptasi dari instrumen penelitian yang telah divalidasi sebelumnya dan dinilai pada skala Likert lima poin mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Kesiapan Teknologi (TR) diukur menggunakan empat indikator: ketersediaan infrastruktur digital, kemahiran dalam menggunakan alat digital, integrasi teknologi dalam proses bisnis, dan penggunaan platform digital untuk pemasaran (diadaptasi dari Parasuraman, 2000). Kreativitas (CR) dievaluasi melalui empat indikator terkait inovasi produk, generasi ide, keunikan artistik, dan responsivitas terhadap tren (diadaptasi dari Amabile, 1996). Jaringan Bisnis (BN) mencakup empat indikator yang berfokus pada kolaborasi dengan mitra, partisipasi dalam komunitas kreatif, akses ke pendanaan atau dukungan melalui

jaringan, dan frekuensi interaksi bisnis (diadaptasi dari Hoang & Antoncic, 2003). Terakhir, Keberlanjutan Bisnis (BS) diukur menggunakan empat indikator: stabilitas keuangan, perencanaan bisnis jangka panjang, kemampuan inovasi berkelanjutan, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar (diadaptasi dari Shepherd & Patzelt, 2011).

3.5 Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan SmartPLS versi 3.0, metode yang sesuai untuk studi ini karena kemampuannya menangani model kompleks dengan banyak konstruk dan ketahanannya terhadap ukuran sampel yang relatif kecil. Analisis terdiri dari dua tahap utama: pertama, Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model), yang menilai keandalan dan validitas konstruk melalui faktor beban, Cronbach’s Alpha, Composite Reliability (CR), dan Average Variance Extracted (AVE); dan kedua, Evaluasi Model Struktur (Inner Model), yang menguji hipotesis penelitian dan mengevaluasi signifikansi serta kekuatan hubungan antarkonstruk menggunakan koefisien jalur dan t-statistik yang diperoleh melalui bootstrapping dengan 5.000 subsampel. Nilai t-statistik lebih besar dari 1,96 pada tingkat kepercayaan 95% dianggap secara statistik signifikan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran umum tentang karakteristik demografis responden dan profil umum bisnis startup yang terlibat dalam studi ini, berdasarkan data yang dikumpulkan dari 160 responden valid yang merupakan pemilik atau pemegang keputusan kunci dari bisnis startup yang beroperasi di berbagai subsektor ekonomi kreatif Indonesia. Berdasarkan jenis kelamin, 60% responden adalah laki-laki (96 orang) dan 40% adalah perempuan (64 orang), mencerminkan representasi yang seimbang dan partisipasi aktif kedua jenis kelamin di sektor ini. Berdasarkan usia, 15% berusia di bawah 25 tahun, 55% berusia 25–35 tahun, 22,5% berusia 36–45 tahun, dan 7,5% berusia di atas 45 tahun, dengan mayoritas (77,5%) berada dalam rentang usia produktif 25–45 tahun, menunjukkan dominasi pengusaha muda dan menengah. Dari segi pendidikan, 12,5% telah menyelesaikan sekolah menengah atas, 22,5% memiliki ijazah diploma, 52,5% memiliki gelar sarjana, dan 12,5% memiliki gelar magister atau lebih tinggi, menunjukkan bahwa sebagian besar responden (65%) relatif berpendidikan tinggi. Berdasarkan profil usaha, 7,5% beroperasi kurang dari satu tahun, 30% selama 1–2 tahun, 45% selama 2–5 tahun, dan 17,5% lebih dari lima tahun, dengan 75% usaha berada pada tahap awal hingga pertumbuhan. Secara sektoral, subsektor yang diwakili meliputi konten digital dan media (25%), fashion dan pakaian (20%), desain dan ilustrasi (17,5%), kerajinan dan produk handmade (15%), fotografi dan videografi (12,5%), serta seni pertunjukan dan musik (10%), menyoroti beragam aktivitas bisnis kreatif. Sebagian besar usaha merupakan usaha mikro dan kecil, dengan 42,5% mempekerjakan 1–5 orang, 32,5% mempekerjakan 6–10 orang, 17,5% mempekerjakan 11–20 orang, dan hanya 7,5% mempekerjakan lebih dari 20 orang, sesuai dengan skala tipikal usaha rintisan di ekonomi kreatif.

4.2 Model Pengukuran (Model Luar) Evaluasi

Model pengukuran, yang juga dikenal sebagai model luar dalam Structural Equation Modeling menggunakan Partial Least Squares (SEM-PLS), dievaluasi untuk memastikan keandalan dan validitas konstruk yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini melibatkan analisis beban indikator, keandalan konsistensi internal (menggunakan Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability), dan validitas konvergen (menggunakan Average Variance Extracted atau AVE).

4.2.1 Loading Faktor

Keandalan indikator menilai sejauh mana setiap variabel teramati (item) mengukur konstruk laten yang sesuai. Faktor beban $\geq 0,70$ dianggap dapat diterima (Hair et al., 2019).

Tabel 1. Loading Faktor

Construct	Code	Indicator Description	Loading
-----------	------	-----------------------	---------

Technological Readiness	TR1	Use of digital tools in daily operations	0.812
	TR2	Availability of digital infrastructure	0.786
	TR3	Competency in utilizing new technology	0.844
	TR4	Integration of technology in marketing	0.801
Creativity	CR1	Originality in product or service design	0.861
	CR2	Idea generation and innovation	0.825
	CR3	Ability to follow and set market trends	0.812
	CR4	Uniqueness as a competitive advantage	0.846
Business Networking	BN1	Frequency of collaboration with partners	0.882
	BN2	Participation in creative business communities	0.841
	BN3	Access to external business support/funding	0.870
	BN4	Relationships with market stakeholders	0.888
Business Sustainability	BS1	Business is financially stable	0.843
	BS2	Ability to sustain over long term	0.801
	BS3	Ability to innovate over time	0.866
	BS4	Adaptability to market changes	0.829

Sumber: Data Diolah

Semua indikator memiliki faktor beban di atas 0,70, menunjukkan reliabilitas yang baik dan mengonfirmasi bahwa setiap item berkontribusi secara memadai dalam mengukur variabel laten masing-masing.

4.2.2 Reliabilitas Konsistensi Internal

Reliabilitas model pengukuran dievaluasi menggunakan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR), dengan kedua metrik harus melebihi nilai ambang batas 0,70 untuk menunjukkan konsistensi internal yang dapat diterima (Hair et al., 2019). Hasil menunjukkan bahwa Kesiapan Teknologi mencapai Cronbach's Alpha 0,813 dan CR 0,878, Kreativitas mencatat 0,841 dan 0,893, Jaringan Bisnis mencapai 0,865 dan 0,909, sementara Keberlanjutan Bisnis menghasilkan 0,856 dan 0,903. Semua konstruk menunjukkan nilai di atas ambang batas yang direkomendasikan, mengonfirmasi bahwa indikator yang digunakan dalam studi ini memiliki reliabilitas konsistensi internal yang baik.

4.2.3 Validitas Konvergen (Rata-rata Varians yang Diekstraksi)

Validitas konvergen, yang mengacu pada sejauh mana suatu konstruk menjelaskan varians dari indikatornya, dievaluasi menggunakan Rata-rata Varians yang Diekstraksi (AVE), di mana nilai di atas 0,50 menunjukkan validitas yang memadai. Hasil AVE untuk setiap konstruk adalah sebagai berikut: Kesiapan Teknologi (0.642), Kreativitas (0.676), Jaringan Bisnis (0.717), dan Keberlanjutan Bisnis (0.701). Karena semua nilai AVE melebihi ambang batas 0.50, hal ini mengonfirmasi bahwa indikator-indikator tersebut cukup mewakili konstruk masing-masing, sehingga validitas konvergen yang baik tercapai.

4.2.4 Validitas Diskriminatif (Kriteria Fornell-Larcker)

Validitas diskriminatif memastikan bahwa setiap konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lain dalam model. Menurut kriteria Fornell-Larcker, akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk harus lebih besar dari korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lain.

Tabel 2. Validitas Diskriminan

Construct	TR	CR	BN	BS
Technological Readiness (TR)	0.801			
Creativity (CR)	0.623	0.822		
Business Networking (BN)	0.576	0.654	0.846	
Business Sustainability (BS)	0.617	0.701	0.668	0.837

Sumber: Data Diolah

Nilai diagonal (akar kuadrat dari AVE) lebih besar daripada korelasi antar-konstruk, yang mengonfirmasi validitas diskriminatif yang kuat.

4.3 Evaluasi Model Struktur (Model Dalam)

Evaluasi model struktur, atau model dalam, bertujuan untuk menilai hubungan antarkonstruk laten dan menguji hipotesis penelitian yang diajukan. Tahap ini melibatkan evaluasi koefisien determinasi (R^2), relevansi prediktif (Q^2), ukuran efek (f^2), dan koefisien jalur melalui bootstrapping untuk menentukan signifikansi dan kekuatan masing-masing hipotesis.

4.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 mencerminkan proporsi varians pada variabel dependen—Keberlanjutan Bisnis—yang dijelaskan oleh variabel independen, yaitu Kesiapan Teknologi, Kreativitas, dan Jaringan Bisnis. Dalam studi ini, nilai R^2 untuk Keberlanjutan Bisnis adalah 0,631, menunjukkan bahwa 63,1% variansnya dijelaskan oleh ketiga prediktor. Menurut Hair et al. (2019), nilai ini dianggap substansial, menunjukkan bahwa model memiliki daya penjas yang kuat dalam memprediksi keberlanjutan bisnis di kalangan startup dalam ekonomi kreatif.

4.3.2 Relevansi Prediktif (Q^2)

Nilai Q^2 , yang diperoleh melalui prosedur blindfolding, digunakan untuk menilai relevansi prediktif model, dengan nilai lebih besar dari nol menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif. Dalam studi ini, nilai Q^2 untuk konstruk Keberlanjutan Bisnis adalah 0,487, yang jauh di atas ambang batas, mengonfirmasi bahwa model memiliki relevansi prediktif yang kuat dalam menjelaskan hasil keberlanjutan bisnis di kalangan startup dalam ekonomi kreatif.

4.3.3 Ukuran Efek (f^2)

Statistik f^2 digunakan untuk menilai ukuran efek atau kontribusi setiap variabel eksogen terhadap nilai R^2 variabel endogen dalam model. Menurut pedoman Cohen (1988), nilai f^2 sebesar 0,02 menunjukkan efek kecil, 0,15 menunjukkan efek sedang, dan 0,35 menunjukkan efek besar, memberikan dasar untuk mengevaluasi pengaruh relatif setiap variabel prediktor terhadap konstruksi dependen.

Tabel 3. Efek Sizes

Relationship	f^2 Value	Effect Size
Technological Readiness → Business Sustainability	0.142	Small to Medium
Creativity → Business Sustainability	0.298	Medium to Large
Business Networking → Business Sustainability	0.123	Small

Sumber: Data Diolah

Kreativitas memiliki pengaruh paling kuat terhadap keberlanjutan bisnis, diikuti oleh kesiapan teknologi dan jaringan bisnis. Berdasarkan hasil analisis ukuran efek (f^2), variabel Kreativitas memiliki pengaruh terbesar terhadap Keberlanjutan Bisnis dengan nilai f^2 sebesar 0,298 (kategori sedang hingga besar), menunjukkan peran penting kreativitas dalam mendorong inovasi, diferensiasi pasar, dan adaptasi terhadap tren. Kesiapan Teknologi mencatat nilai f^2 sebesar 0.142 (kategori kecil hingga sedang), yang juga mendukung efisiensi operasional dan daya saing, meskipun tidak sekuat kreativitas. Sementara itu, Jaringan Bisnis memiliki nilai f^2 sebesar 0.123 (kategori kecil), namun tetap signifikan dalam memperluas akses ke informasi, sumber daya, dan peluang kolaborasi. Ketiga variabel tersebut berkontribusi positif, dengan kreativitas sebagai faktor kunci dalam keberlanjutan startup ekonomi kreatif.

4.3.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan menggunakan bootstrapping dengan 5.000 subsampel. Sebuah jalur dianggap signifikan jika nilai t-statistic > 1,96 pada tingkat kepercayaan 95% ($p < 0,05$).

Tabel 4. Uji Hipotesis

Hypothesis	Path	Coefficient (β)	t-Statistic	p-Value	Result
H1	Technological Readiness → Business Sustainability	0.312	4.156	0.000	Supported
H2	Creativity → Business Sustainability	0.428	5.321	0.000	Supported
H3	Business Networking → Business Sustainability	0.273	3.762	0.000	Supported

Sumber: Data Diolah

Semua tiga hipotesis didukung, mengonfirmasi bahwa kesiapan teknologi, kreativitas, dan jaringan bisnis secara signifikan dan positif mempengaruhi keberlanjutan bisnis di startup Indonesia dalam ekonomi kreatif. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kesiapan Teknologi (H1) berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Bisnis ($\beta = 0.312$, $t = 4.156$, $p = 0.000$), menegaskan pentingnya adopsi teknologi digital dalam kelangsungan usaha. Kreativitas (H2) memiliki pengaruh paling kuat ($\beta = 0,428$, $t = 5,321$, $p = 0,000$), menunjukkan bahwa inovasi dan ide orisinal sangat menentukan daya tahan bisnis kreatif. Jaringan Bisnis (H3) juga signifikan ($\beta = 0.273$, $t = 3.762$, $p = 0.000$), menekankan pentingnya koneksi bisnis dalam mengakses peluang dan dukungan ekosistem. Dengan demikian, ketiga variabel berkontribusi positif terhadap keberlanjutan bisnis, dengan kreativitas sebagai faktor dominan.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Kesiapan Teknologi dan Keberlanjutan Bisnis

Hubungan positif antara kesiapan teknologi dan keberlanjutan bisnis menyoroti pentingnya kompetensi digital dalam operasional startup, di mana integrasi alat dan teknologi digital ke dalam proses bisnis memungkinkan startup menjadi lebih adaptif, efisien, dan responsif terhadap permintaan pasar. Dalam konteks ekonomi kreatif, di mana produk dan layanan banyak diproduksi, dipromosikan, dan didistribusikan secara digital, kesiapan teknologi menjadi faktor penentu utama bagi keberlanjutan usaha. Hasil ini selaras dengan temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa adopsi digital meningkatkan kelincahan operasional dan daya saing pasar. Teknologi digital mendorong inovasi dalam produk, proses, pemasaran, dan organisasi, memberikan keunggulan kompetitif dan efisiensi bisnis (Kovtunen et al., 2021), sementara alat digital seperti otomasi, analitik data, IoT, AI, komputasi awan, dan platform digital memungkinkan adaptasi cepat terhadap perubahan pasar (Kovtunen et al., 2021). Selain itu, penggunaan teknologi digital menurunkan

biaya dan meningkatkan efisiensi, sehingga memperkuat daya saing dan keberlanjutan industri (Molchanova et al., 2020; Поникарова, 2020). Kewirausahaan digital juga membuka peluang bisnis baru dengan mentransformasi proses wirausaha tradisional melalui fleksibilitas artefak digital (Ojala & Lyytinen, 2024), sementara adopsi teknologi digital secara nyata meningkatkan kinerja startup, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional, khususnya di sektor fintech, edutech, dan healthcare (Ningsih & Murti, 2024). Temuan ini mengindikasikan perlunya dukungan dari pemerintah dan sektor swasta untuk memprioritaskan literasi digital, akses terhadap teknologi yang terjangkau, serta penguatan infrastruktur TI, terutama bagi startup kreatif di wilayah yang kurang terlayani.

4.4.2 Kreativitas dan Keberlanjutan Bisnis

Di antara semua variabel yang dianalisis, kreativitas menunjukkan pengaruh paling kuat terhadap keberlanjutan bisnis, menegaskan bahwa kreativitas bukan sekadar simbolis atau artistik, melainkan aset strategis yang mendorong inovasi, diferensiasi, dan kelangsungan jangka panjang. Start-up di sektor kreatif sangat bergantung pada kemampuannya untuk secara terus-menerus menghasilkan ide-ide asli, mengembangkan penawaran unik, dan beradaptasi dengan tren budaya dan konsumen yang berubah. Temuan ini sejalan dengan pandangan Amabile bahwa kreativitas meningkatkan kemampuan suatu perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif. Kreativitas memainkan peran fundamental dalam menghasilkan solusi dan inovasi yang vital bagi startup untuk berkembang (Badriyah et al., 2025; Patil, 2024), dan mereka yang beroperasi di ekonomi kreatif sering bereksperimen dengan produk baru atau yang ditingkatkan untuk mempertahankan keunggulan mereka (MAKE & IDEAS, n.d.). Kreativitas kewirausahaan juga mendukung pemasaran dan manajemen bisnis yang efektif, membantu startup mengatasi tantangan dan unggul (Badriyah et al., 2025). Faktor-faktor seperti kepemimpinan, komunikasi tim, dan manajemen jaringan sosial dapat lebih lanjut mendorong kreativitas dalam tim startup, sementara kolaborasi lintas disiplin dan pendekatan berorientasi pelanggan meningkatkan adaptabilitas dan inovasi (Kratzer & Mrożewski, 2021; Patil, 2024). Namun, startup juga harus menyeimbangkan orientasi kreatif dan komersial mereka untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan, karena operasi berbasis inovasi di seluruh departemen sangat penting untuk mempertahankan keunggulan kompetitif (Sousa et al., 2019). Implikasinya adalah bahwa startup kreatif harus memanfaatkan kreativitas tidak hanya untuk nilai estetika tetapi juga sebagai alat untuk memecahkan masalah, memasuki pasar baru, dan memberikan nilai kepada pelanggan—membuatnya menjadi komponen inti dalam program pelatihan kewirausahaan.

4.4.3 Jaringan Bisnis dan Keberlanjutan Bisnis

Jaringan bisnis juga ditemukan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keberlanjutan bisnis, karena jaringan profesional yang kuat memberikan akses ke sumber daya krusial seperti pendanaan, pengetahuan, pemasok, mitra kolaborasi, dan pelanggan—terutama bermanfaat bagi startup pada tahap pertumbuhan awal, membantu mereka mengatasi keterbatasan sumber daya dan memperluas operasional. Temuan ini mendukung studi sebelumnya yang menekankan peran modal sosial dalam kesuksesan wirausaha, di mana akses ke sumber daya keuangan, tenaga kerja terampil, dan informasi strategis membantu mengurangi risiko yang terkait dengan keunikan (McKeefry, 2009). Keragaman dalam jaringan sosial—yang terdiri dari hubungan kuat dan lemah—memfasilitasi pembentukan kepercayaan, pengembangan reputasi, dan pertukaran sumber daya yang efektif (McKeefry, 2009), sementara modal sosial juga berperan sebagai mediator dalam meredakan kendala keuangan, terutama bagi wirausahawan dari latar belakang berpenghasilan rendah (Vincent, 2024). Berbagai bentuk modal sosial—ikatan, jembatan, dan penghubung—memiliki efek sinergis yang mendukung UMKM dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan (Rijal et al., 2024), dengan jembatan eksternal dan ikatan internal secara langsung

mempengaruhi perilaku kewirausahaan seperti pengenalan peluang dan kinerja (Lee, 2013). Selain itu, kerja sama antarorganisasi yang dibangun atas hubungan sosial sangat penting untuk pertumbuhan berkelanjutan, karena memfasilitasi kolaborasi adaptif dan penguatan mutual dalam jaringan bisnis (Czernek-Marszałek et al., 2023). Temuan ini menyoroti pentingnya platform jaringan, acara industri, dan komunitas digital dalam menghubungkan wirausahawan kreatif dengan pemangku kepentingan yang relevan, dan menyarankan agar pembuat kebijakan dan organisasi pendukung secara aktif memfasilitasi ekosistem kolaboratif yang mempromosikan kepercayaan, berbagi pengetahuan, dan pertukaran sumber daya.

4.4.4 Batasan dan Riset Lebih Lanjut

Meskipun studi ini memberikan wawasan yang kuat, namun tidak lepas dari batasan. Ukuran sampel terbatas pada 160 responden, yang mungkin tidak sepenuhnya mewakili keragaman ekonomi kreatif Indonesia di seluruh wilayah. Selain itu, studi ini mengandalkan data yang dilaporkan sendiri, yang dapat dipengaruhi oleh bias. Penelitian lebih lanjut dapat memperluas ukuran sampel, menyertakan data longitudinal, atau mengeksplorasi variabel mediasi/moderasi seperti strategi pemasaran digital, akses pendanaan, atau orientasi kewirausahaan. Studi kualitatif juga dapat memperdalam pemahaman tentang tantangan kontekstual yang dihadapi oleh startup kreatif.

5. KESIMPULAN

Studi ini menyimpulkan bahwa kesiapan teknologi, kreativitas, dan jaringan bisnis secara signifikan berkontribusi terhadap keberlanjutan bisnis startup di sektor ekonomi kreatif Indonesia. Di antara faktor-faktor tersebut, kreativitas muncul sebagai prediktor terkuat, menyoroti perannya sebagai pendorong utama inovasi, diferensiasi, dan relevansi pasar di industri kreatif. Kesiapan teknologi juga terbukti esensial dengan mendukung transformasi digital, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperbaiki adaptabilitas terhadap perubahan pasar. Selain itu, jaringan bisnis yang kuat memungkinkan startup mengakses sumber daya kritis, berbagi pengetahuan, dan mengejar peluang kolaborasi, semua hal yang krusial untuk mempertahankan ketahanan dan memastikan pertumbuhan berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Temuan ini menekankan pentingnya pendekatan yang seimbang yang mengintegrasikan kemampuan internal dengan sistem dukungan eksternal. Pembuat kebijakan, lembaga pendukung, dan wirausahawan harus berkolaborasi untuk meningkatkan infrastruktur digital, mendorong pendidikan kreatif, dan membangun platform jaringan yang kokoh yang menghubungkan pemangku kepentingan lintas sektor. Dengan menerapkan strategi ini, Indonesia dapat memperkuat fondasi ekonomi kreatifnya dan mendukung kesuksesan jangka panjang ekosistem startup-nya. Penelitian lebih lanjut dianjurkan untuk mengkaji variabel-variabel lain yang mempengaruhi, seperti akses ke pembiayaan, orientasi kewirausahaan, dan kebijakan pemerintah, serta mengintegrasikan pendekatan kualitatif untuk pemahaman yang lebih mendalam tentang tantangan dan strategi keberlanjutan di berbagai subsektor kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaboen, L., Rocca, A. La, Lind, F., Perna, A., & Shih, T. (2016). Introduction: Starting Up in Business Networks—Why Relationships Matter in Entrepreneurship. In *Starting Up in Business Networks: Why Relationships Matter in Entrepreneurship* (pp. 1–16). Springer.
- Badriyah, H., Kurniawan, M., & Susanto, I. (2025). The effectiveness of Entrepreneurship Education on entrepreneurial Interest and the ability of Sharia-based entrepreneurship. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance*, 5(1), 217–236.
- Casson, M., & Cox, H. (1993). International business networks: theory and history. *Business and Economic History*, 42–53.
- Christodoulou, I. P., Rizomyliotis, I., Konstantoulaki, K., Alfiero, S., Hasanago, S., & Paolone, F. (2024). Investigating the key success factors within business models that facilitate long-term

- value creation for sustainability-focused start-ups. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*.
- Cooper, M. (2024). *Exploring Technology Adoption Trends Among Entrepreneurial Start-ups on the Digital Frontier*.
- Czernek-Marszałek, K., Klimas, P., Juszczak, P., & Wójcik, D. (2023). Social relationships: The secret ingredient of synergistic venture cooperation. In *Bleeding-edge entrepreneurship: Digitalization, blockchains, space, the ocean, and artificial intelligence* (pp. 51–90). Emerald Publishing Limited.
- Donmez-Turan, A., & Oren, B. (2021). Technology readiness as an antecedent of technology acceptance model: a meta-analytic approach. *European, Asian, Middle Eastern, North African Conference on Management & Information Systems*, 513–522.
- Egieya, Z. E., Ewuga, S. K., Omotosho, A., Adegbite, A. O., & Oriekhoe, O. I. (2023). A review of sustainable entrepreneurship practices and their impact on long-term business viability. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 20(3), 1283–1292.
- Geelhoed, A. E. (n.d.). *The Role of Sustainability in Business Model Innovation of Start-ups in Indonesia*.
- Gomes, A. (2024). *Understanding the shapers of sustainability in small businesses*.
- Hercheui, M. D., & Cornford, T. (2025). *Digital Infrastructures for Business Innovation*. Taylor & Francis.
- Hobrough, J. (2002). *Developing links between universities and business: new directions*.
- Hota, S. L., Mohanty, N., Kumar, A., & Panda, K. (2024). Achieving Sustainability in Newly Founded Start-Up Businesses: Navigating Challenges and Gaining Insights. *Recoletos Multidisciplinary Research Journal*, 12(1), 1–7.
- Joel, O. S., Oyewole, A. T., Odunaiya, O. G., & Soyombo, O. T. (2024). Navigating the digital transformation journey: strategies for startup growth and innovation in the digital era. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(3), 697–706.
- Jun, W., Nasir, M. H., Yousaf, Z., Khattak, A., Yasir, M., Javed, A., & Shirazi, S. H. (2022). Innovation performance in digital economy: does digital platform capability, improvisation capability and organizational readiness really matter? *European Journal of Innovation Management*, 25(5), 1309–1327.
- Khuan, H., Andriani, E., & Rukmana, A. Y. (2023). The Role of Technology in Fostering Innovation and Growth in Start-up Businesses. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(08), 348–357.
- Kovtunen, Y., Kovtunen, K., Kovalenko, O., Kovtunen, D., & But-Gusaim, O. (2021). *Resource provision of diversification of innovative development of business structures in the conditions of intellectualization of economy*.
- Kratzer, J., & Mrożewski, M. (2021). Factors fostering creativity in start-up teams. In *Creative Success in Teams* (pp. 123–144). Elsevier.
- Lee, S. B. (2013). A Study on the Effects of Entrepreneur's Social Capital on Start-up Performances mediated by Nascent Entrepreneur's Behaviors. *Konkuk University, Doctor's Thesis*.
- MAKE, H. O. W. P., & IDEAS, M. F. (n.d.). *THE CREATIVE ECONOMY*.
- Martial, T., Pasha, T. A. P., Badrudin, R., & Sitompul, G. A. (2024). Creative Economy as a Driver of Economic Growth in the Digital Era. *Journal Nomico*, 1(8).
- McKeefry, K. (2009). *Social capital in action: From nought to Xero*. Open Access Te Herenga Waka-Victoria University of Wellington.
- Meirotie, I., Irawan, A. P., & Taba, M. I. (2024). Exploring the Impact of Smart Governance and Business Capability on Business Collaboration and the Implication on Sustainable Performance of Micro Business in Belitung. *Journal of Law and Sustainable Development*, 12(1), e2783–e2783.
- Molchanova, S. M., Varfolomeeva, V. A., Ivanova, N. A., & Shmatko, A. (2020). Providing incentives under the “Digital economy” program. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 940(1), 12035.
- Ningsih, R., & Murti, W. (2024). Innovation of Business Models in the Digital Economy: A Case Study of Start-up Companies. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 3(12).
- Ojala, A., & Lyytinen, K. (2024). How do entrepreneurs create indirect network effects on digital

- platforms? A study on a multi-sided gaming platform. *Technology Analysis & Strategic Management*, 36(5), 886–901.
- Oyeyemi, O. P., Kess-Momoh, A. J., Omotoye, G. B., Bello, B. G., Tula, S. T., & Daraojimba, A. I. (2024). Entrepreneurship in the digital age: A comprehensive review of start-up success factors and technological impact. *International Journal of Science and Research Archive*, 11(1), 182–191.
- Patil, R. (2024). NURTURING INNOVATION AND CREATIVITY FOR BUSINESS SUCCESS. *JCMM's Kaleidoscope Journal of Management Research*, 1(1), 73–75.
- Phan, P., Zhou, J., & Abrahamson, E. (2010). Creativity, innovation, and entrepreneurship in China. *Management and Organization Review*, 6(2), 175–194.
- Pojasek, R. B. (2007). A framework for business sustainability. *Environmental Quality Management*, 17(2), 81–88.
- Purnomo, Y. J. (2024). The role of innovation and creativity in business management to enhance SME economy in the creative industry. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(3), 858–871.
- Rahmi, A. N. (2018). Perkembangan industri ekonomi kreatif dan pengaruhnya terhadap perekonomian di indonesia. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 2(1), 1386–1395.
- Ram, K. R., Begum, S., Sultana, V., Padmavathy, S., & Rakesh, D. (2025). Creativity on sustainable technological advancements in entrepreneurship. In *Entrepreneurial Ecosystems Driving Economic Transformation and Job Creation* (pp. 121–152). IGI Global Scientific Publishing.
- Rijal, S., Utomo, B., & Ramdhani, R. (2024). The influence of social capital on entrepreneurial success: a study of networks and relationships in MSMEs. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(2), 1686–1696.
- Sousa, F. C., Nunes, F., & Monteiro, I. (2019). Managers' attitudes to creativity and innovation practices in the creative industries. *Tourism & Management Studies*, 15(1SI), 33–41.
- Todeva, E. (2006). *Business networks: strategy and structure*. Routledge.
- Torrance, E. P. (1969). *Creativity* (Vol. 13). Dimensions Publishing Company Sioux Falls, SD.
- Vincent, S. (2024). *Essays on the Determinants and Implications of Gender Norms in India*. Aix-Marseille Sciences Economiques (AMSE).
- Vrontis, D., Thrassou, A., Efthymiou, L., & Bozat, M. (2023). Delineating business for sustainability: Contextual evolution and elucidation. In *Business for Sustainability, Volume II: Contextual Evolution and Elucidation* (pp. 1–19). Springer.
- Поникарова, И. Н. (2020). ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ И СТРАТЕГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ КОМПАНИЙ. *Стратегия Социально-Экономического Развития Общества: Управленческие, Правовые, Хозяйственные Аспекты*, 93–98.