



PENGEMBANGAN KETERAMPILAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS DIGITAL PADA GENERASI Z

Putu Bayu Ariska Putra Gotama
STKIP Agama Hindu Amlapura
bavuariska555@gmail.com

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima 12 September 2024
Disetujui 27 September 2024
Dipublikasikan
22 Oktober 2024

Keywords:
digital, generation z,
entrepreneurial skills.

Abstract

The digital revolution has changed the business landscape and created new opportunities for Generation Z to take advantage of in entrepreneurship. The purpose of this study is to examine and develop the entrepreneurial skills of Generation Z. The method used in this study is the SLR (Systematic Literature Review) method. This method is carried out by identifying, analyzing, and evaluating all existing research. In relation to developing entrepreneurial skills, it is deemed necessary to carry out various innovations with the aim of motivating and fostering an entrepreneurial mindset among Gen Z to become successful entrepreneurs in the digital era.

Abstrak

Revolusi digital telah mengubah lanskap bisnis dan menciptakan peluang-peluang baru untuk dimanfaatkan Generasi Z dalam berwirausaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mengembangkan keterampilan kewirausahaan Generasi Z. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode SLR (Systematic Literature Review). Metode ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi, menganalisis, dan mengevaluasi semua penelitian yang ada. Berkaitan dengan keterampilan mengembangkan kewirausahaan, maka dipandang perlu dilakukan berbagai inovasi dengan tujuan memotivasi dan menumbuhkan pola pikir kewirausahaan dikalangan Gen Z untuk menjadi entrepreneur yang sukses di era digital.

Kata Kunci: digital, generasi z, keterampilan kewirausahaan.

1. PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan mendasar dalam lanskap bisnis, menciptakan peluang dan tantangan baru bagi generasi wirausahawan masa depan. Generasi Z (Gen Z), kelompok yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, siap memainkan peran penting dalam membentuk lanskap kewirausahaan masa depan (Katz et al., 2021). Generasi ini, yang dicirikan oleh kecerdasan digital dan kemampuan beradaptasi, menghadirkan karakteristik unik yang memerlukan pendekatan khusus untuk menumbuhkan pola pikir kewirausahaan. Sebagai penduduk asli digital, Gen Z tumbuh di dunia di mana teknologi terintegrasi dengan sempurna ke dalam kehidupan sehari-hari mereka. (Katz et al., 2021).

Pengangguran dan kemiskinan menjadi permasalahan yang belum dapat kita hindarkan. Sebagai salah satu alternatif solusinya adalah dengan berwirausaha, karena berperan di dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara, atas kemampuannya dalam menciptakan lapangan kerja dan pendapatan nasional. (Chailinah & Putri, 2021).

Di Indonesia sendiri, masih banyak para Generasi Z tidak memanfaatkan perkembangan zaman yang mana perkembangan teknologi semakin pesat, banyak diantara mereka yang sangat sulit untuk mencari informasi-informasi yang terbaru dan relevan. Mereka juga tidak memiliki kemampuan untuk mengembangkan kemampuan kritis yang diperlukan dalam berwirausaha, sehingga mereka tidak dapat memahami cara-cara baru dalam berwirausaha yang disajikan oleh

teknologi digital. Generasi Z tidak memiliki kemampuan untuk mengembangkan kemampuan kreatif yang diperlukan dalam berwirausaha, sehingga mereka tidak dapat mengembangkan bisnis yang berkelanjutan dan menghasilkan pendapatan yang stabil, mereka juga tidak memiliki kemampuan untuk mengembangkan kemampuan analisis yang diperlukan dalam berwirausaha, sehingga mereka tidak dapat mengembangkan inisiatif pribadi dan mengurangi ketergantungan pada orang lain.

Untuk menumbuhkan minat berwirausaha pada anak Gen Z dapat dilakukan melalui pembelajaran yang sesuai di sekolah (Cahyaningyati et al., 2022). Saat ini sekolah tidak hanya merupakan lembaga pendidikan yang memberikan tempat untuk menuntut ilmu, namun memiliki peranan lain yaitu memfasilitasi siswa nya untuk memiliki keterampilan dan kemampuan agar mampu bersaing di dunia kerja. (Rusmansyah, 2022). Pendidikan merupakan salah satu bentuk upaya individu dalam peningkatan kualitas diri dengan melalui proses pembelajaran agar mampu menjalani kehidupan dengan lebih baik (Alpian et al., 2019).

Upaya menumbuhkan jiwa berwirausaha dilakalangan gen z tentunya sangat membantu pemerintah sehingaa terus menciptakan lapangan pekerjaan yang sesuai dengan kompetensi yang dimiliki setiap gen z membantu meningkatkan kompetensi di bidang bisnis yang dapat menjadi modal berdasarkan kemampuannya masing-masing untuk menjadi pembisnis yang berhasil sehinga dapat meningkatkan ekonomi di

masyarakat. Menurut Kotler, Philip E-commerce adalah saluran *online* yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnis untuk mendapatkan informasi. e-commerce memberikan solusi dimana dengan modal yang relatif kecil suatu usaha atau bisnis dapat dilakukan. Informasi yang dapat diakses dari berbagai penjuru dunia.

Pada saat ini perkembangan teknologi digital untuk mengembangkan keterampilan berwirausaha generasi Z telah menjadi subjek penelitian yang sangat relevan dalam era digital saat ini. Perkembangan digital dipandang sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi dan informasi digital secara efektif untuk memperoleh, memproses, dan menggunakan informasi. Dalam konteks meningkatkan keterampilan berwirausaha generasi Z, perkembangan digital sangat penting karena generasi Z memerlukan kemampuan-kemampuan literasi digital untuk mengembangkan minat berwirausaha dan mengembangkan sikap mandiri yang diperlukan dalam berwirausaha. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa perkembangan digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha generasi Z. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi, dkk (2016), menunjukkan bahwa perkembangan digital dapat meningkatkan kemampuan generasi Z dalam mencari informasi, mengevaluasi informasi, dan menggunakan informasi secara efektif, sehingga mereka dapat lebih memahami cara-cara baru dalam berwirausaha yang disajikan oleh teknologi digital. Penelitian lainnya

seperti, Kristaps Lesinskis, dkk (2021), yang mana perkembangan digital ini memiliki pengaruh terhadap Generasi Z, akan berdampak positif dari perkembangan digital terhadap minat berwirausaha Generasi Z, sehingga menegaskan efektivitas pendidikan kewirausahaan berbasis digitalisasi dalam meningkatkan minat berwirausaha.

Perkembangan digital dimasa ini perlu dimanfaatkan terutama pada kalangan generasi muda yaitu generasi Millennial dan generasi Z. Dalam menghadapi tantangan era digital tersebut, maka dari itu sangat diperlukan motivasi berwirausaha untuk generasi Z dengan cara memanfaatkan perkembangan teknologi digital sehingga para generasi Z ini tidak ketinggalan zaman dan mereka bahkan bisa menyeimbangi perkembangan zaman yang sekarang semakin berkembang pesat.

2. KAJIAN TEORI

2.1 Keterampilan Kewirausahaan

Keterampilan kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif dalam mengembangkan bisnis sehingga berbeda dari yang lainnya. Tidak sekedar berbeda, tapi juga menganalisa potensi pasar. Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dimiliki wirausaha untuk dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses, dan perjuangan dalam menciptakan nilai tambah dari suatu barang atau jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko (Kurniullah, et al., 2021).

Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja

keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Kreativitas, oleh (Hidayat) diartikan sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang (*creativity is the ability to develop new ideas and to discover new ways of looking at problems and opportunities*), sedangkan inovasi diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (*innovation is the ability to apply creative solutions to those problems and opportunities to enhance or to enrich people's live*). Sehingga dapat diketahui bahwa definisi kewirausahaan adalah kemampuan dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, dan proses dalam menghadapi tantangan hidup.

Wirausaha umumnya termotivasi oleh kebutuhan akan prestasi pribadi. Untuk itu mereka harus dapat mengatur usahanya secara fleksibel, tidak meniru struktur organisasi tradisional yang birokratis, namun dapat membentuk struktur sendiri sesuai kebutuhan sehingga merasa puas atas keberhasilannya.

Keterampilan berwirausaha merupakan keinginan alami individu untuk menciptakan sebuah usaha, yang kemudian diatur, dikembangkan, dan ditanggung risikonya oleh individu tersebut. Hal ini juga tentunya berkaitan dengan motivasi, ketertarikan, keinginan, dan kesiapan seseorang untuk mengambil inisiatif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan bekerja keras, tanpa merasa takut terhadap risiko yang mungkin

muncul. Mereka juga senantiasa belajar dari kesalahan yang terjadi untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini dicapai dengan menerapkan sifat positif, inovatif, dan kreatif dalam proses pengembangan bisnis. Semakin tinggi kemampuan berwirausaha lebih banyak yang dimiliki seseorang, lebih besar kemungkinan mereka untuk mencapai keberhasilan dalam usaha mereka.

Menurut Purwanto dalam Alfionita *et al.*, (2020) terdapat tiga indikator pengembangan keterampilan kewirausahaan meliputi:

1. Pengetahuan dasar kewirausahaan Untuk mewujudkan minat berwirausaha, penting untuk memiliki akses pada informasi yang membantu dalam menemukan atau menciptakan peluang bisnis, yang nantinya akan mendukung proses pengembangan usaha mereka.
2. Ide dan peluang usaha Untuk membentuk minat dalam berwirausaha serta menciptakan usaha yang sukses, diperlukan sebuah proses pemikiran yang terstruktur dan terarah.
3. Pengetahuan tentang aspek-aspek usaha Informasi yang tersedia dapat menjadi pendorong awal bagi seseorang untuk memulai proses perencanaan usaha. Namun, dalam perjalanan menuju implementasi, wirausahawan akan dihadapkan pada berbagai hambatan dan risiko yang perlu diatasi.

2.2 Kewirausahaan Berbasis Digital

Kewirausahaan digital mengacu pada pendekatan bisnis yang menggunakan teknologi digital sebagai landasan utama; mencakup segala aspek dari menciptakan, mengelola, hingga mengembangkan usaha dengan memanfaatkan berbagai solusi digital. Kewirausahaan digital bukan hanya sebatas memiliki

keberadaan online, melainkan juga bagaimana memanfaatkan teknologi untuk mengoptimalkan proses bisnis. Hal tersebut membentuk *trend* kewirausahaan digital terkini meliputi *ecommerce*, pemasaran digital, dan inovasi teknologi untuk efisiensi.

Pertumbuhan *ecommerce* terus meningkat, menciptakan peluang baru untuk pengusaha digital. Berdasarkan publikasi survei BPS, pertumbuhan jumlah usaha *ecommerce* pada tahun 2022 diperkirakan meningkat sebesar 4,46 persen menjadi 2.995.986 usaha yang tercatat sebagai pertumbuhan *ecommerce* tercepat kedua setelah Vietnam. Namun, pertumbuhan *ecommerce* tersebut didominasi oleh usaha dengan pendapatan rendah yaitu kurang dari 300 juta rupiah. Penyebabnya diduga karena jangkauan pemasaran yang terbatas sebagai akibat tingginya ketergantungan pada pesan instan (*whatsapp*) sebagai media penjualan. Hal ini terlihat dari hasil survei 95,25 persen usaha berpendapatan rendah menggunakan non marketplace/platform digital sebagai media penjualannya. Pendampingan dari pemerintah maupun swasta untuk meningkatkan literasi digital mutlak diperlukan agar teknologi informasi dan komunikasi dapat dioptimalkan untuk meningkatkan pendapatan.

Pemasaran digital, termasuk media sosial, iklan *online*, dan konten pemasaran, menjadi kunci dalam mencapai audiens secara efektif. Pengusaha digital perlu menguasai strategi pemasaran online untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik bisnis mereka. Selain itu, inovasi teknologi seperti kecerdasan buatan, *Internet of Things* (IoT), dan *Artificial Intelligence* (AI) semakin

banyak digunakan dalam kewirausahaan digital. Inovasi ini dapat meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan peluang baru. Dari tren kewirausahaan tersebut dapat dikatakan bahwa penguasaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) merupakan syarat utama bagi pelaku usaha untuk menjalankan bisnis digitalnya.

2.3 Kewirausahaan Generasi Z

Bukan hanya sebagai konsumen, Generasi Z juga mulai muncul sebagai pemimpin di dunia wirausaha. Dengan pendekatan yang berbeda dari generasi sebelumnya, wirausaha muda ini menghadirkan ide-ide segar dan strategi bisnis yang adaptif di era digital. Tumbuh di era teknologi, internet, dan media sosial menjadikan mereka memiliki perspektif unik dalam merespon peluang dan tantangan di dunia bisnis modern. Dalam artikel ini, kita akan mengeksplorasi bagaimana karakteristik unik Generasi Z memengaruhi pendekatan mereka dalam berbisnis dan apa saja kunci keberhasilan mereka di dunia kewirausahaan.

Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2000-an, tumbuh di era digital yang serba cepat. Tidak heran banyak dari mereka yang memilih untuk menjadi wirausaha. Generasi ini berambisi untuk memiliki bisnis sendiri. Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, Gen Z lebih cenderung untuk mengambil risiko, memprioritaskan keberlanjutan, dan mengadopsi teknologi dalam bisnis mereka.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode SLR (*Systematic Literature Review*).

Metode ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi, menganalisis, dan mengevaluasi semua penelitian yang ada (Nur Alifah et al., 2023). Peneliti secara sistematis menganalisis dan mengidentifikasi jurnal-jurnal yang dalam setiap prosesnya mengikuti kriteria yang telah ditentukan (Triandini et al., 2019); (Nur Alifah et al., 2023). Selanjutnya, peneliti melakukan analisis mendalam terhadap topik yang dibahas. Proses penelusuran akan dilakukan dengan menggunakan basis data akademik dan perpustakaan digital yang terpercaya, seperti jurnal-jurnal ilmiah *online*, repositori institusi, dan *platform* penelusuran artikel seperti *Google Scholar*, *Science Direct*, *Research Gate*, *Microsoft Academic*. Kata kunci yang relevan akan digunakan untuk mengoptimalkan hasil penelusuran.

Proses *systematic literature review* dilakukan meliputi lima tahapan, yaitu: (1) *Identification*, yaitu peneliti melakukan mencari artikel-artikel yang relevan dengan topik penelitian melalui berbagai sumber informasi; (2) *Screening*, yaitu peneliti melakukan seleksi tahap awal dengan membaca judul dan abstrak artikel untuk mengevaluasi kesesuaian artikel dengan topik penelitian; (3) *Deep analysis*, yaitu peneliti melakukan seleksi lanjutan secara lebih mendalam dengan membaca abstrak dan kesimpulan; (4) *Eligibility*, yaitu melakukan seleksi berdasarkan kriteria inklusi atau klasifikasi dan eksklusi atau analisis yang telah ditentukan sebelumnya; (5) *Included*, yaitu peneliti mengevaluasi secara menyeluruh artikel yang sudah dipilih untuk dimasukkan ke dalam analisis SLR.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan teknologi digital merupakan kemampuan seseorang dalam menggunakan piranti komputer untuk mengakses berbagai informasi di ruang digital (Gilster & Watson, 1999). Hal ini merupakan salah satu kemampuan yang mesti dikuasai para generasi Z dalam rangka mempersiapkan diri menghadapi revolusi industri 4.0. Menurut Salsabila teknologi digital juga dapat memudahkan individu tersebut untuk berwirausaha. Aspek ini juga menjadi peranan penting yang dapat menarik niat mahasiswa untuk berwirausaha. Sikap mental kewirausahaan tidak hanya dibawa sejak lahir, melainkan tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor yang mempengaruhinya. Dari definisi di atas kita dapat menyimpulkan bahwa teknologi digital ini lebih dari sekedar manfaat, hanya perangkat digital, tapi kompetensi digital, saya harap dapat menemukannya dan memilih informasi, berpikir kritis, kreativitas, kolaborasi dengan orang-orang yang lain berkomunikasi secara efektif dan konsisten perhatikan keamanan elektronik perkembangan latar belakang sosial budaya. Literasi digital dapat membantu masyarakat jauh lebih bijak dalam menggunakan dan mengakses teknologi, serta membuat interaksi dan komunikasi yang positif. Teknologi digital dapat membantu pengguna dalam menemukan, mengerjakan, mengevaluasi, menggunakan, membuat, dan memanfaatkan informasi digital dengan bijak, cerdas, cermat, dan tepat sesuai kegunaannya.

Penelitian oleh Kristaps Lesinskis, dkk, bertujuan untuk menyelidiki dampak penggunaan alat digital perencanaan bisnis dalam proses studi terhadap niat berwirausaha di Generasi Z, berdasarkan studi yang dilakukan di negara-negara Eropa Tengah dan Timur terpilih serta negara-negara Eropa Selatan. Penulis mengembangkan tinjauan literatur tentang transformasi digital dan alat digital dalam pendidikan kewirausahaan dan perannya dalam meningkatkan niat berwirausaha dalam konteks keberlanjutan. Pada bagian empiris, penulis melakukan eksperimen semu, menguji coba alat pendidikan kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa dengan analisis data statistik yang diperoleh secara berurutan, menggunakan statistik deskriptif, uji statistik delapan hipotesis, serta uji *effect size*.

Studi ini mengungkapkan sebagian besar dampak positif dari alat digital terhadap niat berwirausaha Generasi Z, sehingga menegaskan efektivitas pendidikan kewirausahaan berbasis digitalisasi dalam meningkatkan niat berwirausaha. Namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik terhadap beberapa komponen pembentuk niat, terbukti melalui uji hipotesis. Studi ini berkontribusi terhadap peran transformasi digital pendidikan kewirausahaan dan penggunaan alat digital dengan algoritma kecerdasan buatan bawaan dalam meningkatkan efektivitas pendidikan dalam hal meningkatkan niat berwirausaha. Joseph Schumpeter mengungkapkan bahwa wirausaha adalah '*entrepreneur as the person who destroys the existing economic order*

by introducing new products and service, by creating new forms of organization, or exploitation new raw materials'. Dari ungkapan tersebut dapat diartikan wirausaha ialah orang yang mendorong sistem ekonomi yang telah ada dengan cara memperkenalkan barang dan jasa, kemudian melahirkan bentuk organisasi baru atau dapat dilakukan dengan mengolah bahan baku baru.

Pada dasarnya istilah *Entrepreneurship* merupakan suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang kemampuan (*Ability*), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan memperoleh peluang dengan berbagai kemungkinan risiko yang akan datang. Minat berwirausaha disini merupakan keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan risiko yang akan erjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan (Fu'adi, dkk., (2009:92). Minat berwirausaha menurut Fuadi (2009) ialah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan. Minat berwirausaha merupakan kecenderungan internal subjek untuk tertarik dalam memulai, berorganisasi, berorganisasi, mengambil resiko dan mengembangkan suatu usaha yang telah didirikan.

Pada zaman sekarang Generasi Z, atau Gen Z, merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi Z juga dikenal sebagai iGen atau Centennials. Mereka adalah generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi yang begitu maju, dengan penggunaan *smartphone* dan media sosial sejak tinggal dari awal. Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya, seperti milenial, generasi X, dan baby boomer. Beberapa karakteristik yang menonjol dari generasi Z antara lain: Melek Teknologi: Generasi Z tumbuh di era teknologi yang begitu maju, sehingga mereka memiliki pengetahuan teknologi yang dalam dan kecenderungan untuk berpikir secara kritis dan strategis. Kreatif: Generasi Z lebih kreatif dalam menghasilkan uang, khususnya yang berhubungan dengan industri kreatif, seperti *content creator*, *podcaster*, *vlogger*, dan *start-up*. Menerima Perbedaan: Generasi Z memiliki kemampuan untuk menerima perbedaan di sekitar, seperti perbedaan kultur, ideologi, dan identitas. Peduli Terhadap Sesama: Generasi Z memiliki komitmen terhadap isu-isu sosial, seperti kesehatan mental, hukum, dan lingkungan. Senang Berekspresi: Generasi Z senang berekspresi baik di dunia maya maupun realita, seperti menggunakan media sosial dan aplikasi elektronik. Generasi Z juga menjadi generasi yang akan menjadi kekuatan dalam membentuk masyarakat dan ekonomi masa depan.

Dari hasil analisis isi pada 10 literatur, pada artikel menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap minat berwirausaha dan *Soft Skill* berpengaruh pada minat berwirausaha seseorang. Dengan adanya teknologi digital ini dapat untuk menambah wawasan para generasi Z dalam meningkatkan dan mengembangkan cara berwirausaha yang benar di zaman sekarang ini agar lebih banyak para generasi Z membuka lapangan pekerjaan untuk kedepannya. Teknologi digital dapat mempengaruhi minat generasi Z dalam berwirausaha, penelitian menunjukkan bahwa literasi digital dapat meningkatkan kemampuan seseorang dalam mengidentifikasi peluang bisnis dan menyaring informasi yang relevan. Keberhasilan dalam berwirausaha sangat tergantung pada empat faktor yaitu adanya kemauan, kemampuan, peluang dan kesempatan.

Berbagai penelitian menemukan bahwa pengembangan keterampilan berbasis digital berdampak signifikan terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Wiratami dan timnya, literasi digital memberikan dampak positif terhadap minat berwirausaha Generasi Z, dimana setiap peningkatan literasi digital akan meningkatkan minat berwirausaha.

5. PENUTUP

Pengembangan keterampilan kewirausahaan berbasis digital dapat membantu pengguna dalam menemukan, mengerjakan, mengevaluasi, menggunakan, membuat, dan memanfaatkan

informasi digital dengan bijak, cerdas, cermat, dan tepat sesuai kegunaannya dalam berwirausaha. Minat juga dapat mempengaruhi keaktifan belajar siswa dan motivasi belajar siswa, yang sangat penting untuk mendorong kegiatan belajar. Dapat diartikan bahwa minat disini yaitu untuk membantu generasi Z dalam meningkatkan keinginan mereka dalam berwirausaha. Wirausaha juga memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara, sebagai penyumbang ekonomi terbesar dan pendorong perekonomian negara. Minat berwirausaha merupakan kecenderungan internal subjek untuk tertarik dalam memulai, berorganisasi, berorganisasi, mengambil resiko dan mengembangkan suatu usahayang telah didirikan.

Generasi Z adalah generasi yang dari lahir berinteraksi dengan kemajuan teknologi. Pengasuhan mereka bahkan banyak dibantu oleh teknologi dan internet. Terlahir antara tahun 1995 sampai 2012, mereka tidak sempat merasakan kehidupan tanpa teknologi dan internet. Keberadaan teknologi dan internet menjadi elemen penting dari kehidupan dan keseharian mereka. Bagi Generasi Z teknologi dan internet merupakan sesuatu hal yang harus ada, bukan merupakan sebuah inovasi seperti pandangan generasi lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan memahami peran literasi digital dalam meningkatkan minat berwirausaha Generasi Z. Secara umum wirausaha sukses adalah seseorang yang mempunyai

kompetensi seperti wawasan, keterampilan, dan kapasitas pribadi termasuk sikap, motivasi, nilai-nilai pribadi dan perilaku yang diperlukan untuk melakukan pekerjaan. Entrepreneurship atau kewirausahaan memiliki peran sentral dalam kehidupan dan pembangunan suatu bangsa. Keberadaan kewirausahaan bagi suatu negara menjadi sangat urgen karena turut menentukan gerak dinamika pembangunan yang dilakukan. Kelemahan negara-negara sedang berkembang tak terkecuali Indonesia juga efek dari lemahnya kewirausahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Agus Salim Lubis, Ricka Handayani. (2022). *Generasi Z Dan Entrepreneurship Studi Teoretis Minat Generasi Z Dalam Berwirausaha*. Bogor: PT Jawa Mediasindo Lestari.
- Agus Wibowo. (2011). *Pendidikan Kewirausahaan Konsep dengan Strategi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Aris Slamet Widodo. (2012). *Kewirusahaan*. Yogyakarta: Jaring Inspiratif.
- Darroch, S., & Mazerolle, L. (2013). *Intelligence-led policing: A comparative analysis of organizational factors influencing innovation uptake*. *Police Quarterly*, 16(1), 3–37.
- Dewi, N. S., & Juandi, D. (2023). Pengaruh Pendekatan Open-Ended Terhadap Kemampuan Berpikir Kreatif Matematis: Systematic Literature Review. *Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif*, 6(3), 1135–1150.

- Dinata Karsoni Berta. (2021). *Analisis Kemampuan Literasi Digital Mahasiswa*. Jurnal Pendidikan, 19(1), 105-119.
- Fatmawati, E., & Safitri, E. (2020). *Kemampuan literasi informasi dan teknologi mahasiswa calon guru menghadapi pembelajaran di era revolusi industri 4.0*. Edukasi: Jurnal Pendidikan, 18(2), 214-224. <http://dx.doi.org/10.31571/edukasi.v18i2.1863>.
- Firmansyah deri,dede. (2022). *Kinerja Kewirausahaan: Literasi Ekonomi, Literasi Digital dan Peran Mediasi Inovasi*. Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS), 1(5), 745-762.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. In Wiley&Sons. Inc. New York: Wiley&Sons.
- Eko Yulianawan. 2015. *Kewirausahaan Untuk Generasi Z Pada Siswa Methodist Tanjung Morawa*. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil 5 (1): 61–70. <https://www.mikroskil.ac.id/ejurnal/index.php/jwem/article/view/226/149>.
- Hague, S., & Payton, S. (2011). *Digital literacy across the curriculum*. Curriculum & Leadership Journal, 9(10), 1-10.
- Harding, D., Kadiyono, A. L., Hafiar, H., Ma'mun, T. N., Wibowo, H., Nugraha, Y., & Siswadi, A. G. P. (2020). *Readiness of Technology Adaptation towards Digital-Based Entrepreneurship*. International Journal of Entrepreneurship, 24(1), 1-5.
- Hermawan Apidana Yordan. (2022). *Pengaruh Literasi Digital, Internal Locus Of Control dan Dukungan Akademik Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa di Kabupaten Banyumas*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 4(5).
- Khodijah ishah,. (2024). *Pelatihan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Peluang Bisnis Generasi Z Di Era 5.0 Pada Siswa Ma Kecamatan Bengkalis*. KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 1 No. 1: 1-6.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2012). *Principles of Marketing, Global*. 14th ed. pearson Education.
- Kurnianingsih, I., Rosini, R., & Ismayati, N. (2017). *Upaya Peningkatan Kemampuan Literasi Digital Bagi Tenaga Perpustakaan Sekolah dan Guru di Wilayah Jakarta Pusat Melalui Pelatihan Literasi Informasi*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement). <https://doi.org/10.22146/jpkm.25370>.
- Lasti Yossi Hastini. (2020). *Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia?*. Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA). 10 (1).
- Lesinskis Kristaps. (2023). *Digital Transformation in Entrepreneurship Education: The Use of a Digital Tool KABADA and Entrepreneurial Intention of Generation Z*. Sustainability, 15, 10135. <https://doi.org/10.3390/su151310135>.
- Yadewani Dorris. (2017). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang)*. Jurnal Resti, 1 (1), 64 –69.