

Research Article

## Literasi Digital Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Generasi Z

Rike Wulandari<sup>1</sup>, Afdal<sup>2</sup>, Rezki Hariko<sup>3</sup>

1. Universitas Negeri Padang, [rikewulandario5@gmail.com](mailto:rikewulandario5@gmail.com)
2. Universitas Negeri Padang, [afdal@fip.unp.ac.id](mailto:afdal@fip.unp.ac.id)
3. Universitas Negeri Padang, [hariko.r@fip.unp.ac.id](mailto:hariko.r@fip.unp.ac.id)

Copyright © 2024 by Authors, Published by Risalah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>).

Received : June 8, 2024

Revised : June 28, 2024

Accepted : July 20, 2024

Available online : August 1, 2024

**How to Cite:** Rike Wulandari, Afdal, and Rezki Hariko. 2024. "Literasi Digital Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Generasi Z". Risalah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam 10 (3):983-96. [https://doi.org/10.31943/jurnal\\_risalah.v10i3.1596](https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v10i3.1596).

**Abstract.** The aim of this research is to examine and understand the role of digital literacy in increasing Generation Z's interest in entrepreneurship. The method used in this research is the SLR (Systematic Literature Review) method. This method is carried out by identifying, analyzing and evaluating all existing research. The special education paradigm emphasizes diversity according to children's characteristics. The benefits arising from the use of technology in education make it possible to develop appropriate skills and knowledge and become good experts in the chosen field. Educational technology allows students to acquire these skills and expand their knowledge through a variety of programs available online. Millennials and Gen Z will be the generations that drive the economy the most. Along with increasingly rapid technological advances, digital literacy has become a skill that is needed in almost all fields, including efforts to build and develop entrepreneurship in the digital world.

**Keywords:** Digital Literacy, Interest in Entrepreneurship, Generation Z.

**Abstrak.** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan memahami peran literasi digital dalam meningkatkan minat berwirausaha 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. Paradigma pendidikan khusus menekankan keberagaman sesuai dengan karakteristik anak. Manfaat yang timbul dari penggunaan teknologi dalam pendidikan memungkinkan untuk dapat mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang sesuai dan menjadi ahli yang baik di bidang yang dipilih. Teknologi pendidikan memungkinkan siswa memperoleh keterampilan tersebut dan memperluas pengetahuan mereka melalui berbagai program yang tersedia secara online. Milenial dan Gen Z akan menjadi generasi yang paling menggerakkan perekonomian. Seiring

Rike Wulandari, Afdal, Rezki Hariko

dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, literasi digital menjadi salah satu keterampilan yang sangat dibutuhkan hampir di segala bidang, termasuk upaya membangun dan mengembangkan kewirausahaan di dunia digital.

**Kata Kunci:** Literasi Digital, Minat Berwirausaha, Generasi Z.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi seakan-akan berubah pesat sejak adanya pandemi Covid-19 pada tahun 2020. Perkembangan teknologi yang pesat ini menjadi solusi dari banyak permasalahan termasuk perubahan perilaku berbelanja dari *offline* ke *online*. Pentingnya memanfaatkan teknologi di segala bidang. Pemanfaatan teknologi digital pada industri UMKM sangat dibutuhkan baik oleh konsumen maupun penjual yang bersentuhan langsung dengan konsumen. Kebutuhan akan pengetahuan di bidang teknologi mau tidak mau menyebabkan masyarakat belajar bahasa digital. Pergeseran perilaku belanja *offline* ke perilaku belanja *online* telah menciptakan pasar *online* yang sangat besar. Hasilnya, pasar *online* berkembang pesat. Orang-orang menggunakan pasar *online* (melalui berbagai *platform digital*) yang bertindak secara khusus sebagai pihak ketiga yang menjadi perantara transaksi komersial, atau melalui pasar yang hanya menyediakan fungsi periklanan di mana konsumen bertransaksi langsung dengan penjual).

Orang-orang mulai terbiasa melakukan lebih banyak belanja online. Salah satunya adalah kemampuan penting saat ini dalam mendukung penggunaan perangkat digital dan keterampilan digital. Literasi digital pertama kali dipahami oleh Gilster & Watson (1997) sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital. Kedua ahli tersebut menyampaikan bahwa literasi Digital merupakan kemampuan memanfaatkan teknologi dan informasi dari perangkat digital secara tepat guna dan efisien, dalam berbagai kebutuhan seperti akademik, karir, dan aktifitas sehari-hari. (Kurnianingsih, Rosini, & Ismayati, 2017).

Oluwakemi (2019) menyatakan bahwa literasi digital itulah yang menciptakan. Keterampilan inovasi kewirausahaan yang berdampak kinerja wirausaha. Inovasi memperkuat pengajaran keterampilan digital, kinerja dengan jiwa wirausaha, inovasi dapat menjadi faktor kunci sukses, ketukan yang membedakan produk Anda. Menekan persaingan dan menarik lebih banyak pelanggan (Darroch & Mazerolle, 2013). Dapat disimpulkan bahwa Literasi Digital merupakan kompetensi dan pengetahuan yang mengenai penggunaan teknologi dan media digital, seperti jaringan internet, alat komunikasi, dan aplikasi elektronik. Literasi digital ini membantu masyarakat jauh lebih bijak dalam menggunakan dan mengakses teknologi, serta membuat interaksi dan komunikasi yang positif. Literasi digital dapat membantu pengguna dalam menemukan, mengerjakan, mengevaluasi, menggunakan, membuat, dan memanfaatkan informasi digital dengan bijak, cerdas, cermat, dan tepat sesuai kegunaannya. Kewirausahaan berhubungan dengan kreativitas mencakup aspek-aspek kreatif dari kepribadian, motivasi, kecerdasan, gaya berpikir, dan pengetahuan yang relevan (Mcmullan & Kenworthy, 2016).

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.

Upaya menumbuhkan jiwa berwirausaha dilakalangan gen z tentunya sangat membantu pemerintah sehingga terus menciptakan lapangan pekerjaan yang sesuai dengan kompetensi yang dimiliki setiap gen z membantu meningkatkan kompetensi di bidang bisnis yang dapat menjadi modal berdasarkan kemampuan nya masing-masing untuk menjadi pembisnis yang berhasil sehingga 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. ecommerce memberikan solusi dimana dengan modal yang relatif kecil suatu usaha atau bisnis dapat dilakukan. Informasi yang dapat di akses dari berbagai penjuru dunia.

Pada saat ini literasi digital untuk meningkatkan minat berwirausaha generasi Z telah menjadi subjek penelitian yang sangat relevan dalam era digital saat ini. Literasi digital didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi dan informasi digital secara efektif untuk memperoleh, memproses, dan menggunakan informasi. Dalam konteks meningkatkan minat berwirausaha generasi Z, literasi digital sangat penting karena generasi Z memerlukan kemampuan-kemampuan literasi digital untuk mengembangkan minat berwirausaha dan mengembangkan sikap mandiri yang diperlukan dalam berwirausaha. Penelitian-penelitian telah menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha generasi Z. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Ni Nyoman Ayu Sinta Dewi dan tim, menunjukkan bahwa literasi 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, yang mana literasi digital ini memiliki pengaruh terhadap Generasi Z, akan berdampak positif dari literasi digital terhadap minat berwirausaha Generasi Z, sehingga menegaskan efektivitas pendidikan kewirausahaan berbasis digitalisasi dalam meningkatkan niat berwirausaha.

Kemampuan literasi Digital di masa ini perlu dikembangkan 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 mengembangkan literasi digital. Sehingga para generasi Z ini tidak ketinggalan zaman dan mereka bahkan bisa menyeimbangi perkembangan zaman yang sekarang semakin berkembang pesat.

### **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 (Dewi & Juandi, 2023). Ditemukan 25 artikel yang relevan dengan tema penelitian yang diangkat, kemudian artikel-artikel tersebut disaring untuk memeriksa kesesuaian kajian. Setelah disortir dapatlah 15 artikel yang sesuai dengan kajian penulis, setelah itu dilakukan pemilihan kembali berdasarkan kriteria kelayakan yang telah ditetapkan sebelumnya, dan akhirnya terpilih 10 artikel yang akan direview.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data literatur yang terpilih dirangkum berikut dengan judul dan tahun penelitian, penulis, jenis studi, populasi, serta hasil penelitian seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Ringkasan Data Literature Terpilih**

No	Judul dan Tahun Penelitian	Penulis	Jenis Studi	Populasi	Hasil
1.	Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Mempengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z melalui Efikasi Diri? (2021)	Muhammad Hasan, Nur Shofa, Ilham Thaief, M. Ihsan Said Ahmad, Thamrin Tahir.	Kuantitatif	Populasi kajian ini adalah semua generasi Z pada kelas XI SMK Negeri 7 Pangkep Sulawesi Selatan dengan jumlah generasi sebanyak 131	Kajian ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri generasi Z. Selain hal tersebut,

				orang dengan sampel yang ditarik secara purposive sebanyak 57 orang dengan beberapa kriteria	ditemukan pula adanya pengaruh yang positif dan signifikan efikasi diri terhadap minat berwirausaha generasi Z.
2.	Analysis Of The Role Of Risk Tolerance And Personal Success On Entrepreneurship Motivation In Generation Z (2023)	Sutrisno, Hendy Tannady, D. Yadi Heryadi, Reza Yonatan Hanata, Ahmad Gunawan.	Kuantitatif	Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 125 responden yang merupakan mahasiswa strata 1 yang berkuliah pada Fakultas Bisnis di Jakarta.	Hasil penelitian menunjukkan keberhasilan diri dan toleransi akan resiko memiliki pengaruh secara positif terhadap motivasi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Bisnis di Jakarta.
3.	Pengaruh Kreativitas, Edukasi Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Dalam Generasi Z (2019)	Cindy Natalia dan Rodhiah	Kuantitatif	Partisipan dalam penelitian ini sebanyak 70 responden generasi Z di Jakarta Barat.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada kreativitas terhadap intensi berwirausaha, serta terdapat pengaruh positif dan signifikan pada edukasi terhadap intensi berwirausaha dan menunjukkan

					pengaruh positif dan signifikan pada efikasi diri terhadap intensi berwirausaha.
4.	Kepribadian, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z Banyuwangi (2024)	Fikri Budi Berliawan, Akhmad Suharto, Wenny Murtalining Tyas.	Kuantitatif	Populasi penelitian adalah Generasi Z yang tinggal di Kabupaten Banyuwangi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha generasi Z di Banyuwangi. Simpulan, faktor-faktor yang dapat mendorong minat berwirausaha pada generasi Z, memberikan dasar bagi pengembangan program pendidikan dan pelatihan yang lebih efektif, serta memberikan pandangan bagi pemangku kebijakan untuk memajukan potensi

					kewirausahaan di kalangan generasi Z.
5.	Peran Moderasi Passion Antara Efikasi Diri dan Inovasi Terhadap Minat Wirausaha Generasi Z (2024)	Siti Aminah, M Cholid Mawardi, Arista Fauzi Kartika Sari.	Kuantitatif	Populasi pada riset ini yaitu mahasiswa akuntansi Angkatan 2020 yang berada di tiga perguruan tinggi yang ada di Malang. Pengambilan sampel dilakukan memakai rumus slovin sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 207.	Hasil pengujian menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dan inovasi Generasi Z. Memiliki berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha generasi Z.
6.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z Di Jakarta (2023)	Jefry, Lydiawati Soelaiman.	Deskriptif	Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Generasi Z yang saat ini sedang menempuh pendidikan di tingkat SMA dan Perguruan Tinggi di Jakarta. Sebanyak 100 responden.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Locus Of Control berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, (2) Kebutuhan Akan Prestasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, (3) Toleransi Risiko berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, (4) Kesigapan Berwirausaha

					berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
7.	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus of Control dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha (2019)	Aprilda Yanti	Kuantitatif	Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa/Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis semester 7 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang jumlahnya sebanyak 449 orang.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Secara parsial self efficacy berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
8.	Peran self-efficacy dalam meningkatkan minat berwirausaha women entrepreneur yang dimediasi oleh pengetahuan kewirausahaan (2022)	Hartini, Aditya Wardhana, Normiyati, N., Syarifuddin Sulaiman.	Kuantitatif dengan metode survey tipe <i>explanatory research</i> .	Pengusaha perempuan di Kota Makassar, Sulawesi Selatan sebanyak 120 orang pengusaha perempuan di bidang fashion.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap self-efficacy; pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha; self-efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat



					berwirausaha; selfefficacy tidak memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha
9.	Pengaruh Literasi Digital dan Soft Skill Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Kota Bekasi (2024)	Maria Cleopatra, Sara Sahrazad, Dellia Mila Vernia, Sigit Widiyarto, Nana Suyana	Kuantitatif	Siswa kelas X SMK di kota Bekasi, sebanyak 51 orang.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap minat berwirausaha dan Soft Skill berpengaruh pada minat berwirausaha.
10.	Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Sorong (2023)	Nur Afni Khairunisaa, Sabariab	Kuantitatif	Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora (Febira) sebanyak 90 responden.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan ( $P < 0,05$ ) terhadap minat berwirausaha digital pada mahasiswa febira Unimuda Sorong.

### Pembahasan

Literasi digital merupakan kemampuan seseorang dalam menggunakan piranti komputer untuk mengakses berbagai informasi di ruang digital (Gilster & Watson, 1999). Literasi digital ini merupakan salah satu kemampuan yang mesti dikuasai para generasi Z dalam rangka mempersiapkan diri menghadapi revolusi industri 4.0. Enam literasi dasar terdiri dari literasi baca-tulis, sains, numerasi, digital, finansial, serta budaya dan kewargaan. Karena pesatnya kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), menyebabkan kemampuan literasi digital, informasi, dan teknologi

sama pentingnya dengan kemampuan umum yang lain (Fatmawati & Safitri, 2020; Nurcahyo, 2020; Kemendikbud, 2017).

Menurut Salsabila literasi 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 literasi 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. Literasi 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 Lesinskas, 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

terjadi, 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. Menurut Harding generasi muda yang memiliki literasi digital yang tinggi akan lebih percaya diri dan nyaman saat memanfaatkan teknologi. Di sisi lain, generasi muda dengan literasi digital terbatas akan menghindari pemanfaatan teknologi digital. Menurut McClelland terdapat tiga sifat baik manusia yang merefleksikan karakteristik Entrepreneurship. tiga sifat baku tersebut adalah Need of power, Need of affiliation, dan Need of achievement.

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 smartpone 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 pada siswa SMK (Cleopatra Maria, dkk., 2024). Dengan adanya literasi digital ini dapat untuk menambah wawasan para generasi Z dalam meningkatkan dan mengembangkan cara berwirausaha yang benar dizaman sekarang ini agar lebih banyak para generasi Z membuka lapangan pekerjaan untuk kedepannya. Literasi 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.

Untuk meningkatkan literasi digital, individu dapat mengembangkan pemikiran kritis, belajar mencari informasi, dan memahami budaya digital. Berpikir kritis melibatkan kemampuan mempertanyakan, menganalisis, dan mengevaluasi informasi yang diterima secara objektif. Berbagai penelitian menemukan bahwa literasi 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.

## KESIMPULAN

Literasi digital dapat membantu pengguna dalam menemukan, mengerjakan, mengevaluasi, menggunakan, membuat, dan memanfaatkan informasi digital dengan bijak, cerdas, cermat, dan tepat sesuai kegunaannya. 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 usaha yang 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 PUSTAKA

- 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. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1098611124674>
- 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.  
<https://doi.org/10.22460/jpmi.v6i3.17338>
- 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. Inc.
- Ginting, Mbayak, and Eko Yuliawan. 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 ishak,dkk. (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, dkk. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia?. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*. 10 (1)
- Lesinskis Kristaps,dkk. (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>
- McClelland, David C. (1987). *Characteristics of Successful Entrepreneurs,*” *The Journal of Creative Behavior*
- Mcmullan, R. W. E., & Kenworthy, T. P. (2016). Creativity and entrepreneurial performance (1st ed.). Springer. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-04726-3>
- Oluwakemi, O. T. (2019). Digital literacy and entrepreneurial returns among small business owners in Lagos State, Nigeria. *Education & Science Journal of Policy*

- Review and Curriculum Development, 9(2), 1–11.
- Putri Ni Luh Wahyuni Widya. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9 (1)
- Rahmadi Afif Nur. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*. 1 (2), 153 – 169
- Rianto, P. (2016). Media Baru, Visi Khalayak Aktif dan Urgensi Literasi Media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(2), 90–96
- Salsabila, F. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner Yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food Di Pasar Segar Kota Makassar. Universitas Negeri Makassar.
- Setyaningsih Rila,dkk. (2019). Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning. *Jurnal ASPIKOM*, 3 (6),1200-1214
- Sukmawati Saleh, Munir Salham, dan Nurhayati Mansur. (2018). Harapan dan Tantangan Enterpreneur di Kota Palu,” *Jurnal Budaya Etnika* Vol 2 No 1
- Suryana. (2017). *Kewirausahaan (Kiat dan Proses Menuju Sukses)*, 4 ed. Jakarta: Salemba Empat
- Warsiati wiwi, Tiris Sudrartono, Ilan aliansi Zahra. (2021). Menumbuhkan Minat Usaha Melalui Afiliate Marketing Bagi Generasi Z Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. Penerbit PKN STAN Press.
- Yadewani Dorris. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang). *Jurnal Resti*, 1 (1), 64 – 69