



Meningkatkan Minat Berwirausaha Generasi Z Melalui Literasi Digital di Era Teknologi

Astri Rumondang Banjarnahor^{1*}, Ovi Hamidah Sari²

¹ Institut Transportasi dan Logistik (ITL) Trisakti Jakarta, Indonesia

² Universitas Dian Nusantara Jakarta, Indonesia

rumondangastri@gmail.com^{1*}

Alamat : Jalan IPN Kebun Nanas No 2, Cipinang Besar, Jatinegara, Jakarta Timur

Korespondensi penulis: rumondangastri@gmail.com

Abstract: *This study examines the impact of digital literacy on the interest and readiness of Generation Z to engage in entrepreneurship in the era of technological transformation. Findings from a digital entrepreneurship socialization program revealed a significant increase in Generation Z's understanding and motivation to initiate technology-based businesses after participating in training and discussions. One major challenge identified was the lack of comprehensive digital literacy, including skills in data analysis, e-commerce platform management, and strategic digital marketing. Evaluation through pre- and post-tests showed that digital literacy effectively builds participants' confidence in utilizing technology to plan and manage businesses. Additionally, the collaboration between educational institutions, the government, and the private sector is essential in creating a sustainable ecosystem of learning and guidance to support the growth of digital entrepreneurship among Generation Z. With adequate digital skills and understanding, Generation Z holds a greater potential for innovation, competitiveness, and contribution to the digital economy.*

Keywords: *Digital literacy, digital entrepreneurship, Generation Z, technological transformation, learning and guidance.*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji pengaruh literasi digital terhadap minat dan kesiapan Generasi Z dalam berwirausaha di era transformasi teknologi. Dalam kegiatan sosialisasi kewirausahaan digital, ditemukan bahwa pemahaman dan motivasi Generasi Z untuk memulai bisnis berbasis teknologi mengalami peningkatan signifikan setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan diskusi. Salah satu tantangan utama yang diidentifikasi adalah kurangnya literasi digital yang komprehensif, mencakup keterampilan analisis data, pengelolaan platform e-commerce, serta pemasaran digital yang lebih strategis. Hasil evaluasi melalui pre-test dan post-test menunjukkan bahwa literasi digital mampu membangun kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan teknologi untuk merencanakan dan menjalankan bisnis. Selain itu, kolaborasi antara institusi pendidikan, pemerintah, dan sektor swasta diperlukan untuk menciptakan ekosistem pembelajaran dan bimbingan berkelanjutan guna mendukung pengembangan kewirausahaan digital di kalangan Generasi Z. Dengan pemahaman dan keterampilan digital yang memadai, Generasi Z memiliki peluang lebih besar untuk berinovasi, bersaing, dan berkontribusi pada ekonomi digital.

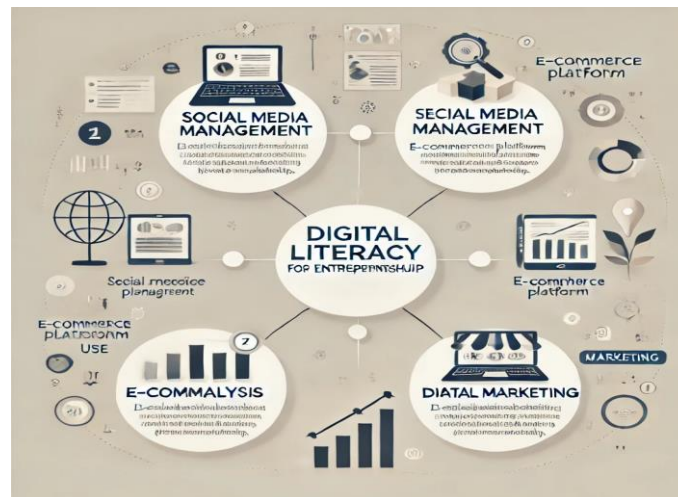
Kata Kunci: Literasi digital, kewirausahaan digital, Generasi Z, transformasi teknologi, pembelajaran dan bimbingan

1. PENDAHULUAN

Di era transformasi teknologi yang pesat, kewirausahaan digital menjadi komponen penting dalam pembangunan ekonomi modern. Berkat kemajuan teknologi seperti internet, media sosial, e-commerce, dan perangkat lunak analitik, dunia bisnis kini lebih dinamis dan terbuka bagi siapa saja yang berminat terjun ke bidang wirausaha (Kusnadi, Nugroho and Utami, 2022). Kewirausahaan digital memungkinkan pelaku usaha untuk menjalankan bisnis dengan fleksibilitas dan jangkauan global tanpa memerlukan infrastruktur fisik yang besar. Hal

ini memberikan peluang besar bagi generasi muda, terutama Generasi Z yang telah tumbuh di tengah kemajuan teknologi (Riscal and Sahbany, 2023; Aprilita, 2024).

Literasi digital memainkan peran kunci dalam mendukung kewirausahaan di kalangan Generasi Z, terutama dalam hal pemanfaatan teknologi untuk mengelola bisnis dan menjangkau konsumen (Asikin and Fadilah, 2024). Dalam program sosialisasi ini, empat komponen utama literasi digital diperkenalkan untuk mendukung pengembangan keterampilan kewirausahaan, yaitu manajemen media sosial, penggunaan platform e-commerce, analisis data, dan pemasaran digital. Keempat komponen ini tidak hanya memfasilitasi operasional bisnis yang lebih efisien, tetapi juga membuka peluang baru dalam pemasaran dan pengambilan keputusan berbasis data. Infografis di bawah ini menggambarkan alur sederhana dari keempat komponen tersebut dan manfaatnya bagi kewirausahaan (Simarmata *et al.*, 2024).



Gambar 1: Empat Komponen Literasi Digital untuk Mendukung Kewirausahaan Generasi Z

Generasi Z, yang sering disebut sebagai digital native, memiliki keterampilan tinggi dalam menguasai teknologi dan media sosial. Dengan akses cepat dan alami terhadap teknologi, mereka memiliki keunggulan dalam mengembangkan bisnis berbasis digital, baik melalui platform e-commerce maupun media sosial (Hutamy *et al.*, 2021; Arta, Faizal and Asiyah, 2023). Kewirausahaan digital, yang menawarkan fleksibilitas dan skalabilitas, relevan bagi Generasi Z yang sering mencari metode kreatif dan efektif untuk menjalankan usaha. Model bisnis digital ini memungkinkan mereka membuka bisnis online dengan modal terjangkau, menghemat biaya operasional, dan meraih pasar lebih luas dibandingkan model bisnis konvensional (Diwyarthi *et al.*, 2023).

Namun, meskipun Generasi Z memiliki kemudahan akses terhadap teknologi, banyak di antara mereka yang masih menghadapi tantangan dalam memulai bisnis berbasis digital. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya literasi digital yang melampaui sekadar

penggunaan media sosial untuk hiburan. Literasi digital yang diperlukan dalam wirausaha meliputi keterampilan dalam analisis data, keamanan siber, manajemen platform digital, dan pemasaran online. Kurangnya pemahaman ini seringkali membuat Generasi Z tidak merasa cukup percaya diri untuk terjun ke dunia kewirausahaan digital (Wardani *et al.*, 2024).

Selain itu, minimnya pengetahuan tentang dasar-dasar kewirausahaan juga menjadi hambatan besar bagi Generasi Z. Pengetahuan dasar dalam perencanaan bisnis, manajemen keuangan, dan strategi pemasaran sangat penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis (Radiansyah, 2022). Tanpa pengetahuan tersebut, banyak calon wirausahawan muda yang merasa ragu atau takut menghadapi risiko bisnis. Kesulitan dalam memperoleh modal juga sering dihadapi Generasi Z, yang sebagian besar masih berusia muda dan memiliki keterbatasan akses ke pendanaan. Hal ini diperparah oleh persaingan ketat di dunia digital, di mana setiap pelaku bisnis berlomba-lomba untuk menarik perhatian konsumen melalui platform yang sama.

Selain literasi digital, pentingnya pendidikan kewirausahaan bagi Generasi Z tidak bisa diabaikan. Sekolah dan perguruan tinggi perlu merancang program edukasi yang mencakup keterampilan praktis dalam membangun bisnis digital, mulai dari penggunaan alat pemasaran digital hingga pengelolaan toko online. Melalui edukasi yang relevan, Generasi Z akan mendapatkan wawasan dan keterampilan dasar dalam model bisnis digital dan aplikasi teknologi. Hal ini juga bisa dilengkapi dengan pengalaman praktik, seperti pelatihan dalam menjalankan kampanye pemasaran atau simulasi dalam manajemen bisnis online, yang dapat membantu mereka memahami dan merasakan langsung dinamika kewirausahaan digital (Diawati and Mulyati, 2022).

Program pendampingan atau mentoring juga berperan penting dalam meningkatkan minat dan kesiapan Generasi Z untuk berwirausaha. Seminar, lokakarya, dan sesi mentoring dari wirausahawan sukses dapat menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi Generasi Z. Dengan bimbingan praktis dari mentor yang berpengalaman, generasi muda dapat memahami bahwa keberhasilan dalam bisnis digital bisa diraih melalui ketekunan dan pemahaman yang baik tentang teknologi. Selain itu, dukungan yang berkelanjutan dari program mentoring akan memberikan Generasi Z panduan praktis dalam merencanakan dan mengembangkan ide bisnis mereka (Hutamy *et al.*, 2021; Sugiarto *et al.*, 2023).

Akses terhadap sumber daya digital seperti platform e-commerce, media sosial, dan alat pemasaran juga sangat penting (Radiansyah, 2022). Dalam hal ini, lembaga pendidikan dan pemerintah dapat berperan besar dalam memberikan fasilitas dan pendampingan bagi generasi muda untuk memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Dengan kemudahan akses dan

panduan yang tepat, Generasi Z akan lebih siap untuk memulai dan menjalankan bisnis berbasis digital, serta memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar. Ini juga membuka peluang besar bagi mereka untuk menciptakan inovasi baru yang tidak hanya menguntungkan diri mereka sendiri, tetapi juga memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal dan nasional.

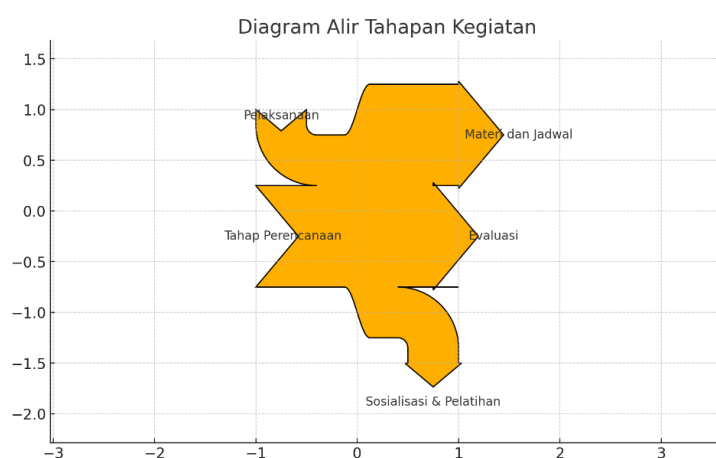
Relevansi kewirausahaan digital bagi Generasi Z sangat tinggi karena mereka hidup di era di mana sebagian besar transaksi bisnis, promosi, dan layanan pelanggan dilakukan secara daring. Melalui keterampilan digital yang baik, generasi ini dapat beradaptasi dengan cepat dalam menghadapi perubahan tren pasar (Diawati and Mulyati, 2022). Dengan dukungan teknologi, wirausahawan digital mampu membuat keputusan berbasis data, yang sangat penting dalam menciptakan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kemampuan untuk menggunakan data ini memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan di dunia bisnis yang dinamis dan terus berubah.

Di Indonesia, urgensi kewirausahaan digital terlihat dari tingginya angka pengangguran yang menjadi tantangan besar. Kewirausahaan digital dapat menjadi solusi untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru dan memperkuat ekonomi lokal, terutama dengan keterlibatan generasi muda (Firmansyah, 2022; Sugiarto *et al.*, 2023). Kampus-kampus seperti ITL Trisakti yang berfokus pada bidang transportasi, logistik, dan teknologi dapat memanfaatkan momentum ini dengan memperkenalkan kewirausahaan digital kepada mahasiswanya. Mahasiswa yang memiliki keterampilan digital dan pengetahuan tentang kewirausahaan akan lebih siap dalam memanfaatkan transformasi teknologi untuk mengembangkan bisnis yang inovatif dan berdaya saing tinggi di pasar.

2. METODE

Dalam program pengabdian masyarakat yang bertujuan meningkatkan literasi digital dan minat berwirausaha digital di kalangan Generasi Z, metode yang digunakan harus mampu mendukung pembelajaran secara aktif dan interaktif. Oleh karena itu, metode andragogi dipilih sebagai pendekatan utama dalam kegiatan ini. Pendekatan andragogi, atau pembelajaran orang dewasa, sangat sesuai dengan program ini karena menitikberatkan pada peran aktif peserta dalam proses pembelajaran. Andragogi bertujuan untuk melibatkan peserta secara langsung dalam setiap tahap kegiatan sehingga mereka tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berpartisipasi aktif melalui diskusi, latihan praktis, dan pemecahan masalah secara mandiri.

Rangkaian kegiatan pengabdian ini dirancang dalam beberapa tahap yang saling berkaitan, yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap perencanaan, dilakukan persiapan materi, penyusunan jadwal, dan pemilihan media yang akan digunakan dalam sosialisasi. Tahap pelaksanaan mencakup kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan diskusi interaktif, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam kepada peserta mengenai literasi digital dan kewirausahaan berbasis teknologi. Setelah kegiatan utama selesai, tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur perubahan pemahaman peserta dan efektivitas kegiatan secara keseluruhan. Alur lengkap tahapan kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 2: Diagram Alir Tahapan Kegiatan Pengabdian

Pelatihan praktis kemudian disiapkan sebagai langkah untuk meningkatkan keterampilan teknis peserta, seperti cara menggunakan platform e-commerce, media sosial, dan alat pemasaran digital yang populer dan mudah diakses. Melalui pelatihan ini, peserta diajak untuk memahami langsung bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan dalam dunia bisnis. Di samping itu, diskusi kelompok dan sesi tanya jawab turut dilakukan untuk mendorong interaksi dan berbagi pengetahuan antarpeserta, memungkinkan mereka mengajukan pertanyaan terkait materi yang kurang dipahami, serta berbagi pengalaman dan gagasan terkait kewirausahaan digital. Sesi diskusi ini juga berfungsi sebagai wadah bagi peserta untuk mendapatkan inspirasi dari pemikiran satu sama lain. Adapun tahapan-tahapan kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan di ITL Trisakti dengan mahasiswa sebagai peserta pelatihan terdiri dari:

Perencanaan

Pada tahap perencanaan, dilakukan persiapan materi mengenai literasi digital dan kewirausahaan berbasis digital yang akan disampaikan kepada peserta. Materi ini dirancang agar sesuai dengan kebutuhan Generasi Z yang sudah terbiasa dengan teknologi digital, namun seringkali belum memahami bagaimana mengoptimalkannya dalam kewirausahaan. Materi ini

meliputi pengenalan dasar-dasar literasi digital, pemahaman tentang e-commerce dan media sosial sebagai alat pemasaran, serta contoh-contoh model bisnis digital yang telah sukses di pasaran. Penyusunan materi ini melibatkan beberapa sumber, termasuk literatur terkini, studi kasus yang relevan, serta informasi teknis mengenai alat digital yang akan diperkenalkan dalam pelatihan. Selain itu, penyusunan jadwal sosialisasi juga menjadi bagian penting dalam tahap perencanaan. Jadwal disusun sedemikian rupa agar setiap sesi memiliki waktu yang cukup untuk penyampaian materi, pelatihan praktis, dan diskusi. Penyiapan media yang akan digunakan juga dilakukan, seperti slide presentasi, video tutorial, dan perangkat digital yang akan digunakan peserta selama pelatihan. Dengan perencanaan yang matang, diharapkan kegiatan ini dapat berjalan secara efektif dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, kegiatan sosialisasi dimulai dengan penyampaian materi mengenai dasar-dasar literasi digital dan penerapannya dalam kewirausahaan. Peserta mengikuti berbagai sesi interaktif yang mencakup diskusi kelompok, latihan langsung menggunakan platform e-commerce, dan pemahaman strategi pemasaran di media sosial. Foto-foto di bawah ini memperlihatkan antusiasme peserta selama pelaksanaan sosialisasi kewirausahaan digital, mulai dari kegiatan diskusi hingga praktik penggunaan teknologi.



Gambar 3: Pelaksanaan Sosialisasi Kewirausahaan Digital di Lingkungan ITL Trisakti

Setelah sosialisasi, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan singkat mengenai penggunaan platform digital yang populer, seperti aplikasi e-commerce, media sosial, dan alat pemasaran digital lainnya. Dalam pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada langkah-langkah dasar untuk membuat toko online, cara mengelola media sosial untuk bisnis, serta penggunaan fitur iklan di platform seperti Instagram, Facebook, dan Google Ads. Pelatihan ini dilakukan secara praktis, sehingga peserta dapat langsung mempraktikkan materi yang disampaikan dengan bimbingan dari instruktur. Dengan cara ini, peserta dapat lebih memahami aplikasi konkret dari materi yang mereka pelajari dan memiliki kesempatan untuk mencoba secara langsung bagaimana kewirausahaan digital dijalankan. Setelah pelatihan, diskusi interaktif diadakan untuk membahas berbagai tantangan yang mungkin dihadapi dalam menjalankan

bisnis digital, serta strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut. Diskusi ini memungkinkan peserta untuk berbagi pandangan dan pengalaman, sehingga dapat saling belajar dan memperkaya pemahaman mereka mengenai kewirausahaan digital. Sesi tanya jawab yang terbuka juga diadakan agar peserta dapat mengajukan pertanyaan mengenai hal-hal yang belum dipahami atau masalah-masalah spesifik yang mereka temui selama pelatihan.

Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan dengan tujuan untuk menilai efektivitas kegiatan dan dampaknya terhadap peningkatan pemahaman dan minat peserta dalam berwirausaha digital. Pada tahap ini, pre-test dan post-test dilakukan untuk mengukur perubahan pemahaman peserta sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan. Pre-test diberikan sebelum materi disampaikan untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta tentang literasi digital dan kewirausahaan digital. Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, post-test diberikan untuk menilai seberapa jauh pemahaman peserta meningkat setelah mengikuti sosialisasi dan pelatihan.

Pengumpulan umpan balik juga dilakukan untuk mengetahui tanggapan peserta terhadap materi, metode pengajaran, dan efektivitas kegiatan secara keseluruhan. Umpan balik ini sangat penting karena dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan kegiatan di masa mendatang. Peserta diminta untuk memberikan pendapat mengenai bagian mana dari materi yang mereka anggap paling bermanfaat, serta area mana yang masih memerlukan penjelasan lebih lanjut. Selain itu, peserta juga dapat memberikan saran mengenai metode atau pendekatan yang menurut mereka dapat meningkatkan kualitas kegiatan.

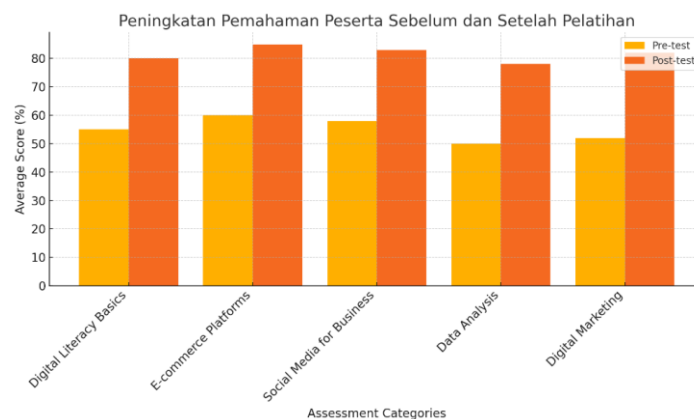
Melalui serangkaian metode ini, diharapkan Generasi Z dapat memahami pentingnya literasi digital dan memiliki keterampilan dasar untuk memulai dan mengembangkan bisnis berbasis digital. Penggunaan pendekatan andragogi memungkinkan peserta terlibat aktif dalam setiap tahap kegiatan, meningkatkan pemahaman mereka melalui pengalaman langsung, serta mendorong minat dan kesiapan mereka dalam menerapkan teknologi digital di bidang kewirausahaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi kewirausahaan digital bagi Generasi Z membawa hasil yang menunjukkan betapa pentingnya literasi digital dalam menumbuhkan minat dan kepercayaan diri generasi muda untuk terjun ke dunia wirausaha (Wardani *et al.*, 2024). Dari rangkaian kegiatan ini, terlihat bahwa Generasi Z tidak hanya antusias, tetapi juga bersemangat untuk mengembangkan keterampilan baru yang relevan dengan tuntutan zaman. Selama sosialisasi,

mereka aktif berpartisipasi dalam setiap sesi, mulai dari presentasi mengenai konsep dasar kewirausahaan digital, latihan praktis, hingga diskusi mendalam tentang penerapan teknologi dalam bisnis. Generasi ini, yang tumbuh di era digital, merespons positif kesempatan untuk menggali lebih dalam potensi teknologi sebagai alat utama dalam berwirausaha (Hutamy *et al.*, 2021).

Kegiatan ini tidak hanya melibatkan partisipasi yang tinggi, tetapi juga membawa hasil yang signifikan dalam hal peningkatan pemahaman dan minat peserta terhadap kewirausahaan digital. Hal ini diukur melalui pre-test dan post-test yang dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan. Pada awalnya, hasil pre-test menunjukkan bahwa pemahaman awal peserta masih terbatas, terutama dalam pemahaman dasar literasi digital, penggunaan platform e-commerce, media sosial untuk bisnis, analisis data, dan pemasaran digital. Namun, setelah mengikuti sosialisasi dan pelatihan, hasil post-test menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam setiap aspek tersebut, sebagaimana terlihat pada Gambar 4 di bawah ini.



Gambar 4: Peningkatan Pemahaman Peserta Sebelum dan Setelah Pelatihan.

Pengaruh sosialisasi ini terlihat jelas melalui peningkatan pemahaman peserta terhadap literasi digital dan kewirausahaan digital, yang diukur melalui pre-test dan post-test. Pada awalnya, hasil pre-test menunjukkan bahwa meskipun mereka sudah akrab dengan teknologi, banyak peserta yang masih belum memahami penerapan teknologi dalam konteks bisnis, seperti bagaimana menggunakan media sosial atau e-commerce secara strategis untuk tujuan bisnis. Namun, setelah mengikuti seluruh rangkaian sosialisasi dan pelatihan, hasil post-test menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan. Banyak peserta yang menyatakan ketertarikan untuk mencoba memulai bisnis berbasis digital setelah memahami peluang besar yang dapat diraih melalui teknologi.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa literasi digital memiliki peran kunci dalam meningkatkan minat berwirausaha pada Generasi Z. Memahami teknologi secara mendalam, seperti cara mengelola media sosial untuk pemasaran, menggunakan data untuk analisis

konsumen, dan memanfaatkan alat-alat digital untuk operasi bisnis, memberi Generasi Z kepercayaan diri yang lebih besar dalam menjajaki dunia kewirausahaan. Literasi digital tidak hanya sekadar pengetahuan teknis, tetapi juga keterampilan praktis yang memberdayakan peserta untuk menjalankan bisnis dengan cara yang lebih efisien, cerdas, dan inovatif.

Literasi digital juga memainkan peran dalam memperkuat ketahanan dan fleksibilitas bisnis yang dikelola generasi muda ini. Dengan keterampilan digital yang baik, mereka dapat mengakses pasar yang lebih luas, mengelola strategi pemasaran digital yang tepat sasaran, dan menyesuaikan produk dengan tren dan kebutuhan pasar. Ini sangat penting di era bisnis yang serba cepat dan penuh dengan perubahan, di mana kemampuan untuk beradaptasi menjadi salah satu faktor penentu kesuksesan bisnis (Farhan, Eryanto and Saptono, 2022; Radiansyah, 2022; Wardani *et al.*, 2024).

Studi literatur mendukung temuan ini. Sebagaimana dijelaskan oleh Gilster (1997), literasi digital mencakup kemampuan untuk memahami, mengelola, dan memanfaatkan informasi digital dengan efektif. Hal ini menjadi landasan penting bagi wirausahawan muda, terutama Generasi Z, dalam menjalankan bisnis yang kompetitif. UNESCO (2018) juga menyoroti bahwa literasi digital memberdayakan individu untuk melakukan analisis data yang lebih baik, mengambil keputusan yang didasarkan pada informasi, dan meningkatkan keterampilan manajerial dalam mengelola bisnis berbasis teknologi. Dengan literasi digital yang kuat, generasi muda tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga pencipta solusi digital yang relevan.

Salah satu aspek yang meningkatkan minat berwirausaha pada Generasi Z melalui literasi digital adalah pemahaman mereka terhadap peluang pemasaran digital, khususnya melalui media sosial. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok telah menjadi alat utama bagi Generasi Z untuk berinteraksi, dan pemahaman yang mendalam tentang strategi pemasaran digital memungkinkan mereka memanfaatkannya untuk mempromosikan bisnis dengan cara yang efektif dan murah (Farhan, Eryanto and Saptono, 2022; Radiansyah, 2022; Arta, Faizal and Asiyah, 2023). Mereka tidak lagi terbatas pada pemasaran konvensional yang berbiaya besar, tetapi dapat memanfaatkan engagement langsung dengan audiens melalui konten yang kreatif dan relevan, memperluas jangkauan mereka hingga ke skala global.

Selain pemasaran, literasi digital membantu Generasi Z dalam mengelola bisnis mereka dengan lebih efektif. Alat-alat manajemen digital seperti software pengelolaan inventaris, aplikasi analisis data, hingga layanan pelanggan berbasis AI memudahkan operasional bisnis sehari-hari. Dengan menguasai alat ini, mereka dapat memahami preferensi dan kebutuhan konsumen, yang memungkinkan mereka membuat keputusan bisnis yang lebih tepat dan

meningkatkan peluang keberhasilan bisnis. Kepercayaan diri Generasi Z juga mendapat dorongan dari literasi digital yang kuat. Penelitian Wardani et al (2024) menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga membangun persepsi positif terhadap potensi pribadi. Ketika Generasi Z merasa mampu menguasai teknologi, mereka lebih siap dan percaya diri dalam menghadapi tantangan bisnis yang kompleks. Mereka tidak lagi ragu untuk mengambil risiko atau mencoba ide bisnis baru, karena mereka merasa memiliki kontrol lebih dalam menggunakan teknologi sebagai alat utama mereka. Contoh nyata dari pengaruh literasi digital terhadap keberhasilan wirausahawan muda dapat ditemukan dalam kasus Rachel Venya, seorang wirausahawan muda dari Indonesia yang sukses mengembangkan bisnis kulinernya dengan mengandalkan media sosial. Rachel menggunakan Instagram sebagai platform utama untuk menarik pelanggan tanpa harus membuka outlet fisik. Strategi pemasaran berbasis digital yang diimplementasikannya tidak hanya berhasil menghemat biaya operasional, tetapi juga memperluas jangkauan pasar. Kisahnya membuktikan bahwa pemahaman mendalam tentang media sosial dan strategi digital dapat membuka peluang besar bagi wirausahawan muda. Kisah sukses lain adalah Tyler Haney, pendiri Outdoor Voices, yang memanfaatkan media sosial dan e-commerce untuk membangun merek pakaian yang fokus pada gaya hidup sehat. Haney menggunakan Instagram untuk berinteraksi dengan komunitas yang relevan, menjadikan platform tersebut bukan hanya sebagai alat pemasaran, tetapi juga sarana membangun hubungan yang kuat dengan konsumen. Kesuksesan Haney menggambarkan bagaimana literasi digital, saat digunakan dengan strategi yang baik, mampu mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan (Farhan, Eryanto and Saptono, 2022).

Dari berbagai temuan ini, literasi digital terbukti menjadi elemen fundamental dalam menumbuhkan minat dan kepercayaan diri Generasi Z untuk berwirausaha. Mereka yang memiliki literasi digital yang baik cenderung lebih siap untuk memulai bisnis karena mereka dapat memanfaatkan teknologi untuk menekan biaya, menjangkau konsumen lebih luas, dan meningkatkan efisiensi operasional. Kemampuan ini juga memberikan fleksibilitas yang besar untuk beradaptasi dengan tren pasar yang terus berubah, yang sangat diperlukan dalam persaingan bisnis modern.

4. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Kegiatan sosialisasi kewirausahaan digital ini berhasil mencapai sejumlah hasil yang signifikan, terutama dalam hal peningkatan pemahaman dan motivasi peserta, yang didominasi oleh Generasi Z, untuk terjun ke dunia wirausaha berbasis digital. Dari hasil evaluasi melalui

pre-test dan post-test, terlihat adanya peningkatan yang mencolok dalam pemahaman peserta mengenai konsep dan strategi dasar kewirausahaan digital. Pada awalnya, banyak peserta yang belum familiar dengan cara memanfaatkan teknologi seperti media sosial, e-commerce, dan alat pemasaran digital dalam konteks bisnis. Namun, setelah mengikuti rangkaian sosialisasi, pelatihan, dan diskusi, pemahaman mereka mengenai peluang dan tantangan dalam kewirausahaan digital meningkat secara signifikan.

Selain pemahaman teknis, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan motivasi peserta untuk mencoba terjun ke dunia wirausaha. Banyak dari mereka yang sebelumnya merasa ragu atau kurang percaya diri kini mulai menyadari potensi besar yang ditawarkan oleh teknologi digital dan merasa lebih siap untuk memulai langkah pertama dalam berbisnis. Generasi Z, yang sebelumnya menggunakan media sosial dan perangkat digital hanya untuk kebutuhan pribadi, kini mulai melihatnya sebagai alat penting dalam pengembangan bisnis. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil membekali peserta dengan keterampilan dan dorongan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi digital secara produktif, menjadikan mereka lebih siap menghadapi persaingan dan peluang di era ekonomi digital.

Rekomendasi

Untuk mendukung keberlanjutan perkembangan kewirausahaan digital di kalangan Generasi Z, sangat penting untuk memberikan pelatihan lebih lanjut dan pendampingan berkelanjutan. Generasi Z membutuhkan akses pada pelatihan yang lebih mendalam, khususnya dalam keterampilan teknis seperti pengelolaan media sosial, analisis data, strategi pemasaran digital, dan pengembangan platform e-commerce. Pelatihan yang terus berlanjut ini akan membantu mereka mengasah keterampilan yang relevan dengan tren dan teknologi terbaru, memastikan mereka mampu bersaing di pasar yang terus berkembang.

Selain pelatihan, program pendampingan berkelanjutan juga diperlukan. Melalui mentoring, Generasi Z akan mendapatkan bimbingan langsung dari para ahli dan wirausahawan berpengalaman, yang dapat memberikan wawasan praktis, saran strategis, dan inspirasi untuk mengatasi tantangan dalam bisnis digital.

Untuk memperkuat program literasi digital ini, kerja sama antara institusi pendidikan, pemerintah, dan sektor swasta sangat disarankan. Institusi pendidikan dapat menyediakan fasilitas dan kurikulum dasar, sementara pemerintah dan sektor swasta dapat memberikan dukungan sumber daya, pembiayaan, dan jaringan pasar yang lebih luas. Kolaborasi ini akan memastikan bahwa Generasi Z memiliki akses yang lebih baik untuk mengembangkan

keterampilan dan potensi kewirausahaan digital, yang pada akhirnya akan memperkuat perekonomian digital secara keseluruhan.

DAFTAR REFERENSI

- Aprilita, A. (2024) 'Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia pada Generasi Z Tantangan dan Peluang di Era Digital Untuk Meningkatkan Kematangan Karir', *Advances In Social Humanities Research*, 2(2), pp. 221–235.
- Arta, A., Faizal, M.A. and Asiyah, B.N. (2023) 'The Role of Edupreneurship in Gen Z in Shaping Independent and Creative Young Generation', *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 6(2), pp. 231–241.
- Asikin, M.Z. and Fadilah, M.O. (2024) 'Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi: Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital', *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), pp. 303–310.
- Diawati, P. and Mulyati, E. (2022) 'Ekosistem Kewirausahaan Dalam Membangun Mindset Kewirausahaan di Era Digital pada Mahasiswa Politeknik Pos Indonesia', *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(9), pp. 2071–2078.
- Diwyarthi, N.D.M.S. *et al.* (2023) 'Perspektif Gen Z Politeknik Pariwisata Bali terhadap Peranan Sosial Media dalam Mengembangkan Bisnis Kuliner', *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(4), pp. 959–967.
- Farhan, M.T., Eryanto, H. and Saptono, A. (2022) 'Pengaruh literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM', *TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), pp. 35–48.
- Firmansyah, D. (2022) 'Kinerja kewirausahaan: literasi ekonomi, literasi digital dan peran mediasi inovasi', *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(5), pp. 745–762.
- Hutamy, E.T. *et al.* (2021) 'Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z', *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), pp. 1–11.
- Kusnadi, E.W., Nugroho, L. and Utami, W. (2022) 'Kajian dinamika dan tantangan jiwa kewirausahaan pada generasi muda', *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(4), pp. 1645–1656.
- Radiansyah, E. (2022) 'Peran Digitalisasi Terhadap Kewirausahaan Digital: Tinjauan Literatur Dan Arah Penelitian Masa Depan', *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(2), pp. 828–837.
- Riscal, D.A. and Sahbany, S. (2023) 'Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing', *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 5(2), pp. 335–346.
- Simarmata, J. *et al.* (2024) 'Encouraging Entrepreneurial Spirit in Generation Z through Digital Marketing (Tiket10 . Com) Education and Training', 13(1), pp. 1285–1298.
- Sugiarto, I. *et al.* (2023) 'Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature)', *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(02), pp. 81–96.
- Wardani, S.I. *et al.* (2024) 'Edukasi Kewirausahaan dalam Membangkitkan Jiwa Entrepreneur Bagi Generasi Z', *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(1), pp. 997–1005.