

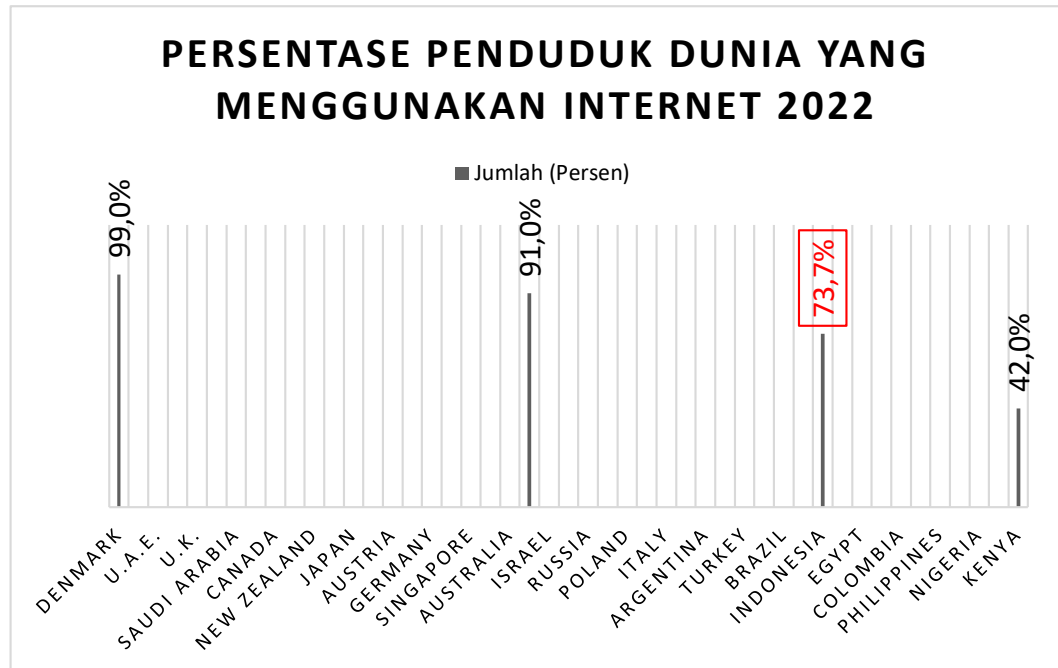
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan pesat era globalisasi abad ke-21 ini selalu berhubungan dengan teknologi informasi (T. Rahayu et al., 2019). Mengakses dan memperoleh informasi dengan kondisi kekinian yang serba mudah menjadi lebih gencar lagi dalam memanfaatkan peluang berbisnis *online*. Peluang penggunaan teknologi yang belum familiar dengan dunia internet akan menunjukkan keterlambatan dalam menguasai fenomena tersebut, hal ini menjadi salah satu penyebab Indonesia masih disebut negara berkembang. Menurut (Toffler, 1980) mengatakan bahwa seseorang jika tidak menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, akan terpinggirkan. Ilmu TIK (teknologi informasi dan komunikasi) telah berkembang pesat melebur ke dalam pola kehidupan manusia (Astuti, 2019; Haniah, 2018; Riana Mardina, 2017; Thomas, 2011).

Kehidupan Generasi sekarang ini disebut *the native gadget*, yang artinya lebih banyak menggunakan gadget dipergunakan pada kehidupannya serta munculnya lingkungan berbasis digital, khususnya teknologi komputer dan internet. Internet merupakan jaringan terkoneksi di seluruh dunia yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi secara interaktif juga tersedia berbagai layanan komunikasi seperti *world wide web (www)*, surat elektronik (*e-mail*), berita, hiburan, transfer data, dan lain-lain (APJII, 2019; Haniah, 2018; Riana Mardina, 2017; Sujono et al., 2019).

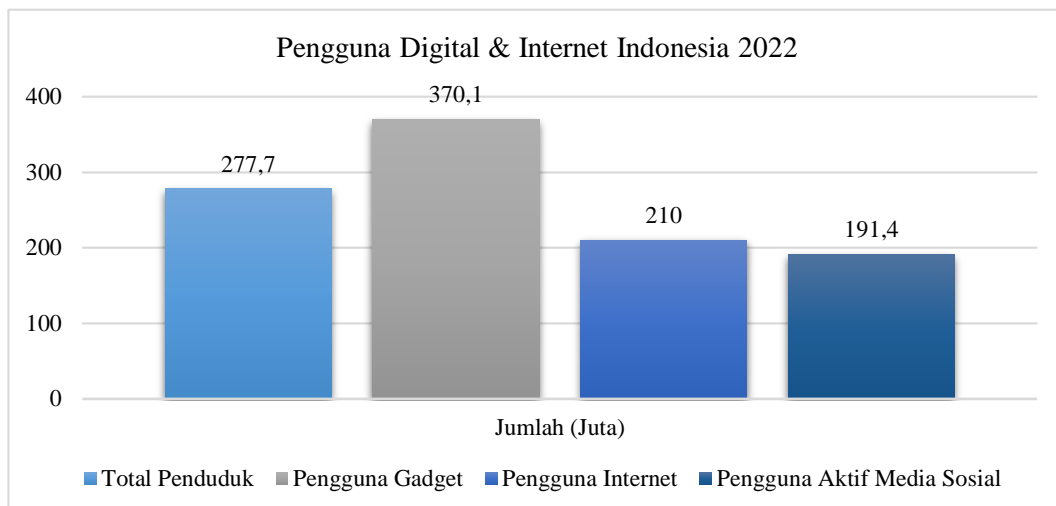
Pengguna internet di seluruh dunia telah diakses 4,95 milyar orang. Angka ini menunjukkan bahwa pengguna internet telah mencapai lebih dari 62,5 persen penduduk dunia. Indonesia cukup sering muncul dalam peringkat-peringkat dunia yang ada sehingga menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki peran besar di dunia digital saat ini. Sampai tahun ini, pengguna internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk. Dijelaskan pada gambar 1.1 di halaman berikutnya:



Sumber: (Hootsuite, 2022)

GAMBAR 1. 1
STATISTIK PENGGUNA INTERNET DI DUNIA 2022

Perkembangan internet yang pesat dipengaruhi oleh infrastruktur teknologi informasi untuk mengakses internet secara menyeluruh dan cepat. Pengguna internet dan alat digital lainnya saat ini menyuguhkan segala bentuk kemudahan kepada penggunanya, dalam upaya menghasilkan sesuatu untuk meningkatkan perekonomian baik diri sendiri maupun keluarga. *Hootsuite* perusahaan platform media sosial dari Kanada dan *We are social* yang merupakan perusahaan media sosial asal Inggris mengemukakan bahwa pengguna internet di Indonesia salah satu perkembangan tercepat mencapai 210 juta penduduk (Almi & Rahmi, 2020; kumparan TECH, 2022; Prastya Nugraha & Wahyuhastuti, 2017) data dapat dilihat pada gambar 1.2 dihalaman berikutnya:



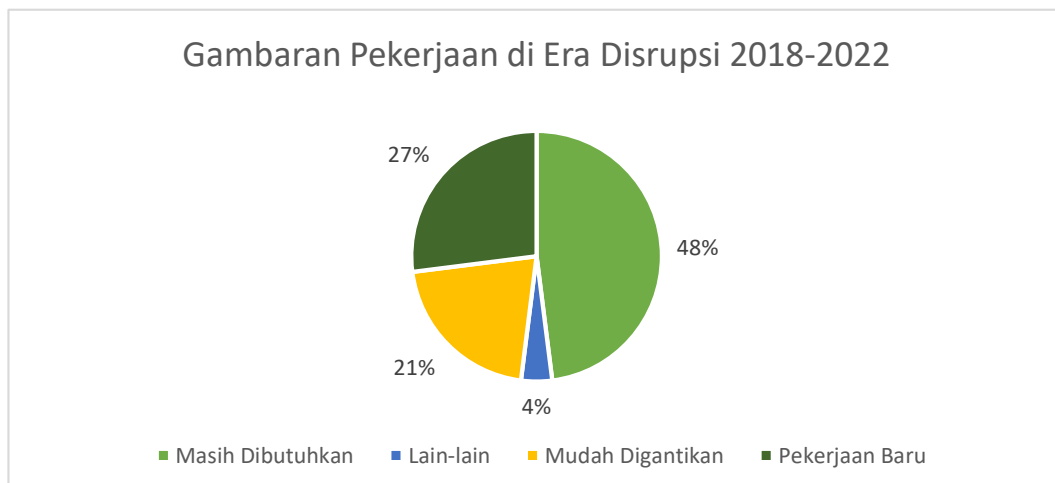
Sumber: *We Are Social-Hootsuite* dalam (kumparan TECH, 2022)

GAMBAR 1. 2 **STATISTIK PENGGUNA DIGITAL DAN INTERNET INDONESIA 2022**

Total populasi berjumlah 277 juta penduduk, pengguna ponsel 370,1 juta, pengguna internet berjumlah 210 juta, pengguna aktif di media sosial berjumlah 191,4 juta pengguna (kumparan TECH, 2022). Negara Indonesia sedang menghadapi suatu perubahan mendasar yang disebut era disrupsi, salah satunya evolusi teknologi yang menyatu terhadap celah kehidupan manusia (Kasali, 2018). Digitalisasi merupakan akibat dari evolusi teknologi (terutama informasi) yang mengubah hampir semua tatanan kehidupan, termasuk tatanan dalam berusaha (bisnis) dan pendidikan.

Sebagian pihak mengatakan bahwa disrupsi adalah sebuah ancaman. Namun banyak pihak pula mengatakan kondisi saat ini adalah peluang. Era disrupsi ini merupakan fenomena ketika masyarakat menggeser aktivitas-aktivitas yang awalnya dilakukan di dunia nyata, beralih ke dunia maya (World Economic Forum, 2019). Percepatan teknologi hingga tahun 2030 diprediksi ada beberapa profesi yang akan hilang, diantaranya petugas pengantar pos, penerjemah, , pustakawan,dll.

Hal tersebut mungkin dapat terjadi, jika profesi tersebut tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi digital (Rhenald, 2017). Terlihat pada gambar 1.3 dihalaman berikutnya :



Sumber: *World Economic Forum* (WEF, 2018)

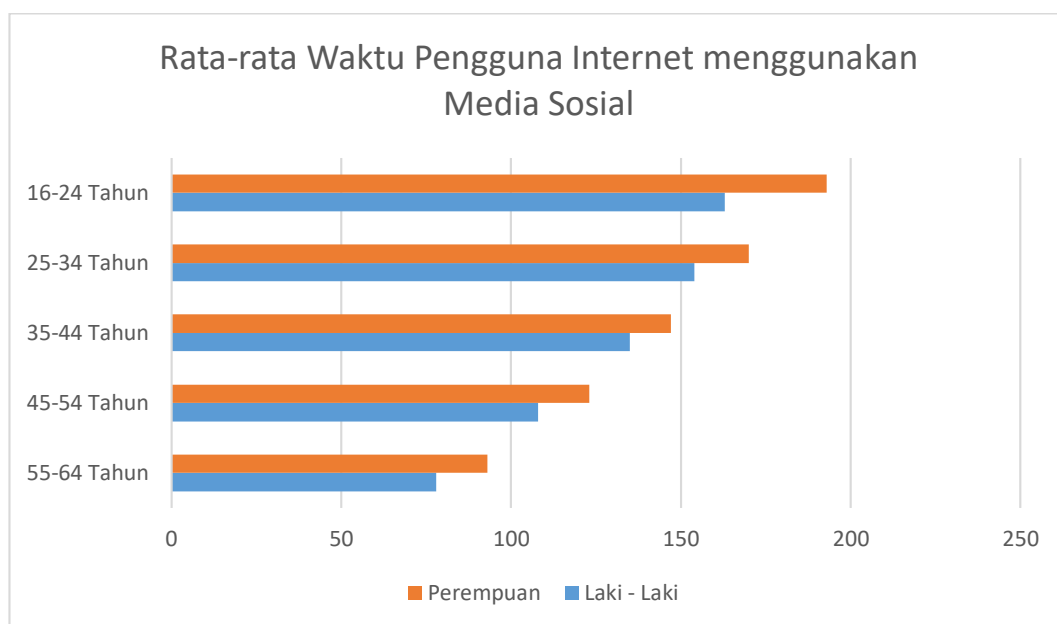
GAMBAR 1.3 DIAGRAM PEKERJAAN 2018-2022

Sementara studi *World Economic Forum* memperkirakan, menurut (McKinsey, 2011) pekerjaan di masa depan akan menuntut kreativitas dan kemampuan menganalisis, serta kemampuan emosional dan sosial yang baik. Studi ini memperkirakan di tahun 2030 nanti, 400-800 juta pekerja di seluruh dunia berpotensi kehilangan pekerjaan akibat adanya otomatisasi. Otomatisasi adalah ketika sebuah pekerjaan dapat dikerjakan sebuah sistem komputerisasi secara otomatis tanpa membutuhkan tenaga manusia.

Semua aspek tersebut relatif sulit digantikan mesin, sehingga menjadi pembeda signifikan antara manusia dan mesin. 75 juta pekerjaan yang akan digantikan robot. Namun angka itu lebih sedikit dibandingkan kemunculan 133 juta lapangan pekerjaan baru yang menanti para pencari kerja di masa depan. Beberapa jenis pekerjaan baru yang akan dicari (bahkan saat ini sangat dicari) adalah *data analyst*, *machine learning specialist*, atau *big data specialist*. Dengan kata lain, lapangan pekerjaan di masa depan sebenarnya justru lebih terbuka dengan kehadiran teknologi robot. Pekerjaan di masa depan membutuhkan keahlian atau *skills* berbeda dibanding pekerjaan saat ini (Rasiel, 1999; WEF, 2018).

Pekerjaan yang baru tumbuh merupakan suatu peluang bagi kaum milenial untuk menciptakan usaha baru yaitu bekerja tanpa terikat waktu dan kerap menggunakan fasilitas internet di rumah atau di tempat-tempat *public*. Bekerja semacam itu terasa cocok dengan karakter generasi muda milenial yang

memandang hidup serba optimis. Milenial juga generasi yang hampir mustahil dilepaskan dari teknologi komunikasi dan informasi digital. Mereka tumbuh dalam keluasaan komunikasi dan keeluasaan informasi yang membuat mereka merasa percaya diri dan merasa dapat menjalani hidup secara adaptif (Perdana, 2019; WEF, 2018). Dapat dilihat pada gambar 1.4 :



Sumber: *Databoks (We are social, 2022)*

GAMBAR 1. 4 WAKTU PENGGUNAAN INTERNET USIA 16-24 TAHUN

Pengguna internet menggunakan sosial media durasi terlama yakni pada kelompok usia 16-24 tahun. Pada kategori perempuan di rentang usia ini yakni rata-rata menggunakan media sosial selama 193 menit/hari, sedangkan kategori laki-laki selama 163 menit/hari.. Sementara, kelompok usia 55-64 tahun menghabiskan waktu menggunakan media sosial paling sebentar dalam sehari. Para perempuan kelompok usia ini rata-rata habiskan waktu 93 menit/ hari, sedangkan laki-laki di kelompok usia ini rata-rata habiskan 78 menit/hari. Banyak manfaat yang sebenarnya bisa didapat dengan menggunakan media sosial selain bisa berinteraksi secara *online*. Di antaranya bisa untuk mengakses berbagai informasi terkini, melakukan penggalangan dana, hingga memasarkan bisnis dan berjualan secara *online*.

Usia dapat dikelompokkan berdasarkan generasi, sejak munculnya Teori Generasi (*Generation Theory*), kita diperkenalkan dengan istilah *traditionalist*, *baby boomers*, generasi X, Y, Z dan alpha. Lancaster (2000) menyatakan bahwa kelompok usia 16-24 atau yang lahir antara tahun 1996 sampai 2010 dapat dikelompokkan sebagai generasi Z atau gen Net (generasi Internet). Gen ini tumbuh dengan teknologi, internet, dan media sosial, yang terkadang menyebabkan mereka mendapatkan stereotip sebagai pecandu teknologi, anti-sosial, atau pejuang keadilan sosial. Banyak Gen Z-ers memiliki preferensi untuk memulai bisnis mereka sendiri atau melakukan pekerjaan kontrak Gen-Z ini lahir dan tumbuh pada dunia berbasis teknologi yang bertujuan memecahkan segala tantangan dan kebutuhan (Hutamy et al., 2021; Sujana et al., 2020; Shahreza, 2017) .

Abad 21 menurut Kemendikbud adalah tersedianya informasi dimana saja dan kapan saja adanya implementasi penggunaan mesin (komputasi), mampu menjangkau segala pekerjaan rutin (otomatisasi) dan bisa dilakukan dari mana saja dan kemana saja (komunikasi) (Tim GLN Kemendikbud, 2017). Kecakapan yang harus dimiliki peserta didik dalam menghadapi abad-21, dikelompokkan dalam tiga komponen besar yaitu Literasi Dasar, Kompetensi, dan Karakter Pribadi. Penelitian ini memfokuskan pada literasi digital bahwa individu dengan penguasaan literasi digital ditandai dengan pengetahuan dan kecakapan, menggunakan jaringan, media digital, alat komunikasi untuk menghimpun dan menggunakan informasi secara bijak dan sehat dalam interaksi dengan orang lain. Terjabarkan pada tabel 1.1 :

TABEL 1.1
KECAKAPAN YANG DIPERLUKAN DALAM MENGHADAPI
FENOMENA PERGESERAN ABAD-21

KECAKAPAN	Literasi Dasar (Kemampuan menggunakan <i>core skills</i> untuk kehidupan sehari-hari)	Kompetensi (Kemampuan siswa menyelesaikan permasalahan kompleks)	Karakter (Kemampuan siswa menghadapi perubahan pesat pada lingkungan)
1	Literasi Membaca	Berpikir Kritis	Ingin Tahu
2	Numerasi	Kreatif	Inisiatif
3	Literasi Sains	Komunikasi	Gigih
4	Literasi Digital	Kolaborasi	Adaptif
5	Literasi Finansial	-	Kepemimpinan
6	Literasi Budaya & Bermasyarakat	-	Kepekaan Sosial Dan Budaya

Sumber : gurudikdas.kemdikbud.go.id 2016

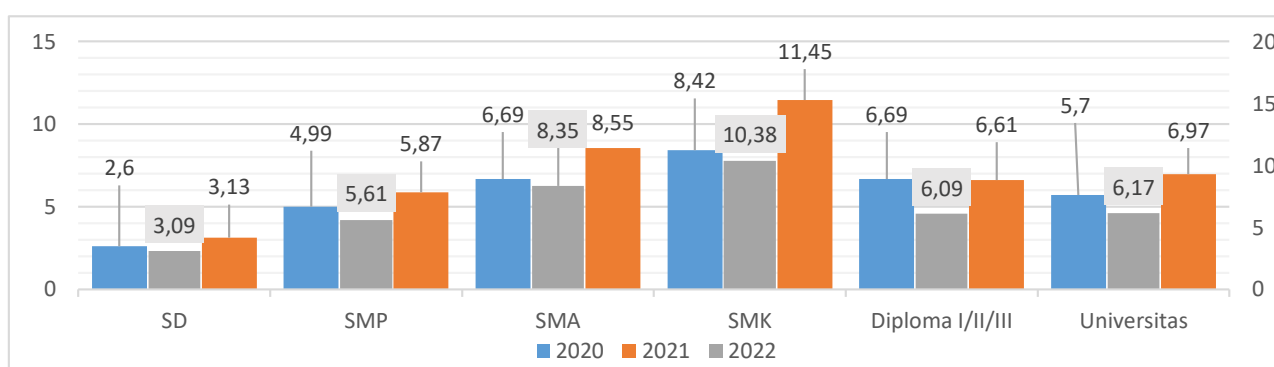
Yuni Gusminawati, 2023

PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA BERBASIS ONLINE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Setiap generasi memiliki peluang berwirausaha dalam memanfaatkan teknologi & internet ini belum banyak digunakan oleh kaum milenial dan gen-Z terbukti pada tingkat SLTA, SMK maupun Perguruan Tinggi (PT) dalam mengakses berbagai informasi terkait pengembangan kehidupan (Komariah, 2016), terlihat dari tingkat pengangguran terbuka menurut pendidikan yang ditamatkan (Badan Pusat Statistik, 2020), pada gambar 1.5 sebagai berikut :

GAMBAR 1.5
TINGKAT PENGANGGURAN TERBUKA (TPT)
PADA PENDIDIKAN FEBRUARI 2020–FEBRUARI 2022



Sumber: Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia 2022

Pada Februari 2022, TPT Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) masih yang paling tinggi diantara tingkat pendidikan lain (10,38 persen), sementara TPT yang paling rendah adalah pada pendidikan sekolah dasar (SD) ke bawah, yaitu sebesar 3,09 persen. Dibandingkan Februari 2021, penurunan TPT terjadi pada semua kategori pendidikan, dengan penurunan terbesar pada kategori pendidikan SMK yaitu sebesar 1,07 persen poin (Badan Pusat Statistik, 2022).

Pemerintah berfokus kepada tujuan SMK yaitu siap bekerja di perusahaan, akan tetapi karena pertumbuhan perusahaan nasional dengan pertumbuhan lulusan SMK tidak sebanding, sehingga kebutuhan tenaga kerja untuk di industri tidak sebanyak lulusan SMK tahun ke tahun. Calon lulusan SMK sekarang ini harus memiliki inisiatif membuka lapangan pekerjaan sendiri sehingga tidak akan lagi menambah angka pengangguran yang ada di Indonesia. Sekolah diharapkan mampu menyiapkan lulusannya untuk berdiri sendiri dengan membuka usaha yang dapat memberikan penghidupan bagi dirinya dan masyarakat sekitarnya. Salah satu

caranya dengan mendidik anak SMK memiliki jiwa berwirausaha yang tinggi (Munawaroh, 2019).

Program yang dikembangkan oleh Kemendikbud dengan mengkombinasikan pendidikan kewirausahaan di SMK dengan program BMW. BMW merupakan singkatan dari “Belajar, Melanjutkan Studi dan Wirausaha”. Ada beberapa program yang dikembangkan di SMK seperti Technopark, Teaching Factory, Koperasi Sekolah, Sekolah Pencetak Wirausaha, dan sebagainya. Salah satu program di SMK yang cukup mendukung adalah Sekolah Pencetak Wirausaha atau yang sering disingkat dengan sebutan SPW. Program ini berguna sebagai wadah serta sarana untuk menumbuhkan jiwa berwirausaha. Dengan adanya program SPW ini di sekolah diharapkan dapat meningkatkan keterampilan peserta didik dalam berwirausaha. Target dari program SPW adalah 5% dari lulusan dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri (Basri et al., 2019; Munawaroh, 2019; Prihastiwati et al., 2018)

Sekolah Pencetak Wirausaha adalah membina peserta didik untuk memiliki keterampilan melalui praktik usaha berbasis *online*. Usaha berbasis *online* di pelajari peserta didik SMK konsentrasi Bisnis Daring dan Pemasaran. Sekolah Menengah Kejuruan Negeri di kota Bandung ini dengan Jurusan tersebut terdapat tiga sekolah, yaitu pada tabel 1.2 dihalaman berikutnya :

TABEL 1.2
PERSENTASE SISWA LULUSAN KONSENTRASI BISNIS DARING
DAN PEMASARAN DI SMKN KOTA BANDUNG TAHUN 2020-2022

Tahun Lulus		2020	2021	2022
Sekolah	Bidang Siswa	Persentase		
SMKN 1 BANDUNG	Bekerja	14%	37%	49%
	Berwirausaha	4%	5%	4,29%
	Melanjutkan Pendidikan	11,01%	33%	14%
	Lainnya	70,99%	25%	32,71%
SMKN 3 BANDUNG	Bekerja	34%	41,10%	42%
	Berwirausaha	4,9%	4,9%	4,8%
	Melanjutkan Pendidikan	22,10%	24%	19%
	Lainnya	39%	30%	34,20%
SMKN 11 BANDUNG	Bekerja	22,54%	24,69%	35,03%
	Berwirausaha	1,97%	4%	2,07%
	Melanjutkan Pendidikan	18,60%	22%	22,51%
	Lainnya	56,89%	49,31%	40,49%

Sumber : Data diolah dari Hubin Sekolah bagian BK 2022

Yuni Gusminawati, 2023

PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA BERBASIS ONLINE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Minat berwirausaha peserta didik SMKN kota Bandung jurusan Bisnis Daring & Pemasaran masih rendah pada tiga tahun terakhir mencapai rata-rata kurang dari 5%, berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan bahwa penggalian minat berwirausaha siswa berada pada kategori rendah karena persentase siswa lebih menginginkan bekerja dan lanjut studi ke perguruan tinggi, siswa SMK menghasilkan output lulusan siap kerja namun berwirausaha merupakan peluang terbesar menuju kesuksesan (Falah & Marlina, 2022). Sebagai penyumbang angka pengangguran tertinggi SMK belum banyak mendukung Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menkop UKM) untuk membawa Indonesia menjadi negara maju, rasio kewirausahaan nasional harus terus ditingkatkan. Pasalnya, saat ini rasio kewirausahaan nasional baru 3,18%, masih tertinggal dibandingkan negara-negara lain di kawasan Asean. Di negara-negara maju, rasio kewirausahaan bahkan mencapai sekitar 12% sampai 14% (Herman, 2022). Beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha berbasis *online* yaitu faktor *personal*, *environment*, dan *sociological*. Terjabarkan pada tabel 1.3 – tabel 1.5 berikut :

TABEL 1.3
SURVEY FAKTOR *PERSONAL* PADA PESERTA DIDIK KELAS XI
BDP DI SMKN KOTA BANDUNG

Pernyataan	Tanggapan%		
	Tidak	Cukup	Ya
1. Kemudahan memberi kritik dan saran pada karyawan	25.5	39.2	35.2
2. Keberanian dalam memutuskan hubungan kerja dengan karyawan	33.5	36.3	30.1
3. Kemampuan meluangkan waktu sepenuhnya untuk usaha <i>online</i>	28.4	35.8	35.8
4. Kondisi usia berpengaruh dalam memulai usaha <i>online</i>	29.5	39.2	31.2
5. Keberanian menanggung resiko dalam memulai usaha <i>online</i>	28.9	38.6	32.3
6. Kemampuan memiliki rasa komitmen dalam merancang usaha <i>online</i>	27.8	31.8	40.3
7. Keinginan memulai bisnis <i>online</i>	22.7	25.5	51.7

Sumber : Pengolahan data dari Pra Penelitian

Pada pra penelitian ini telah diajukan pertanyaan melalui wawancara singkat kepada 176 responden dari peserta didik kelas xi smkn kota bandung. Pertanyaan tersebut berkaitan dengan dimensi-dimensi dari minat berwirausaha berbasis *online*

Yuni Gusminawati, 2023

PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA BERBASIS ONLINE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pada objek penelitian. Dapat dijelaskan dari tabel pertanyaan di atas, responden yang mengatakan berkeinginan memulai bisnis *online* terdapat 51.7% peserta didik, namun tidak memiliki keberanian dalam memutuskan hubungan kerja dengan karyawan sebagai wirausaha sebesar 33.5%.

TABEL 1.4
SURVEY FAKTOR *ENVIRONMENT* PADA PESERTA DIDIK KELAS XI BDP DI SMKN KOTA BANDUNG

Pernyataan	Tanggapan%		
	Tidak	Cukup	Ya
8. Keberanian bersaing dengan wirausahawan lain	26.1	31.8	42
9. Keinginan mencari modal untuk kelangsungan usaha online	24.4	30.1	45.5
10. Keinginan menabung untuk keperluan usaha online	19.8	25	55.1
11. Harapan dapat memanfaatkan warisan untuk memulai usaha online	32.3	28.4	39.2
12. Keinginan memiliki kantor untuk kelangsungan usaha online	26.1	19.8	53.9
13. Keinginan mencari lokasi yang strategis untuk memulai usaha online	26.1	22.1	51.7
14. Keinginan mengikuti berbagai pelatihan bisnis	26.7	23.3	50
15. Keinginan mengurus kebijakan mendirikan kantor usaha online	26.7	29.5	43.7
16. Harapan nanti terdapat fasilitas transaksi (kredit)	29.5	23.3	47.1
17. Keinginan mendapat bimbingan saat menjalani usaha online	21.5	26.7	51.7

Sumber : Pengolahan data dari Pra Penelitian

Pada pra penelitian ini telah diajukan pertanyaan melalui wawancara singkat kepada 176 responden dari peserta didik kelas xi smkn kota bandung. Pertanyaan tersebut berkaitan dengan dimensi-dimensi dari minat berwirausaha berbasis *online* pada objek penelitian. Dapat dijelaskan dari tabel pertanyaan di atas, responden yang mengatakan berkeinginan menabung untuk keperluan usaha online 55.1% peserta didik, namun mengharapkan dapat memanfaatkan warisan untuk memulai usaha online 32.3%.

TABEL 1.5
SURVEY FAKTOR *SOCIOLOGICAL* PADA PESERTA DIDIK KELAS XI BDP DI SMKN KOTA BANDUNG

Pernyataan	Tanggapan%		
	Tidak	Cukup	Ya
18. Keinginan berbagi informasi dengan orang lain tentang usaha online	22.7	23.8	53.4

Yuni Gusminawati, 2023

PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA BERBASIS ONLINE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

19. Harapan membangun hubungan dengan orang lain tentang usaha online	21.5	23.8	54.5
20. Keinginan jaringan komunikasi usaha online nanti diperluas hingga luar negeri	22.7	23.3	53.9
21. Keinginan membentuk tim kerja sama dalam usaha online	20.4	17.6	61.9
22. Berharap adanya dorongan dari kedua orang tua untuk membuka usaha online	22.1	23.3	54.5
23. Keinginan dibantu oleh pihak keluarga dalam memecahkan suatu masalah	21	19.8	59
24. Keinginan menceritakan masalah usaha kepada keluarga	27.8	23.8	48.3
25. Harapan memiliki banyak pengalaman sebelum terjun ke lapangan usaha online	23.3	21	55.68

Sumber : Pengolahan data dari Pra Penelitian

Pada pra penelitian ini telah diajukan pertanyaan melalui wawancara singkat kepada 176 responden dari peserta didik kelas xi smkn kota bandung. Pertanyaan tersebut berkaitan dengan dimensi-dimensi dari minat berwirausaha berbasis *online* pada objek penelitian. Dapat dijelaskan dari tabel pertanyaan di atas, responden yang mengatakan berkeinginan membentuk tim kerja sama dalam usaha online 61.9% peserta didik, namun berkeinginan menceritakan masalah usaha kepada keluarga sebesar 27.8%.

Salah satu penyebab rendahnya minat berwirausaha dalam memanfaatkan teknologi disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya efikasi diri, lingkungan, penggunaan sosial media, pendidikan kewirausahaan, literasi keuangan dan literasi digital (F. dan A. B. Bayrakdaroglu, 2017; Hasanah et al., 2019; Mugiono et al., 2020; E. S. Rahayu & Laela, 2018). Adapun hasil wawancara dengan beberapa peserta didik kelas XI jurusan bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung menjadi sumber penelitian untuk mendapatkan informasi mengenai minat kewirausahaan berbasis *online*.

Temuan lain menunjukkan bahwa minat berwirausaha berbasis *online* pada kalangan mahasiswa dapat meningkat, penggunaan media sosial membuat jaringan sosial akan memudahkan mahasiswa dalam mencari informasi tentang dunia wirausaha secara luas seperti Instagram (Kurniawan, 2020). Fernández-Pérez, et al. (2015) menyatakan terdapat hubungan positif jaringan sosial terhadap minat kewirausahaan akademik (Pérez-Fernández et al., 2020). Menurut Lankshear &

Knobel (2008) literasi digital didefinisikan sebagai pengetahuan dan kecapakan
Yuni Gusminawati, 2023

PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA BERBASIS ONLINE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dalam menggunakan media digital dan alat-alat komunikasi berbasis elektronik untuk mencari, mengumpulkan, menyimpan, menggunakan, mengorganisasikan, mengolah, dan mendistribusikan informasi secara baik, bijak, cermat, bertata-krama, dan taat (Lankshear & Knobel, 2008a).

Literasi adalah seperangkat kemampuan dan keterampilan individu dalam membaca, menulis, berbicara, menghitung dan memecahkan masalah pada tingkat keahlian tertentu, sehingga literasi digital adalah seperangkat kemampuan dan keterampilan (Jumila et al., 2018; Utami, 2019). Memasuki era society 5.0 ada beberapa kompetensi yang harus dimiliki oleh setiap orang, untuk mempersiapkan diri dalam persaingan yang semakin ketat yaitu : 1) Leadership, 2) Language Skills, 3) IT Literacy, 4) Writing Skills (Polat & Erkollar, 2021).

Minat wirausaha memanfaatkan teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor dalam penelitian terdahulu yaitu efikasi diri, lingkungan, penggunaan sosial media, literasi keuangan dan literasi digital (F. dan A. B. Bayrakdaroglu, 2017; Hasanah et al., 2019; E. S. Rahayu & Laela, 2018).

Implementasi dari literasi digital terhadap minat berwirausaha berbasis *online* dapat memenuhi kebutuhan transmisi pengetahuan dan keterampilan ICT pada masyarakatnya karena jika tidak, negara tersebut dapat tertinggal dari perkembangan dan kemajuan pengetahuan ekonomi berbasis teknologi (Islami, 2019).

Berdasarkan uraian di atas, masalah yang menjadi fokus penelitian adalah Minat Berwirausaha berbasis *online*, maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Berbasis *Online* (Survei pada Peserta Didik Kelas XI Bisnis Daring & Pemasaran di SMKN Kota Bandung)**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penulisan pada latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, sebagai penyumbang angka pengangguran tertinggi SMK belum banyak mendukung Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menkop UKM) untuk membawa Indonesia menjadi negara maju, rasio kewirausahaan nasional harus terus ditingkatkan. Pasalnya, saat ini rasio kewirausahaan nasional baru 3,18%, masih tertinggal dibandingkan negara-negara lain di kawasan Asean. Di negara-negara maju, rasio kewirausahaan bahkan mencapai sekitar 12% sampai 14% (Herman, 2022).. Peserta didik akan terus menerus belajar demi mengembangkan bakat, karir serta minat. Berbagai upaya dilakukan mencari tahu minat siswa, sejumlah faktor telah diprediksi dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berkarir sebagai wirausaha, seperti keinginan untuk menjadi wirausaha (Lewandowski, 2015, Ertürk, 2017).

Lebih dari satu penelitian terdahulu berkaitan dengan permasalahan tersebut sehingga bisa diidentifikasi permasalahannya bahwa rendahnya rasa minat untuk usaha dipengaruhi oleh pengetahuan yang dipelajari peserta didik bisnis daring dan pemasaran (kewirausahaan) di sekolah. Hal ini kurang menumbuhkan keinginan untuk memulai wirausaha, karna peserta didik tidak yakin dengan pengetahuan mereka, kurang pula pelaksanaan praktek wirausaha di sekolah. Terbentuklah mindset bukan menjadi wirausaha (*job maker*).melainkan peserta didik setelah lulus sekolah fokuslah menjadi pekerja (*job seeker*)

Sehingga apabila tidak mampu mengembangkan diri dalam bidang teknologi sesuai dengan perkembangan permintaan masyarakat akan termarginalkan. Teknologi dan wirausaha memiliki kaitan erat dengan pertumbuhan ekonomi negara tertentu (Husna & Sofyan, 2019; Sujono et al., 2019). Berdasarkan latar belakang penelitian maka tema sentral dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Harapan peserta didik yang melaksanakan kegiatan wirausaha berbasis *online*, adanya keinginan dalam menjalankan bisnis *online*, namun secara dilapangan harapan tersebut kurang bisa tercapai dikarenakan minimnya pemahaman peserta didik jurusan bisnis daring dan pemasaran tentang literasi digital.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran literasi digital yang diukur melalui *functional skill and beyond, creativity, collaboration, communication, the ability to find and select information, critical thinking and evaluation, cultural and social understanding*, dan *e-safety* pada peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung
2. Bagaimana gambaran minat berwirausaha berbasis *online* pada peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung
3. Apakah terdapat pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha berbasis *online* pada peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha berbasis *online*, dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran literasi digital yang diukur melalui *functional skill and beyond, creativity, collaboration, communication, the ability to find and select information, critical thinking and evaluation, cultural and social understanding*, dan *e-safety* pada peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung
2. Untuk mengetahui gambaran minat berwirausaha berbasis *online* pada peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung
3. Seberapa besar pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha berbasis *online* pada peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran baik dari segi teoritis maupun praktis

1. Teoritis, Menjadi bahan pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian dengan teori-teori kewirausahaan yang relevan sehubungan dengan masalah yang teliti juga menambah bahan referensi dan bahan masukan bagi penelitian berikutnya.
2. Praktis
 - a. Bagi penulis, memperluas wawasan dan pengetahuan tentang faktor dominan apa saja yang dapat meningkatkan minat berwirausaha berbasis *online*.
 - b. Bagi lembaga pendidikan, penelitian ini diharapkan memberi informasi yang bermanfaat dalam meningkatkan minat berwirausaha berbasis online pada siswa.
 - c. Bagi siswa dapat digunakan sebagai perluasan pengetahuan dan keterampilan sebagai bahan pertimbangan dalam menambah pemahaman akan pentingnya minat untuk masa depan.
3. Kegunaan untuk Penelitian Selanjutnya
Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bahan kajian untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam ataupun dengan objek yang lebih luas.