

PERAN *DIGITAL LITERACY* DALAM MEMODERASI PENGARUH *PERCEIVED DESIRABILITY* DAN *PERCEIVED FEASIBILITY* TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA GENERASI Z DI KECAMATAN PETANG PADA ERA DIGITAL

Gusti Ayu Aghivirwiati¹ Ni Komang Triana Arisanti² Ni Kadek Rindi Antika³

Article history:

Submitted: 06 Mei 2024

Revised: 08 Juli 2024

Accepted: 03 September 2024

Keywords:

Perceived feasibility;
Perceived desirability;
Generation Z;
Digital Literacy;

Kata Kunci:

Perceived feasibility;
Perceived desirability;
Generasi Z;
Digital Literacy;

Correspondence:

Institut Teknologi dan Bisnis
Stikom Bali, Indonesia
Email: Aghivirwiati@stikom-bali.ac.id

Abstract

Entrepreneurial intention research includes theories that focus on predicting entrepreneurial behavior, such as the Theory of Entrepreneurial Events and the Theory of Planned Behavior. For example, perceived desirability and perceived feasibility are factors that influence entrepreneurial intentions. In this research, digital literacy is considered as a moderating factor that influences entrepreneurial intentions. Digital literacy involves different types of literacy and involves the ability to process information, communicate effectively, and use technology appropriately. This research seeks to fill the knowledge gaps that exist in the literature on entrepreneurship by adding the moderating factor of digital literacy. It is hoped that the results of this research will provide a deeper understanding of how factors such as perceived desirability, perceived feasibility, and digital literacy influence entrepreneurial intentions in the Generation Z context.

Abstrak

Penelitian intensi berwirausaha mencakup teori yang berfokus pada prediksi perilaku berwirausaha, seperti *Theory of Entrepreneurial Event* dan *Theory of Planned Behavior*. Sebagai contoh, *perceived desirability* dan *perceived feasibility* adalah faktor yang memengaruhi intensi berwirausaha. Dalam penelitian ini, *digital literasi* dianggap sebagai faktor moderasi yang memengaruhi intensi berwirausaha. *Digital literasi* melibatkan berbagai jenis literasi dan melibatkan kemampuan untuk memproses informasi, berkomunikasi efektif, dan menggunakan teknologi secara tepat. Penelitian ini berusaha untuk mengisi celah pengetahuan yang ada dalam literatur tentang kewirausahaan dengan menambahkan faktor moderasi *digital literasi*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana faktor-faktor seperti *perceived desirability*, *perceived feasibility*, dan *digital literasi* memengaruhi intensi berwirausaha dalam konteks Generasi Z.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin canggih memberikan dampak yang cukup besar pada seluruh aspek kehidupan di berbagai negara khususnya pada sektor perekonomian *digital*. Pesatnya perkembangan teknologi diimbangi dengan meluasnya jangkauan jaringan internet serta semakin meningkatnya kebutuhan akan transaksi keuangan menciptakan financing gap di masyarakat. Untuk mengatasi kesenjangan pembiayaan tersebut, muncul sebuah platform ekonomi digital yang dikenal sebagai Financial Technology (*Fintech*) (Francis & Hoefel, 2018). Kemunculan *fintech* di Indonesia sendiri diharapkan semakin mempermudah transaksi keuangan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan konsumtif dan produktifnya dengan cepat, mudah dan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja (Faccio *et al.*, 2024; Ghatak *et al.*, 2023). Konsep *fintech* yang memanfaatkan perkembangan teknologi *digital* dipadukan dengan layanan jasa keuangan diharapkan dapat menciptakan efisiensi dan modernisasi dalam proses transaksi keuangan. Saat ini, *fintech* telah mampu bersaing dengan layanan keuangan non *digital* dengan menawarkan layanan yang berpusat pada kemudahan akses bertransaksi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan internet. Kehadiran *fintech* juga diharapkan mampu mendorong kemampuan literasi *digital* masyarakat Indonesia. Pada tahun 2021, hasil pengukuran yang dilakukan Indeks Literasi *Digital* di Indonesia yang dilaksanakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika bekerja sama dengan Katadata Insight Center (KIC). Indeks Literasi *Digital* Masyarakat Indonesia tahun 2021 secara keseluruhan berada di angka 3.49 dari skala 1-5, naik dari pencapaian di tahun sebelumnya yaitu 3.46.

Kemampuan literasi *digital* masyarakat yang mulai menunjukkan peningkatan diharapkan dapat menambah pemahaman mengenai ketentuan penggunaan pinjaman *online* oleh masyarakat Indonesia terutama generasi milenial terkait pengelolaan keuangan sehari-hari generasi Z (Aulia *et al.*, 2021). Hasil penelitian Aditya & Mahyuni (2022) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan *fintech* karena masyarakat menganggap bahwa bertransaksi menggunakan teknologi finansial *digital* lebih cepat dan memudahkan generasi Z dibandingkan bertransaksi menggunakan uang tunai. Dalam hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa persepsi keamanan adalah hal yang penting dan perlu diperhatikan oleh penyedia layanan *fintech* agar terhindar dari perbuatan yang tidak bertanggung jawab dari oknum-oknum yang kerap memanipulasi dan menjual data pribadi pengguna (Dissanayake, 2013). Hasil penelitian (Setiawan *et al.*, 2020) mengungkapkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech* karena masyarakat cenderung masih cenderung konservatif dalam menggunakan layanan keuangan sehingga lebih baik bertransaksi dengan cara yang konvensional atau bertatap muka secara langsung. Berdasarkan penelitian tersebut masih mengindikasikan bahwa masih diperlukannya factor-faktor pendukung lainnya yang dapat mengembangkan hasil serta menganalisis minat generasi *milenial* dalam minat berwirausaha.

Generasi Z atau Gen Z atau iGen atau centennials, mengacu pada generasi yang lahir antara 1996-2010, setelah generasi milenium atau gen Y. Generasi Z telah dibesarkan oleh internet dan media sosial, sudah menjalani pendidikan tinggi di perguruan tinggi dan sebagian telah menyelesaikannya dan memasuki dunia kerja pada tahun 2020 (Marcu *et al.*, 2022; van Mol *et al.*, 2023). Generasi Z tumbuh dengan teknologi, internet, dan media sosial, yang terkadang menyebabkan generasi Z mendapatkan stereotip sebagai pecandu teknologi, anti-sosial, atau pejuang keadilan sosial (Business Insider, 2019). Konteks itu telah menghasilkan generasi hiper kognitif yang sangat nyaman dengan mengumpulkan banyak referensi sumber informasi serta mengintegrasikan pengalaman virtual dan offline (Francis & Hoefel, 2018).

Dua teori utama yang digunakan sebagai dasar oleh para peneliti untuk meneliti tentang intensi berwirausaha sebagai prediktor dari perilaku berwirausaha, yaitu: *The Entrepreneurial Event Theory*

(Shapero & Sokol, 1982) (dan the *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). Model Shapero dan Sokol dikembangkan atas dasar tiga elemen, yaitu *perceived desirability*, *perceived feasibility*, dan *propensity to act*. Krueger *et al.* (2000) melakukan penelitian dengan membandingkan antara *Theory Entrepreneurial Event* dan *Theory of Planned Behavior*.

Penelitian kewirausahaan berdasarkan *Theory of Entrepreneurial Event* (Shapero & Sokol, 1982) relatif belum banyak dilakukan dan dalam beberapa penelitian sebelumnya masih terdapat perbedaan hasil penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Drennan *et al.* (2005) dan Gaddam (2008) membuktikan bahwa *Perceived Desirability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wang *et al.* (2011) menyimpulkan bahwa *Perceived Desirability* tidak berpengaruh signifikan terhadap Intensi berwirausaha mahasiswa China dibandingkan dengan mahasiswa Amerika. Penelitian yang dilakukan oleh (Handaru *et al.*, 2014), Dissanayake (2013), Liñán (2008) dan Shook & Bratianu (2010) membuktikan bahwa *Perceived feasibility* berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Aulia *et al.* (2021) dan Liñán & Santos (2007) membuktikan bahwa *Perceived of Feasibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha.

Berdasarkan research gap yang ada, peneliti menambahkan *digital* literasi sebagai moderasi dan keterbaruan penelitian. Literasi *digital* melibatkan beberapa jenis literasi yaitu literasi IT, literasi informasi, literasi teknologi, literasi media, dan literasi visual yang memperoleh peran baru atau semakin penting dengan munculnya dari lingkungan *digital*. Literasi adalah kualitas yang lebih integratif terkait dengan penyebaran keterampilan dan kompetensi di konteks tugas atau masalah kehidupan nyata. Menjadi literat *digital* berarti dapat memproses berbagai informasi yang didapat, dapat berkomunikasi efektif dengan orang lain dalam berbagai bentuk. Dalam hal ini, bentuk yang dimaksud termasuk menciptakan, mengolah, mengkolaborasikan, mengomunikasikan, dan bekerja sesuai dengan aturan etika yang ada, dan memahami kapan dan bagaimana teknologi harus digunakan secara efektif untuk mencapai tujuan. Dalam hal ini mencakup kesadaran dan berpikir kritis terhadap berbagai dampak positif dan negatif yang mungkin terjadi akibat penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Literasi *digital* mencakup kecakapan (*life skills*) yang tidak hanya melibatkan kemampuan menggunakan perangkat teknologi, informasi, dan komunikasi, tetapi juga kemampuan bersosialisasi, kemampuan dalam pembelajaran, dan memiliki sikap, berpikir kritis, kreatif, serta inspiratif sebagai kompetensi *digital*. Berdasarkan latar belakang dan kajian teori diatas maka dapat dirumuskan hipotesis **H1: Digital literacy memoderasi pengaruh *perceived desirability* terhadap minat berwirausaha.**
H2: Digital literacy memoderasi pengaruh *perceived feasibility* terhadap minat berwirausaha

METODE PENELITIAN

Data pada penelitian ini adalah data primer. Penelitian ini dirancang untuk dapat menjelaskan, memahami, dan memprediksi tingkat ketergantungan antar variabel, dengan kata lain jenis penelitian ini bersifat asosiatif yaitu mengukur hubungan antara variabel riset atau menganalisis bagaimana pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Populasi pada penelitian ini adalah generasi Z di Kecamatan petang yang sudah memiliki handphone pribadi dan berusia minimal 17 tahun. Penelitian ini menggunakan 21 indikator, berdasarkan formulasi maka rentang sampel penelitian ukuran minimal 105 (21x5) dan maksimal 210 (21x10). Jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah rentang 105 hingga 210 responden.

Berdasarkan rumusan permasalahan dan hipotesis yang dikembangkan, maka dalam penelitian ini terdapat empat variabel, dimana variabel eksogen (X) adalah *Perceived desirability* (X1) dan *Perceived feasibility* (X2) dan variabel moderasi *digital literacy*(X3), variabel endogen (Y) yaitu minat *Peran Digital Literacy dalam Memoderasi Pengaruh Perceived Desirability dan Perceived Feasibility Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z di Kecamatan Petang Pada Era Digital*, Gusti Ayu Aghivirwiati, Ni Komang Triana Arisanti, Ni Kadek Rindi Antika

berwirausaha. Cara pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisioner. Kuesioner disebarikan secara online. Teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah statistik deskriptif dan statistik inferensial. Analisis statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini yakni analisis Partial least square (PLS) merupakan metode analisis yang powerfull karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak membutuhkan banyak asumsi dan ukuran sampel tidak harus besar (Ghozali & Latan, 2015, p. 18). PLS adalah analisis persamaan structural (SEM) berbasis varian, secara simultan dalam melakukan pengujian model pengukuran dan pengujian model structural.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini maka karakteristik responden penelitian ini menunjukkan responden laki-laki lebih mendominasi yaitu sebesar 55.4 persen dibandingkan dengan responden perempuan sebesar 47.6 persen. Berdasarkan kelompok usia responden berusia 18 dan 22 tahun memiliki persentase tertinggi, yaitu sebesar 15.2 persen. Dilihat dari tingkat pendidikan terakhir responden, dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan sarjana memiliki persentase tertinggi sebesar 39 persen. Berdasarkan jenis pekerjaan diperoleh data bahwa kelompok siswa / mahasiswa memiliki persentase tertinggi sebesar 45,7 persen. Uji validitas dapat dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor item instrument dengan skor total seluruh item pernyataan. Jika kolrelasi antara masing-masing skor butir pernyataan terhadap total skor butir-butir pernyataan menunjukkan nilai koefisien korelasinya $\geq 0,3$ maka masing-masing butir pernyataan tersebut dikatakan valid (Sugiyono, 2012, p. 178). Berdasarkan atas uji validitas menunjukkan 13 indikator yang digunakan memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0,3 sehingga keseluruhan indikator yang digunakan dinyatakan valid.

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas Instrumen

No	Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	<i>Perceived desirability</i> (X1)	X1.1	0,623	Valid
		X1.2	0,696	Valid
		X1.3	0,834	Valid
		X1.4	0,680	Valid
		X1.5	0,678	Valid
2	<i>Perceived feasibility</i> (X2)	X2.1	0,893	Valid
		X2.2	0,851	Valid
		X2.3	0,629	Valid
		X2.4	0,718	Valid
4	<i>Digital Literacy</i> (X3)	X3.1	0,705	Valid
		X3.2	0,729	Valid
		X3.3	0,754	Valid
		X3.4	0,870	Valid
		X3.5	0,876	Valid
		X3.6	0,873	Valid
		X3.7	0,986	Valid
		X3.8	0865	Valid
5	Minat Berwirausaha (Y)	Y.1	0,873	Valid
		Y.2	0,919	Valid
		Y.3	0,850	Valid
		Y.4	0,866	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Pengujian reliabilitas atau keandalan instrument menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Instrumen yang reliable adalah instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data atau jawaban yang sama pula. Instrumen dikatakan handal apabila memiliki cronbach alpha $\geq 0,60$ (Sugiyono, 2023, p. 172).

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Perceived desirability (X1)	0,749	Reliabel
Perceived feasibility (X2)	0,788	Reliabel
Digital Literacy (X3)	0,761	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	0,771	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 2 menunjukkan nilai masing-masing cronbach's alpha lebih besar dari 0,60 sehingga seluruh instrumen penelitian dikatakan reliabel. Berdasarkan hasil output Warp-PLS maka didapat hasil dari APC, ARS, dan AVIF pada Tabel 3. Berdasarkan hasil dari ketiga indikator model fit (Tabel 3), dapat dikatakan hasil dari penelitian ini dapat diterima karena sudah memenuhi kriteria goodness of fit.

Tabel 3.
Goodness of Fit

Model fit	Indeks	p-value	Kriteria	Keterangan
Average path coefficient (APC)	0.220	P<0.001	P<0.050	Diterima
Average R-Squared (ARS)	0.558	P<0.001	P<0.050	Diterima
Average Block Variance Inflation Factor (AVIF)	1.321		< 5	Diterima

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4.
Hubungan Koefisien Antar Variabel

			Path coefficients	P values
Digital Literacy*Perceived desirability	□	Minat berwirausaha	0,523	0,001*
Digital Literacy*Perceived feasibility	□	Minat berwirausaha	0,424	0,001*

Sumber: Data diolah, 2024

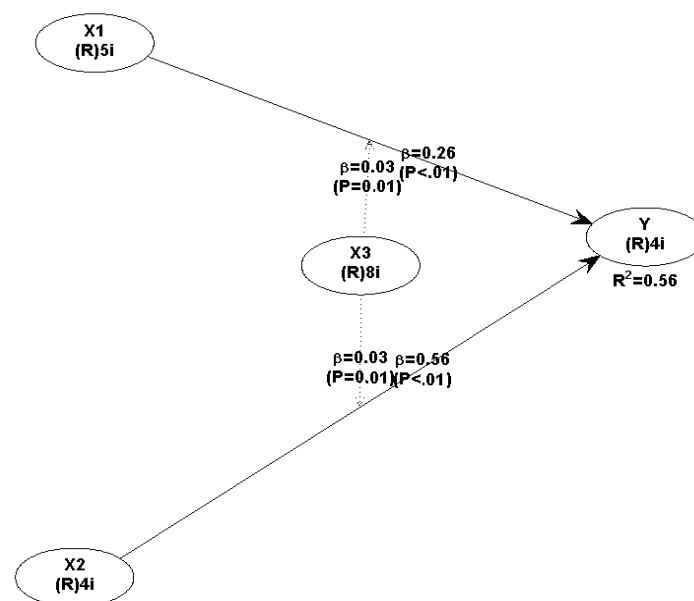
Tingkat signifikansi *0.05

Tabel 5.
Hasil Output Latent Variable Coefficients

	PD	PF	DL	M
R-squared coefficients				0,558
Composite reliability coefficients	0.963	0.964	0.969	0.962
Cronbach's alpha coefficients	0.951	0.948	0.963	0.946
Average variances extracted	0.841	0.869	0.794	0.866
Full collinearity VIFs	1.334	1.765	1.177	1.743
Q-squared coefficients				0.562

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan data tersebut nilai dari R-squared konstruk minat berwirausaha sebesar 0,558 menunjukkan bahwa variansi minat berwirausaha dapat dijelaskan sebesar 55,8% oleh variansi *Perceived desirability* dan *Perceived feasibility*. Reliabilitas instrumen penelitian diukur menggunakan dua ukuran yaitu composite reliability dan *cronbach's alpha*. Berdasarkan data tersebut, masing-masing indikator telah memenuhi ukuran dari composite reliability dan *cronbach's alpha* yaitu $>0,70$. *Average variance extracted* (AVE) untuk masing-masing indikator sudah lebih dari 0,50, maka dapat dikatakan keempat konstruk telah memenuhi kriteria *convergent validity*. *Full collinearity* VIF merupakan hasil pengujian kolinearitas penuh yang meliputi multikolinearitas vertikal dan lateral. Berdasarkan data tersebut nilai dari *full collinearity* VIF untuk masing-masing indikator sudah kurang dari 3,3, maka data dinyatakan bebas dari masalah kolinearitas vertikal, lateral dan common method bias. *Q-squared* merupakan hasil pengujian validitas prediktif dan nilainya harus lebih besar daripada nol.



Sumber: Data diolah, 2024

Gambar 1.
Hasil Pengujian Model

Peran *digital literacy* dalam memoderasi pengaruh *perceived desirability* terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kecamatan Petang, Bali, adalah krusial. *Digital literacy*, atau kemampuan untuk menggunakan teknologi *digital* dengan efektif, memainkan peran penting dalam menguatkan hubungan antara *perceived desirability* (persepsi tentang keinginan menjadi wirausaha) dan minat berwirausaha (Yeganeh *et al.*, 2022; Zhou *et al.*, 2024). Tingkat *digital literacy* yang tinggi memberikan akses yang lebih baik ke berbagai informasi dan sumber daya terkait wirausaha. Generasi Z yang mahir secara *digital* dapat dengan cepat mencari dan mengevaluasi informasi tentang peluang bisnis, strategi pemasaran, dan sumber daya pendukung lainnya, yang dapat meningkatkan persepsi generasi Z tentang keinginan menjadi wirausaha (Davis *et al.*, 2020; Engdahl *et al.*, 2021). *Digital literacy* memungkinkan Generasi Z untuk menggunakan berbagai alat dan platform *digital* untuk mengembangkan dan menguji ide bisnis generasi Z (Liu *et al.*, 2021; Silva *et al.*, 2024; Tran *et al.*, 2020).

Generasi Z dapat menggunakan internet dan perangkat lunak khusus untuk merancang, menguji, dan mengembangkan konsep bisnis generasi Z, meningkatkan keyakinan generasi Z tentang ketercapaian dalam berwirausaha. Kemampuan *digital* yang baik memfasilitasi pembentukan dan

pengelolaan jaringan bisnis yang kuat. Generasi Z yang mahir secara *digital* dapat memanfaatkan media sosial, forum online, dan platform lainnya untuk terhubung dengan sesama wirausahawan, investor potensial, dan mentor, yang dapat memberikan dukungan, masukan, dan kesempatan kolaborasi (Bevens *et al.*, 2022; De Kimpe *et al.*, 2022; Udayani, 2021; Yap *et al.*, 2022). Dengan *digital literacy* yang tinggi, Generasi Z dapat menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis generasi Z (Guillari *et al.*, 2024; Shukla *et al.*, 2021; Zhang & Liu, 2022).

Generasi Z dapat memanfaatkan aplikasi, perangkat lunak, dan alat lainnya untuk mengelola inventaris, melayani pelanggan, memasarkan produk atau layanan, dan mengelola aspek lain dari operasi bisnis generasi Z, yang semuanya dapat meningkatkan persepsi tentang keinginan menjadi wirausaha. Akhirnya, *digital literacy* dapat meningkatkan kepercayaan diri Generasi Z dalam kemampuan generasi Z untuk berhasil sebagai wirausahawan. Dengan menguasai teknologi, generasi Z merasa lebih siap untuk menghadapi tantangan dan mengatasi hambatan dalam memulai dan menjalankan bisnis generasi Z sendiri, yang pada gilirannya meningkatkan *perceived desirability* dan minat berwirausaha. Dengan demikian, *digital literacy* berperan sebagai moderator yang kuat dalam hubungan antara *perceived desirability* dan minat berwirausaha Generasi Z di Kecamatan Petang, Bali. Melalui peningkatan akses ke informasi, koneksi, dan kemampuan untuk menggunakan teknologi dalam bisnis, *digital literacy* memberikan fondasi yang kokoh bagi Generasi Z untuk merasa termotivasi dan percaya diri dalam mengejar impian wirausaha generasi Z.

Peran *digital literacy* dalam memoderasi pengaruh *perceived feasibility* terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kecamatan Petang, Bali, adalah penting. *Digital literacy*, kemampuan untuk menggunakan teknologi *digital* secara efektif, memengaruhi cara individu mengevaluasi ketercapaian dalam berwirausaha. *Digital literacy* memungkinkan Generasi Z untuk mengakses berbagai informasi dan sumber daya terkait wirausaha. Dengan demikian, *digital literacy* meningkatkan kemungkinan bahwa Generasi Z akan merasa bahwa wirausaha adalah sesuatu yang dapat generasi Z capai. Generasi Z yang mahir secara *digital* dapat menggunakan berbagai alat dan platform online untuk melakukan riset pasar, menguji konsep produk, dan mengembangkan rencana bisnis. Dengan kemampuan ini, generasi Z dapat lebih objektif dalam mengevaluasi kelayakan dan potensi keberhasilan bisnis generasi Z, yang pada gilirannya mempengaruhi *perceived feasibility* dan minat berwirausaha (Primario *et al.*, 2024). *Digital literacy* memungkinkan Generasi Z untuk membangun dan memperluas jaringan bisnis generasi Z secara online. Melalui media sosial dan platform profesional, generasi Z dapat terhubung dengan sesama wirausahawan, mentor, dan investor potensial (Pukkinen *et al.*, 2024). Jaringan yang kuat dapat memberikan dukungan, masukan, dan peluang kolaborasi yang dapat meningkatkan persepsi tentang ketercapaian dalam berwirausaha.

Digital literacy memungkinkan Generasi Z untuk menggunakan teknologi sebagai alat untuk mengatasi hambatan dalam berwirausaha (Simbeko *et al.*, 2023). Generasi Z dapat memanfaatkan aplikasi, perangkat lunak, dan alat *digital* lainnya untuk mengelola keuangan, melacak inventaris, dan melakukan tugas-tugas administratif lainnya dengan lebih efisien (Hershmann *et al.*, 2023). Dengan menguasai teknologi ini, generasi Z mungkin merasa lebih yakin dalam kemampuan generasi Z untuk mengatasi tantangan yang terkait dengan memulai dan menjalankan bisnis. *Digital literacy* memungkinkan Generasi Z untuk mengakses sumber daya pendidikan dan pelatihan secara online. Generasi Z dapat mengikuti kursus, webinar, dan materi pembelajaran *digital* lainnya yang membantu generasi Z memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk sukses dalam berwirausaha (Soomro & Shah, 2022). Dengan demikian, *digital literacy* tidak hanya memfasilitasi akses ke informasi, tetapi juga meningkatkan kemampuan untuk memanfaatkan informasi tersebut dengan baik (Keeratvutisest & Promsiri, 2021). Dengan demikian, *digital literacy* memainkan peran penting dalam memoderasi pengaruh *perceived feasibility* terhadap minat berwirausaha Generasi Z di

Kecamatan Petang, Bali. Dengan meningkatkan akses ke informasi, koneksi, dan sumber daya online, serta memberikan keterampilan yang diperlukan untuk mengatasi hambatan, *digital literacy* membantu membentuk persepsi yang lebih positif tentang ketercapaian dalam berwirausaha, yang pada gilirannya mendorong minat dan keterlibatan dalam aktivitas wirausaha (Andrade-Valbuena *et al.*, 2024).

SIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, peran *digital literacy* dalam konteks Generasi Z di Kecamatan Petang, Bali, memiliki dampak yang signifikan dalam memoderasi hubungan antara *perceived desirability* dan *perceived feasibility* terhadap minat berwirausaha. *Digital literacy*, yang mencakup kemampuan untuk menggunakan teknologi *digital* secara efektif, memainkan peran penting dalam memfasilitasi akses terhadap informasi, sumber daya, dan pelatihan yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan bisnis. Dengan *digital literacy* yang tinggi, Generasi Z memiliki akses yang lebih besar ke informasi tentang peluang bisnis, strategi pemasaran, dan dukungan yang tersedia. Generasi Z juga dapat menggunakan teknologi untuk mengembangkan ide bisnis, membangun jaringan, dan mengatasi hambatan yang terkait dengan berwirausaha. Dengan demikian, *digital literacy* membantu memperkuat persepsi tentang ketercapaian dan keinginan menjadi wirausaha (*perceived desirability*), serta meningkatkan keyakinan akan kemungkinan keberhasilan dalam berwirausaha (*perceived feasibility*). Sebagai hasilnya, Generasi Z yang memiliki tingkat *digital literacy* yang tinggi cenderung lebih termotivasi dan percaya diri dalam mengejar impian wirausaha generasi Z. Generasi Z merasa lebih siap untuk menghadapi tantangan dan mengambil peluang yang ada dalam lingkungan bisnis yang didorong oleh teknologi. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan *digital literacy* di kalangan Generasi Z dapat berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal dan inovasi di Kecamatan Petang, Bali, serta mendorong terciptanya lebih banyak peluang bisnis yang berkelanjutan dan inklusif.

Terdapat beragam saran penelitian yang dapat dijalankan untuk memperdalam pemahaman tentang hubungan antara Generasi Z, *digital literacy*, dan minat berwirausaha di Kecamatan Petang, Bali. Salah satu saran adalah melakukan studi kualitatif mendalam yang melibatkan wirausahawan Generasi Z di wilayah tersebut. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman generasi Z dalam memulai dan menjalankan bisnis, sambil memperhatikan bagaimana *digital literacy* memainkan peran penting dalam keseluruhan proses. Selain itu, survei tentang tingkat *digital literacy* dan minat berwirausaha dapat dilakukan di antara Generasi Z di Kecamatan Petang. Dengan demikian, data yang terkumpul dapat memberikan gambaran yang lebih luas tentang sejauh mana *digital literacy* mempengaruhi minat generasi Z dalam menjalankan bisnis. Analisis konten media sosial juga dapat menjadi sarana yang berguna untuk memahami bagaimana Generasi Z berinteraksi dengan topik-topik terkait wirausaha dan teknologi di platform online. Dengan memeriksa preferensi, kebutuhan, dan aspirasi generasi Z, penelitian semacam ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang dinamika antara wirausaha dan *digital literacy* di kalangan Generasi Z. Melalui penelitian komparatif antara Generasi Z di Kecamatan Petang dengan daerah lain yang memiliki karakteristik demografis, sosial, dan ekonomi yang berbeda, kita bisa mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor kontekstual yang memengaruhi hubungan tersebut. Terakhir, pengembangan program pendidikan dan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan *digital literacy* dan minat berwirausaha di kalangan Generasi Z dapat dijalankan melalui penelitian aksi. Dengan mengembangkan, menerapkan, dan mengevaluasi program semacam ini, akan terlihat potensi untuk meningkatkan keterampilan dan minat wirausaha generasi Z secara signifikan. Dengan melakukan penelitian sesuai dengan saran-saran di atas, akan ada kontribusi yang signifikan dalam pemahaman

lebih lanjut tentang bagaimana *digital literacy* memengaruhi minat berwirausaha Generasi Z di Kecamatan Petang, Bali, serta potensi untuk mengembangkan intervensi yang lebih efektif dalam meningkatkan partisipasi generasi Z dalam dunia bisnis.

REFERENSI

- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *Forum Ekonomi*, 24(2), 245–258. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10330>
- Andrade-Valbuena, N. A., Sergio Olavarrieta, S., & Juan Pablo Torres, C. (2024). Perception of hypotheticality in technology-based business ideas: effects on Opportunity Beliefs from a Construal Level Theory perspective. *Frontiers in Psychology*, 15, 1404726.
- Aulia, N. A., Hasan, M., Dinar, M., Ahmad, M. I. S., & Supatminingsih, T. (2021). Bagaimana Literasi Kewirausahaan dan Literasi *Digital* Berpengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian? *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 2(1), 110–126.
- Bevens, W., Weiland, T. J., Gray, K., Neate, S. L., Nag, N., Simpson-Yap, S., Reece, J., Yu, M., & Jelinek, G. A. (2022). The Feasibility of a Web-Based Educational Lifestyle Program for People With Multiple Sclerosis: A Randomized Controlled Trial. *Frontiers in Public Health*, 10, 852214. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.852214>
- Business Insider. (2019). *Generation Z: Latest Characteristics, Research, and Facts*. <https://www.businessinsider.com/generation-z?IR=T>
- Davis, A. C., Wright, C. J. C., Murphy, S., Dietze, P., Temple-Smith, M. J., Hellard, M. E., & Lim, M. S. C. (2020). A *digital* pornography literacy resource co-designed with vulnerable young people: Development of “The Gist.” *Journal of Medical Internet Research*, 22(6), e15964. <https://doi.org/10.2196/15964>
- De Kimpe, L., Walrave, M., Verdegem, P., & Ponnet, K. (2022). What we think we know about cybersecurity: an investigation of the relationship between perceived knowledge, internet trust, and protection motivation in a cybercrime context. *Behaviour and Information Technology*, 41(8), 1796–1808. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2021.1905066>
- Engdahl, P., Svedberg, P., & Bejerholm, U. (2021). Acceptability of a *digital* return-to-work intervention for common mental disorders: a qualitative study on service user perspectives. *BMC Psychiatry*, 21(1), 384. <https://doi.org/10.1186/s12888-021-03386-w>
- Faccio, E., Reggiani, M., Rocelli, M., & Cipolletta, S. (2024). Issues Related to the Use of Visual Social Networks and Perceived Usefulness of Social Media Literacy During the Recovery Phase: Qualitative Research Among Girls With Eating Disorders. *Journal of Medical Internet Research*, 26, e53334.
- Ghatak, A., Chatterjee, S., & Bhowmick, B. (2023). Intention Towards *Digital* Social Entrepreneurship: An Integrated Model. *Journal of Social Entrepreneurship*, 14(2), 131–151. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1826563>
- Guillari, A., Sansone, V., Giordano, V., Catone, M., & Rea, T. (2024). Assessing *digital* health knowledge, attitudes and practices among nurses in Naples: a survey study protocol. *BMJ Open*, 14(6), e081721.
- Hershmann, T. E., Yuan, J., Follmer, J., Kale, U., & White, C. (2023). The Impacts of a Blended Entrepreneurship Course on Secondary Students’ Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 6(2), 359–379. <https://doi.org/10.1177/25151274221108433>
- Keerativutisest, V., & Promsiri, T. (2021). Financial Feasibility Canvas (Ffc): Extending The Business Model Canvas As A Method To Teach Financial Feasibility Study In Entrepreneurial Finance. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27, 1–14.
- Liu, H. X., Chow, B. C., Liang, W., Hassel, H., & Huang, Y. J. W. (2021). Measuring a broad spectrum of ehealth skills in the web 3.0 context using an eHealth literacy scale: Development and validation study. *Journal of Medical Internet Research*, 23(7), e31627. <https://doi.org/10.2196/31627>
- Marcu, G., Ondersma, S. J., Spiller, A. N., Broderick, B. M., Kadri, R., & Buis, L. R. (2022). The Perceived Benefits of *Digital* Interventions for Behavioral Health: Qualitative Interview Study. *Journal of Medical Internet Research*, 24(3), e34300. <https://doi.org/10.2196/34300>
- Primario, S., Rippa, P., & Secundo, G. (2024). Rethinking Entrepreneurial Education: The Role of *Digital* Technologies to Assess Entrepreneurial Self-Efficacy and Intention of STEM Students. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 2829–2842. <https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3199709>
- Pukkinen, T., Hytti, U., Heinonen, J., & Stenholm, P. (2024). Curricular and Extracurricular Entrepreneurial Activities Supporting Entrepreneurial Self-Efficacy and Desirability of Rural Youth. *Entrepreneurship*
-
- Peran Digital Literacy dalam Memoderasi Pengaruh Perceived Desirability dan Perceived Feasibility Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z di Kecamatan Petang Pada Era Digital, Gusti Ayu Aghivirwiati, Ni Komang Triana Arisanti, Ni Kadek Rindi Antika*

- Education and Pedagogy*, 7(3), 315–346. <https://doi.org/10.1177/25151274231190806>
- Setiawan, A., Rofingaton, S., & Patma, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan Financial Teknologi (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 15(2), 35–48. <https://doi.org/10.52062/jakd.v15i2.1623>
- Shukla, A., Kushwah, P., Jain, E., & Sharma, S. K. (2021). Role of ICT in emancipation of digital entrepreneurship among new generation women. *Journal of Enterprising Communities*, 15(1), 137-154. <https://doi.org/10.1108/JEC-04-2020-0071>
- Silva, D. E., Chen, C., & Zhu, Y. (2024). Facets of algorithmic literacy: Information, experience, and individual factors predict attitudes toward algorithmic systems. *New Media and Society*, 26(5), 2992–3017. <https://doi.org/10.1177/14614448221098042>
- Simbeko, G., Nguetzet, P. M. D., Sekabira, H., Yami, M., Masirika, S. A., Bheenick, K., Bugandwa, D., Nyamuhirwa, D. M. A., Mignouna, J., Bamba, Z., & Manyong, V. (2023). Entrepreneurial Potential and Agribusiness Desirability among Youths in South Kivu, Democratic Republic of the Congo. *Sustainability (Switzerland)*, 15(1), 873. <https://doi.org/10.3390/su15010873>
- Soomro, B. A., & Shah, N. (2022). Entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, need for achievement and entrepreneurial intention among commerce students in Pakistan. *Education and Training*, 64(1), 107–125. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2021-0023>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Studi Kasus (Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Tran, C., Dicker, A., Leiby, B., Gressen, E., Williams, N., & Jim, H. (2020). Utilizing digital health to collect electronic patient-reported outcomes in prostate cancer: Single-arm pilot trial. *Journal of Medical Internet Research*, 22(3), e12689. <https://doi.org/10.2196/12689>
- Udayani, N. M. S. (2021). Edukasi Pemanfaatan Internet Untuk Wirausaha Online Di Lembaga Pemasarakatan Sebagai Strategi Penyaluran Keterampilan Narapidana di Tengah Pandemi Covid-19. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(12), 1–8.
- van Mol, M. M. C., Tummers, N., Leerentveld, C., Tieben, R., & Buise, M. (2023). The usability of a digital diary from the perspectives of intensive care patients' relatives: A pilot study. *Nursing in Critical Care*. <https://doi.org/10.1111/nicc.12990>
- Yap, Y. Y., Tan, S. H., Tan, S. K., & Choon, S. W. (2022). Integrating the capability approach and technology acceptance model to explain the elderly's use intention of online grocery shopping. *Telematics and Informatics*, 72, 101842. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101842>
- Yeganeh, L., Boyle, J. A., Johnston-Ataata, K., Flore, J., Hickey, M., Kokanović, R., Teede, H., & Vincent, A. J. (2022). Positive impact of a co-designed digital resource for women with early menopause. *Menopause*, 29(6), 671–679. <https://doi.org/10.1097/GME.0000000000001972>
- Zhang, Y., & Liu, G. (2022). Revisiting informal digital learning of English (IDLE): a structural equation modeling approach in a university EFL context. *Computer Assisted Language Learning*, 1–33. <https://doi.org/10.1080/09588221.2022.2134424>
- Zhou, D., Zha, F., Qiu, W., & Zhang, X. (2024). Does digital literacy reduce the risk of returning to poverty? Evidence from China. *Telecommunications Policy*, 24(6), 102768. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2024.102768>