

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan yang cukup besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan ekonomi. Kemajuan teknologi ini mendorong terjadinya pergeseran dari model bisnis tradisional menuju model bisnis yang berbasis digital. Pergeseran tersebut membuka peluang yang lebih luas bagi masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi produktif, termasuk kewirausahaan, tanpa dibatasi oleh jarak maupun modal yang besar.

Dalam perspektif Islam, semangat berwirausaha sesungguhnya sejalan dengan anjuran untuk mencari karunia Allah melalui usaha yang produktif. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Jumu'ah (62): 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ
Fa iżā quḍiyatiṣ-ṣalātu fantasyirū fil-arḍi wabtagu min faḍlillāhi waẓkurullāha kaṣīral la'allakum tuflihūn.

Artinya: Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.²

Ayat ini memerintahkan umat untuk bertebaran di muka bumi mencari karunia-Nya melalui usaha yang halal setelah menunaikan kewajiban ibadah. Islam juga menempatkan perniagaan (*tijarah*) sebagai salah satu jalan mencari rezeki yang dianjurkan, selama dilandasi prinsip kejujuran dan kerelaan antar pihak, sebagaimana disebutkan dalam QS. An-Nisa (4): 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

² Ibid., Al-Qur'an. Al-Jumu'ah (62), 10

Yā ayyuhallazīna āmanū lā ta'kulū amwālakum bainakum bil-bāṭili illā an takūna tijāratan 'an tarāḍim mingkum, wa lā taqtulū anfusakum, innallāha kāna bikum raḥīmā.

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.³

Nilai-nilai ini relevan dengan konteks Generasi Z sebagai generasi muda muslim yang dituntut tidak hanya adaptif secara teknologi, tetapi juga memiliki orientasi kerja dan usaha yang bernilai ibadah. Dengan demikian, penguatan minat berwirausaha pada Generasi Z, termasuk di Kabupaten Tulungagung sebagai daerah yang kental dengan nilai-nilai keislaman, juga dapat dipandang sebagai bagian dari ikhtiar mewujudkan kemandirian ekonomi umat.

Di tengah perkembangan ini, terdapat satu kelompok generasi yang dinilai paling siap untuk beradaptasi, yaitu Generasi Z. Generasi Z adalah kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012, yang sejak kecil sudah akrab dengan teknologi digital, internet, dan media sosial.⁴ Berbeda dengan generasi sebelumnya, Generasi Z tidak perlu melalui proses adaptasi yang panjang terhadap teknologi karena teknologi sudah menjadi bagian dari keseharian mereka sejak dini. Mereka terbiasa mencari informasi secara mandiri, berkomunikasi melalui platform digital, dan merespons perubahan dengan cepat. Karakteristik inilah yang menjadikan Generasi Z memiliki potensi lebih besar dibandingkan generasi lainnya untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana berwirausaha.

Kemampuan Generasi Z dalam beradaptasi dengan teknologi sesungguhnya membuka peluang yang cukup besar untuk terlibat dalam dunia wirausaha. Generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan yang cepat berubah dan penuh persaingan cenderung terpapar pada nilai-nilai inovasi dan kemandirian

³ Ibid., Al-Qur'an. An-Nisa (4): 29

⁴ Cindy Nurlaila et al., "*Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet*," Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi, Vol. 1, No. 6 (2024), 96

sejak dini. Dukungan dari keluarga atau teman sebaya yang memiliki orientasi wirausaha, misalnya, dapat mendorong tumbuhnya ketertarikan untuk mencoba membuka usaha sendiri. Kemampuan dalam mengakses dan memanfaatkan informasi digital secara efektif yang sering disebut sebagai literasi digital memungkinkan Generasi Z untuk mengenali peluang usaha berbasis teknologi dengan lebih mudah. Tidak kalah penting, keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri atau yang dikenal sebagai efikasi diri (*self-efficacy*) turut menentukan seberapa jauh seseorang berani untuk mengambil langkah memulai usaha meskipun menghadapi ketidakpastian. Ketiga faktor tersebut, literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan sosial secara bersama-sama membentuk kecenderungan atau minat Generasi Z untuk berwirausaha di era digital. Penelitian ini secara khusus difokuskan pada minat berwirausaha sebagai kecenderungan psikologis pada tahap pra-perilaku (*intention*), bukan pada keputusan atau tindakan kewirausahaan yang sesungguhnya (*actual entrepreneurial behavior*), karena minat merupakan prediktor awal yang paling relevan untuk memahami proses terbentuknya orientasi wirausaha sebelum individu benar-benar merealisasikan usahanya.

Kemampuan adaptasi digital Generasi Z yang tinggi tersebut, pada kenyataannya, belum sepenuhnya sejalan dengan tingginya minat berwirausaha di kalangan generasi muda. Data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) mencatat bahwa Generasi Z merupakan kelompok pengguna internet terbesar di Indonesia dengan kontribusi sebesar 25,54% dari total pengguna internet nasional.⁵ Kondisi ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki keterlibatan yang sangat besar dalam ekosistem digital dibandingkan kelompok generasi lainnya. Tingginya akses dan keterlibatan digital tersebut belum secara otomatis mendorong tumbuhnya orientasi kewirausahaan. Data Kemenko PMK mencatat bahwa baru sekitar 35,5% pemuda Indonesia usia 15-35 tahun yang berkeinginan menjadi pengusaha, angka yang menunjukkan bahwa mayoritas

⁵ Rita Puspita Sari, "Pengguna Internet RI 2025 Tembus 229,4 Juta, Generasi Z Mendominasi," Cloud Computing Indonesia, 12 Agustus 2025, diakses 27 Oktober 2025, pukul 08.20, dari <https://www.cloudcomputing.id/berita/pengguna-internet-ri-2025-229-4-juta>

pemuda Indonesia, termasuk Generasi Z, belum memiliki orientasi kuat ke arah kewirausahaan meskipun memiliki akses digital yang sangat besar.⁶ Kondisi ini memperlihatkan bahwa akses digital saja tidak cukup untuk mendorong minat berwirausaha, sehingga diperlukan kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain yang berperan dalam membentuk minat tersebut.

Untuk memahami faktor-faktor yang membentuk minat berwirausaha, penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Icek Ajzen sebagai landasan konseptual. TPB menjelaskan bahwa minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga hal, yaitu sikap terhadap perilaku tersebut, pengaruh dari lingkungan sosial sekitar, serta keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk melakukan tindakan itu.⁷ Ketiga hal ini secara konseptual berkaitan erat dengan variabel yang dikaji dalam penelitian ini.

Literasi digital berkaitan dengan pembentukan sikap positif terhadap peluang kewirausahaan. Individu yang memiliki kemampuan yang baik dalam mengakses, memahami, dan memanfaatkan informasi digital cenderung lebih mudah mengenali peluang usaha serta lebih terbuka terhadap inovasi bisnis berbasis teknologi.⁸ Penelitian Jannah dan Wihara serta Ferine et al menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha Generasi Z.⁹ Efikasi diri (*Self-efficacy*) berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menghadapi berbagai tantangan dan risiko dalam berwirausaha. Seseorang yang memiliki efikasi diri

⁶ Kemenko PMK, "Kewirausahaan Pemuda Berperan untuk Wujudkan Indonesia Maju," [Kemenkopmk.go.id](https://www.kemenkopmk.go.id), 13 November 2023, diakses 27 Oktober 2025, pukul 13.52, dari <https://www.kemenkopmk.go.id/kewirausahaan-pemuda-berperan-untuk-wujudkan-indonesia-maju>

⁷ Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50 (1991), 182-183

⁸ Olivia Sembiring et al., "Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan," *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, Vol. 9, No. 1 (2026), 146

⁹ Raudotul Jannah dan Dhiyan Septa Wihara, "The Influence of Digital Literacy, Social Environment, and Self-Efficacy on Digital Entrepreneurial Intention among Generation Z," *Neraca Manajemen, Ekonomi*, Vol. 25, No. 5 (2026), 11–12; Kiki Farida Ferine et al., "Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Generasi Z Dalam E-Business," *Edunomika*, Vol. 8, No. 2 (2024), 1

yang tinggi cenderung lebih berani dalam mengambil keputusan dan tidak mudah menyerah ketika menghadapi hambatan.¹⁰ Robbani et al dan Hanim et al membuktikan bahwa efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan Generasi Z.¹¹ Sementara itu, lingkungan sosial yang mencakup dukungan keluarga, teman sebaya, maupun komunitas sekitar memberikan pengaruh normatif terhadap pilihan dan keputusan individu.¹² Ketika seseorang merasa didukung oleh lingkungannya untuk berwirausaha, maka kecenderungan untuk memilih jalur tersebut akan semakin kuat. Penelitian Jannah dan Wihara serta Ferine et al menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, meskipun Robbani et al menemukan hasil yang berbeda di mana lingkungan sosial tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.¹³

Perbedaan hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh ketiga faktor ini terhadap minat berwirausaha kemungkinan besar dipengaruhi oleh konteks dan karakteristik wilayah yang berbeda-beda. Sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada mahasiswa di perguruan tinggi atau wilayah perkotaan tertentu, sehingga belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji Generasi Z pada konteks daerah tingkat kabupaten seperti Kabupaten Tulungagung. Padahal, karakteristik sosial, perkembangan ekonomi daerah, serta akses digital di setiap wilayah dapat memengaruhi minat berwirausaha secara berbeda. Penelitian mengenai pengaruh literasi digital,

¹⁰ Dewi Purwaningsih et al., "Pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *Research and Development Journal of Education*, Vol. 9, No. 2 (2023), 1195

¹¹ Mochammad Burhanuddin Robbani et al., "The Influence of Digital Literacy, Self-Efficacy, and Social Environment on the Intention to Become an Entrepreneur among Gen-Z in Coastal Areas," *Journal of Educational Management Research*, Vol. 4, No. 2 (2025), 424; Fadia Hanim et al., "Pengaruh Literasi Digital, Self Efficacy, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa FEB UNISMA)," *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 14, No. 1 (2025), 1063

¹² Syamsudin Bahri dan Novi Trisnawati, "Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha melalui Pendidikan Kewirausahaan pada Siswa SMKN 10 Surabaya," *Journal of Office Administration: Education and Practice*, Vol. 1, No. 2 (2021), 270

¹³ Jannah dan Wihara, "The Influence of Digital Literacy," 11-12; Ferine et al., "Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri dan Lingkungan," 1; Robbani et al., "The Influence of Digital Literacy," 424

efikasi diri, dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Tulungagung menjadi penting untuk dilakukan.

Sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Kabupaten Tulungagung memiliki jumlah penduduk usia muda yang cukup besar dan didominasi oleh kelompok usia produktif. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi sumber daya generasi muda yang dapat berperan dalam pengembangan kewirausahaan, khususnya di era digital. Adapun gambaran jumlah penduduk usia muda yang merepresentasikan kelompok Generasi Z di Kabupaten Tulungagung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Usia Produktif Muda (Generasi Z) di Kabupaten Tulungagung Tahun 2026.¹⁴

Kelompok Umur (Tahun)	Laki-laki (Ribuan Jiwa)	Perempuan (Ribuan Jiwa)	Jumlah (Ribuan Jiwa)
15-19	38,88	36,53	75,41
20-24	39,33	37,38	76,71
Total	78,21	73,91	152,12

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung Tahun 2026.

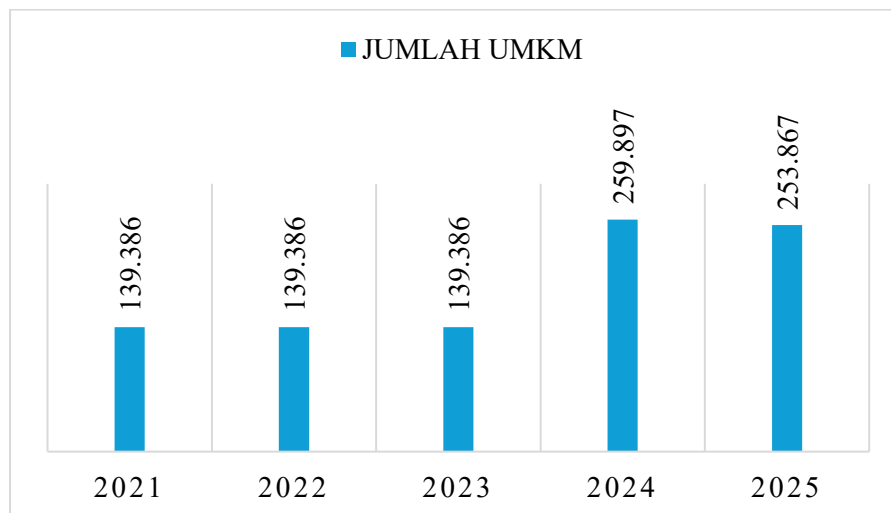
Berdasarkan Tabel 1.1, jumlah penduduk usia 15-19 tahun tercatat sebesar 75,41 ribu jiwa dan usia 20-24 tahun sebesar 76,71 ribu jiwa. Total penduduk usia 15-24 tahun yang merepresentasikan sebagian besar kelompok Generasi Z mencapai sekitar 152,12 ribu jiwa. Jumlah ini menunjukkan bahwa Kabupaten Tulungagung memiliki jumlah Generasi Z yang cukup besar dan

¹⁴ Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, “Kabupaten Tulungagung dalam Angka 2026: Tulungagung Regency in Figures 2026,” Volume 43, (Tulungagung: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, 2026), 94

berpotensi untuk dikembangkan dalam konteks kewirausahaan berbasis generasi muda.

Di sisi lain, besarnya jumlah Generasi Z di Kabupaten Tulungagung juga didukung oleh perkembangan aktivitas ekonomi dan kewirausahaan yang cukup pesat di daerah tersebut. Perkembangan teknologi digital serta meningkatnya aktivitas usaha masyarakat turut mendorong pertumbuhan ekosistem kewirausahaan, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kondisi ini menunjukkan bahwa Kabupaten Tulungagung memiliki potensi lingkungan ekonomi yang cukup mendukung bagi tumbuhnya minat berwirausaha di kalangan generasi muda. Adapun perkembangan jumlah UMKM di Kabupaten Tulungagung dapat dilihat pada diagram berikut:

Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah UMKM Kabupaten Tulungagung 2021-2025.¹⁵



Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung Tahun 2026.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah UMKM di Kabupaten Tulungagung tercatat sebanyak 139.386 unit pada tahun 2021, 2022, dan 2023. Selanjutnya, pada tahun 2024 jumlah UMKM mengalami peningkatan

¹⁵ Ibid., 412

signifikan hingga mencapai 259.897 unit, sedangkan pada tahun 2025 tercatat sebanyak 253.867 unit. Data *Online Single Submission* (OSS) dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung, mencatat sebanyak 13.972 pelaku usaha yang terdaftar pada tahun 2025.¹⁶ Data tersebut menunjukkan bahwa aktivitas kewirausahaan di Kabupaten Tulungagung terus berkembang seiring dengan semakin terbukanya akses pasar berbasis digital.

Meski perkembangan UMKM di Kabupaten Tulungagung menunjukkan tren yang positif, data mengenai keterlibatan Generasi Z dalam aktivitas kewirausahaan masih sangat terbatas. Salah satu data yang tersedia berasal dari keanggotaan komunitas Wirausaha Muda Tulungagung (WIMUT) yang tercatat memiliki 50 anggota aktif pada tahun 2025 berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung.¹⁷ Data tersebut memang belum dapat menggambarkan keseluruhan jumlah Generasi Z yang berwirausaha di Kabupaten Tulungagung karena hanya mencakup anggota komunitas yang terdaftar secara resmi. Data tersebut setidaknya menunjukkan bahwa keterlibatan Generasi Z dalam ekosistem kewirausahaan yang terorganisir masih relatif terbatas jika dibandingkan dengan besarnya jumlah populasi Generasi Z di Kabupaten Tulungagung. Kondisi ini memperkuat perlunya penelitian yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha pada kelompok generasi ini di tingkat daerah.

Penelitian-penelitian terdahulu mengenai pengaruh literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha Generasi Z sebagian besar dilakukan secara parsial atau pada satu institusi pendidikan tertentu di wilayah perkotaan, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi pada konteks daerah tingkat kabupaten. Selain itu, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh lingkungan sosial masih menunjukkan temuan yang tidak

¹⁶ Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung, “*Data Pelaku Usaha Berdasarkan OSS Kabupaten Tulungagung Tahun 2025*,” diperoleh secara langsung di kantor Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung, Mei 2026

¹⁷ Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung, “*Data anggota Wirausaha Muda Tulungagung (WIMUT) Tahun 2025*,” diperoleh secara langsung di kantor Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung, Mei 2026

konsisten, sebagian menemukan pengaruh signifikan, sebagian lain tidak, sehingga diperlukan pengujian ulang pada konteks dan populasi yang berbeda. Belum ditemukan pula penelitian yang secara khusus mengintegrasikan ketiga variabel tersebut sekaligus pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung, sehingga terdapat kesenjangan (gap) empiris yang perlu diisi.

Kebaruan penelitian ini terletak pada tiga hal. Pertama, penelitian ini secara khusus membatasi konstruk lingkungan sosial pada dimensi *offline* untuk menghindari tumpang tindih konseptual dengan literasi digital, sebuah pembatasan operasional yang belum lazim dilakukan pada penelitian sejenis. Kedua, penelitian ini memperkuat lensa *Theory of Planned Behavior* dengan *Social Cognitive Theory* dan *Social Learning Theory* dari Bandura untuk menjelaskan pola pengaruh efikasi diri dan lingkungan sosial yang selama ini masih menunjukkan temuan tidak konsisten pada penelitian terdahulu, sebuah pendekatan integrasi teori yang jarang digunakan secara eksplisit pada kajian minat berwirausaha Generasi Z. Ketiga, penelitian ini menggunakan pendekatan penarikan sampel yang lebih representatif secara wilayah, yaitu rumus Lemeshow untuk populasi tidak diketahui yang disebar pada 19 kecamatan di Kabupaten Tulungagung, berbeda dengan mayoritas penelitian terdahulu yang mengambil sampel pada satu institusi pendidikan tertentu.

Berdasarkan uraian di atas, besarnya jumlah Generasi Z di Kabupaten Tulungagung, berkembangnya jumlah UMKM di daerah tersebut, namun masih sangat terbatasnya data mengenai keterlibatan Generasi Z dalam ekosistem kewirausahaan menunjukkan perlunya penelitian yang lebih mendalam. Atas dasar pertimbangan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis **Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri (*Self-Efficacy*), dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Kabupaten Tulungagung** dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai landasan konseptual. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian kewirausahaan Generasi Z berbasis *Theory of Planned Behavior* (TPB), serta memberikan kontribusi praktis bagi

pemerintah daerah, lembaga pendidikan, maupun pihak terkait dalam merancang strategi peningkatan minat berwirausaha Generasi Z di era digital.

B. Identifikasi Masalah

1. Generasi Z merupakan kelompok pengguna internet terbesar di Indonesia dengan proporsi sebesar 25,54% dari total pengguna internet nasional.¹⁸ Namun demikian, besarnya akses digital tersebut belum sepenuhnya mendorong tumbuhnya minat berwirausaha, di mana data Kemenko PMK mencatat bahwa baru sekitar 35,5% pemuda Indonesia yang berkeinginan menjadi pengusaha.¹⁹ Kondisi ini menunjukkan bahwa tingginya akses digital Generasi Z belum sepenuhnya dimanfaatkan dalam kegiatan ekonomi produktif seperti kewirausahaan.
2. Kabupaten Tulungagung memiliki jumlah penduduk Generasi Z usia 15–24 tahun yang cukup besar, yaitu sekitar 152,12 ribu jiwa, serta pertumbuhan jumlah UMKM yang signifikan dengan 13.972 pelaku usaha terdaftar melalui OSS pada tahun 2025.²⁰ Namun demikian, data mengenai keterlibatan Generasi Z dalam aktivitas kewirausahaan di Kabupaten Tulungagung masih sangat terbatas. Salah satu data yang tersedia berasal dari komunitas Wirausaha Muda Tulungagung (WIMUT) yang tercatat memiliki 50 anggota aktif pada tahun 2025.²¹ Meskipun data tersebut belum dapat menggambarkan keseluruhan jumlah Generasi Z yang berwirausaha, kondisi tersebut menunjukkan bahwa informasi mengenai keterlibatan Generasi Z dalam ekosistem kewirausahaan di tingkat daerah masih terbatas. Kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Tulungagung karenanya diperlukan.

¹⁸ Sari, “Pengguna Internet RI 2025 Tembus 229,4 Juta...”

¹⁹ Kemenko PMK, “Kewirausahaan Pemuda Berperan...”

²⁰ Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, “Kabupaten Tulungagung dalam Angka 2026,” 94; Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung, “Data Pelaku Usaha Berdasarkan OSS Kabupaten Tulungagung Tahun 2025”

²¹ Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung, “Data anggota WirausahaMuda Tulungagung (WIMUT) Tahun 2025”

3. Literasi digital berperan dalam meningkatkan kemampuan individu untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital secara produktif, termasuk dalam mengenali dan memanfaatkan peluang usaha.²² Namun, pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha Generasi Z dalam konteks spesifik Kabupaten Tulungagung masih perlu dibuktikan secara empiris.
4. Efikasi diri (*Self-efficacy*) merupakan faktor psikologis yang berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menghadapi tantangan dan risiko usaha.²³ Namun, tingkat efikasi diri (*self-efficacy*) Generasi Z dalam konteks kewirausahaan di Kabupaten Tulungagung belum diketahui dan belum pernah diuji secara empiris.
5. Lingkungan sosial, baik keluarga, teman sebaya, maupun lingkungan sekitar, dapat memberikan dukungan dan pengaruh normatif terhadap pembentukan minat berwirausaha.²⁴ Namun, hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang tidak konsisten, sebagian penelitian menemukan pengaruh yang signifikan, sementara penelitian lain tidak menemukan pengaruh yang signifikan. Hal ini menunjukkan perlunya pengujian lebih lanjut, khususnya dalam konteks Generasi Z di Kabupaten Tulungagung.
6. Penelitian empiris yang mengkaji secara bersama-sama pengaruh literasi digital, efikasi diri (*self-efficacy*), dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha Generasi Z dalam konteks lokal Kabupaten Tulungagung masih sangat terbatas, sehingga belum tersedia bukti empiris yang memadai mengenai dinamika ketiga faktor tersebut di tingkat daerah.

C. Batasan Masalah

1. Penelitian ini dibatasi pada analisis pengaruh literasi digital, efikasi diri (*self-efficacy*), dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z.

²² Sembiring et al., "*Pengaruh Literasi Digital...*," 146

²³ Purwaningsih et al., "*Pengaruh Efikasi Diri...*," 1195

²⁴ Bahri dan Trisnawati, "*Pengaruh Lingkungan Keluarga...*," 270

2. Subjek penelitian dibatasi pada Generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Tulungagung dengan rentang usia 18-24 tahun. Rentang usia tersebut dipilih karena pada usia 18 tahun individu telah memenuhi syarat sebagai responden dewasa yang dapat mengisi kuesioner secara mandiri dan bertanggung jawab, serta pada rentang usia ini individu umumnya sudah mulai mempertimbangkan pilihan karier termasuk kewirausahaan sebagai alternatif.
3. Penelitian ini hanya mengkaji minat berwirausaha sebagai variabel dependen, dan tidak membahas realisasi usaha, keberhasilan usaha, maupun perilaku kewirausahaan secara langsung.
4. Penelitian ini dibatasi pada periode pengumpulan data tertentu, yaitu pada bulan Mei-Juni 2026, sehingga hasil penelitian mencerminkan kondisi minat berwirausaha Generasi Z pada periode tersebut dan tidak dapat digeneralisasikan untuk menggambarkan kondisi pada waktu yang berbeda.
5. Faktor lain seperti kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi makro, akses permodalan, dan faktor struktural lainnya tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi digital berpengaruh terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Tulungagung?
2. Apakah efikasi diri (*self-efficacy*) berpengaruh terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Tulungagung?
3. Apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Tulungagung?
4. Apakah literasi digital, efikasi diri (*self-efficacy*), dan lingkungan sosial secara bersama-sama memiliki daya prediksi terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Tulungagung?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung.
2. Menganalisis pengaruh efikasi diri (*self-efficacy*) terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung.
3. Menganalisis pengaruh lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung.
4. Menganalisis daya prediksi literasi digital, efikasi diri (*self-efficacy*), dan lingkungan sosial secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung.

F. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- a. Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen bisnis, khususnya pada kajian kewirausahaan terkait literasi digital, efikasi diri (*self-efficacy*), dan lingkungan sosial dalam memengaruhi minat berwirausaha pada Generasi Z di era digital, serta memperkuat integrasi *Theory of Planned Behavior* dalam konteks kewirausahaan digital.
- b. Memperkaya kajian empiris mengenai hubungan antara variabel digital, psikologis, dan sosial terhadap minat berwirausaha, khususnya dalam konteks lokal seperti Kabupaten Tulungagung yang masih jarang diteliti.
- c. Menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya, terutama dalam pengembangan model penelitian kewirausahaan berbasis pendekatan kuantitatif serta pengujian variabel-variabel yang berkaitan dengan minat berwirausaha.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi mahasiswa atau Generasi Z, penelitian ini memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang secara nyata memengaruhi

minat berwirausaha, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan karier.

- b. Bagi lembaga pendidikan, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang program pendidikan kewirausahaan yang tidak hanya berfokus pada aspek pengetahuan, tetapi juga pada penguatan literasi digital dan efikasi diri (*self-efficacy*) peserta didik.
- c. Bagi pemerintah daerah, penelitian ini dapat menjadi bahan masukan berbasis data empiris dalam merumuskan kebijakan yang mendukung peningkatan minat berwirausaha, khususnya bagi Generasi Z di Kabupaten Tulungagung.
- d. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya dukungan lingkungan sosial dalam mendorong minat berwirausaha, sehingga tercipta ekosistem yang lebih kondusif bagi pengembangan usaha generasi muda.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh literasi digital, efikasi diri (*self-efficacy*), dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung. Subjek penelitian adalah individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z dengan rentang usia 18-24 tahun dan berdomisili di Kabupaten Tulungagung.

Ruang lingkup penelitian ini mencakup aspek digital, psikologis, dan sosial yang berkaitan dengan pembentukan minat berwirausaha pada Generasi Z. Penelitian ini tidak mencakup aspek perilaku kewirausahaan secara langsung, seperti realisasi usaha, keberhasilan usaha, maupun kinerja bisnis, karena fokus penelitian adalah pada tahap pembentukan minat sebagai kecenderungan awal sebelum tindakan kewirausahaan itu sendiri terjadi.

Penelitian ini dilaksanakan dalam periode tahun akademik 2025-2026, dengan fokus pada pengumpulan dan analisis data kuantitatif setelah proposal penelitian dinyatakan layak untuk dilaksanakan.

H. Penegasan Variabel

1. Literasi digital

a. Konseptual:

Literasi digital adalah kemampuan individu dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi melalui teknologi digital secara efektif dan bertanggung jawab.²⁵

b. Operasional:

Diukur melalui kemampuan Generasi Z dalam mengakses informasi digital yang relevan, memahami dan mengevaluasi kebenaran informasi digital, menggunakan media digital untuk kegiatan yang bersifat produktif, dan memanfaatkan teknologi digital untuk mencari peluang usaha.

2. Efikasi diri (*Self-efficacy*)

a. Konseptual:

Efikasi diri (*Self-efficacy*) adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas atau menghadapi tantangan tertentu, termasuk dalam konteks kewirausahaan.²⁶

b. Operasional:

Diukur melalui tingkat keyakinan Generasi Z dalam menghadapi tantangan usaha, mengambil keputusan terkait usaha, menghadapi risiko usaha, serta keyakinan terhadap kemampuan diri untuk memulai usaha.

²⁵ Amanda Permana Putri et al., "Analisis Pemahaman Literasi Digital Mahasiswa Universitas LIA di Era Transformasi Digital," *Media Digital*, Vol. 1, No. 1 (2025), 33

²⁶ Muamar Rinaldi et al., "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Self Efficacy terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan," *Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, Vol. 2, No.4 (2024), 423

3. Lingkungan Sosial

a. Konseptual:

Lingkungan sosial adalah segala bentuk interaksi, dukungan, dan pengaruh yang berasal dari keluarga, teman sebaya, dan lingkungan sekitar yang dapat memengaruhi sikap dan minat individu.²⁷

b. Operasional:

Diukur melalui tingkat dukungan keluarga, dukungan teman sebaya, dukungan lingkungan atau komunitas, serta keberadaan *role model* wirausaha yang memengaruhi minat individu dalam berwirausaha.

4. Minat Berwirausaha

a. Konseptual:

Minat berwirausaha adalah kecenderungan atau ketertarikan individu untuk memilih kewirausahaan sebagai pilihan karier di masa depan.²⁸

b. Operasional:

Diukur melalui keinginan menjadi wirausaha, ketertarikan terhadap dunia usaha, keinginan mencari informasi terkait usaha, serta ketertarikan untuk mencoba peluang usaha.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai alur pembahasan, yang terbagi ke dalam enam bab sebagai berikut:

²⁷ Rahayu Setya dan Handri Dian Wahyudi, "Pengaruh Karakter Entrepreneur, Literasi Digital, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Pawyatan Daha 1 Kediri," Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan, Vol. 8, No. 1 (2024), 72

²⁸ Aurelia Jessica dan Nuringsih, "Membangun Minat Berwirausaha Generasi Z Melalui Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Dan Entrepreneurial Culture," Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Vol. 7, No. 4 (2025), 1144

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, penegasan variabel, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi kajian teori yang relevan dengan variabel penelitian, hasil penelitian terdahulu, kerangka teori, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan definisi operasional, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang akan digunakan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi data penelitian, hasil analisis, dan pengujian hipotesis.

BAB V : PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisis dan interpretasi hasil penelitian berdasarkan teori dan penelitian terdahulu.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.