BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital yang berlangsung secara cepat telah membawa berbagai perubahan pada beragam aspek kehidupan, terutama dalam bidang ekonomi, pendidikan, dan dunia usaha. Pemanfaatan internet, media sosial, serta beragam platform digital turut memberikan kemudahan sekaligus memberikan peningkatan pada efisiensi dalam pelaksanaan berbagai aktivitas masyarakat. Saat ini, teknologi digital tidak lagi sebatas berfungsi sebagai sarana komunikasi, melainkan juga telah dimanfaatkan dalam aktivitas bisnis serta pemasaran produk. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemajuan teknologi memberikan peluang yang luas bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha berbasis digital. Selain itu, penggunaan teknologi digital turut memengaruhi keinginan individu untuk memulai usaha, di mana digitalisasi terbukti secara signifikan memengaruhi kemauan berwirausaha (Aini et al., 2023)

Bidang kewirausahaan juga mengalami perkembangan seiring dengan kemajuan teknologi digital. Kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam menciptakan ide kreatif dan inovatif untuk menghasilkan suatu usaha yang bernilai ekonomi. Menurut Khamimah (2021) Berwirausaha merupakan salah satu langkah strategis dalam membuka peluang kerja, menekan angka pengangguran, sekaligus menjadi penentu penting bagi terciptanya kesejahteraan masyarakat dan kemajuan suatu

bangsa. Perkembangan kewirausahaan saat ini tidak lagi terbatas pada usaha konvensional, tetapi mulai berkembang menuju pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana menjalankan usaha.

Kewirausahaan digital merupakan salah satu bentuk perkembangan usaha yang memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis, pemasaran, maupun pelayanan kepada konsumen. Kehadiran kewirausahaan digital memberikan kesempatan usaha yang lebih luas karena dapat dijalankan tanpa terikat pada lokasi maupun batasan waktu. Di samping itu, penggunaan media digital juga memudahkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen dengan lebih efektif dan efisien. Menurut Radiansyah (2022) digitalisasi memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan kewirausahaan digital melalui pemanfaatan teknologi yang mampu mendorong inovasi produk dan layanan.

Minat dalam berwirausaha digital dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat mendukung kesiapan seseorang dalam memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usaha, salah satunya yaitu Literasi Digital. Mulyati (2023) menyatakan bahwa Literasi digital, yang juga dikenal dengan istilah kompetensi digital, ialah kecakapan yang dimiliki individu untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang senantiasa mengalami kemajuan.

Munculnya ketertarikan seseorang untuk berwirausaha di bidang digital bisa dipahami melalui teori *Expectancy Theory* yang dicetuskan oleh Vroom (1964). Teori ini mengemukakan bahwasanya motivasi

seorang individu untuk melakukan suatu perilaku, termasuk keinginan untuk berwirausaha, ditentukan dengan tiga komponen utama, yakni *expectancy*, *instrumentality*, serta *valence*. *Expectancy* merujuk pada tingkat kepercayaan individu bahwa upaya yang dikerahkannya mampu menghasilkan tingkat kinerja tertentu, yang dalam penelitian ini tercermin melalui literasi digital dan *self-efficacy*, di mana semakin tinggi kompetensi digital dan kepercayaan diri siswa, semakin besar pula keyakinannya untuk mampu menjalankan usaha digital dengan baik. *Instrumentality* merupakan keyakinan bahwa kinerja yang dihasilkan akan membawa pada suatu outcome tertentu, yang dalam konteks ini direpresentasikan oleh kreativitas, yaitu kemampuan menghasilkan ide-ide inovatif yang bernilai guna sehingga dapat diwujudkan menjadi peluang usaha yang menguntungkan. Sementara itu, *valence* menggambarkan nilai atau daya tarik dari hasil tersebut bagi individu, yang pada akhirnya membentuk minat berwirausaha digital sebagai bentuk motivasi yang muncul dari interaksi ketiga komponen tersebut. Oleh karena itu, literacy digital, kreativitas, dan *self-efficacy* dapat dipandang sebagai faktor yang saling berkaitan dalam membentuk keyakinan dan motivasi siswa untuk berwirausaha digital sebagaimana dijelaskan dalam kerangka *Expectancy Theory*.

Dalam penelitian mengenai minat berwirausaha, salah satu teori yang paling umum digunakan adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari Ajzen (1991). Namun, penelitian ini memilih menggunakan *Expectancy*

Theory dari Vroom (1964), bukan TPB, karena beberapa alasan. Pertama, TPB lebih menekankan pada faktor sosial, seperti sikap dan pengaruh lingkungan sekitar, sehingga kurang tepat digunakan untuk menjelaskan peran kemampuan individu seperti literasi digital dan kreativitas. Kedua, dalam TPB terdapat konstruk kontrol perilaku yang secara konsep mirip dengan *self-efficacy*, sehingga sulit membedakan peran *self-efficacy* dari variabel lain yang diteliti. Sementara itu, *Expectancy Theory* memberikan kerangka yang lebih jelas, di mana literasi digital dan self-efficacy berkaitan dengan keyakinan atas usaha (*expectancy*), kreativitas berkaitan dengan keyakinan atas hasil *(instrumentality*), dan minat berwirausaha digital merupakan hasil akhir (*valence*) dari motivasi tersebut. Ketiga, karena *Expectancy Theory* merupakan teori motivasi, teori ini dinilai lebih sesuai untuk menjelaskan minat, dibandingkan TPB yang lebih fokus pada prediksi perilaku nyata.

Selain literasi digital, kreativitas turut berperan sebagai faktor yang mendukung tumbuhnya minat berwirausaha digital. Kreativitas dimaknai sebagai kecakapan dalam melahirkan gagasan yang orisinal, inovatif, serta memiliki nilai guna untuk menciptakan peluang usaha. Tang et al. (2024) mendefinisikan creative personality sebagai sejauh mana seseorang memiliki sifat inventif dan imajinatif, yang merupakan trait kepribadian relatif stabil dan terbukti mampu memprediksi perilaku kreatif individu di berbagai domain kehidupan.

Faktor lainnya yang turut memengaruhi minat berwirausaha digital ialah *self-efficacy*. *Self-efficacy* dipahami sebagai tingkat kepercayaan individu terhadap potensi yang dimiliki untuk menyelesaikan tugas atau mencapai hasil yang diharapkan. Pada ranah kewirausahaan digital, *self-efficacy* berkenaan dengan tingkat kepercayaan individu terhadap kemampuannya untuk merintis, mengelola, serta mengembangkan usaha yang berbasis digital. Menurut Syahrial et al. (2024), *self-efficacy* memengaruhi minat berwirausaha secara signifikan, di mana semakin tinggi rasa percaya diri dan keyakinan siswa atas kemampuannya untuk memulai bisnis, semakin besar pula keinginan mereka menjadi wirausaha. Individu yang memiliki *self-efficacy* tinggi umumnya memperlihatkan rasa percaya diri yang lebih kuat, mempunyai ketekunan dalam berusaha, serta tidak mudah berhenti ketika menghadapi tantangan dalam menjalankan usaha.

Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), khususnya siswa kelas XI Program Keahlian Akuntansi, merupakan kelompok yang memiliki peluang besar untuk mengembangkan minat berwirausaha digital. Siswa SMK telah mendapatkan pembelajaran kewirausahaan serta mulai mengenal penggunaan teknologi digital dalam kegiatan belajar. Selain itu, kurikulum pendidikan kejuruan juga mendukung pengembangan keterampilan yang berkaitan dengan dunia usaha dan teknologi. Hal tersebut membuat siswa SMK memiliki kesempatan untuk mulai mengembangkan usaha berbasis digital sejak usia sekolah.

Berdasarkan hasil pengamatan awal di SMK Negeri 2 Jiwan, masih terdapat siswa yang belum memiliki minat tinggi terhadap kewirausahaan digital meskipun sudah memperoleh pembelajaran kewirausahaan dan memiliki akses terhadap teknologi digital. Hal ini diperkuat oleh data dari guru BKK SMK Negeri 2 Jiwan bahwa sebagian besar lulusan memilih bekerja di perusahaan (75%), melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi (20%), sementara yang memilih untuk berwirausaha secara mandiri hanya sebesar 5%. Data tersebut mengindikasikan bahwa minat siswa untuk berwirausaha, termasuk berwirausaha digital, masih tergolong rendah dibandingkan dengan pilihan untuk bekerja atau melanjutkan studi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kesiapan siswa dalam memanfaatkan teknologi, mengembangkan ide usaha, serta membangun keyakinan diri untuk memulai usaha digital masih berbeda-beda.

B. Batasan Masalah

Berlandaskan pada penjabaran latar belakang tersebut, ruang lingkup penelitian ini dibatasi agar pembahasannya tetap terarah dan tidak melebar. Adapun batasan tersebut meliputi:

1. Penelitian hanya dilakukan pada 5 kelas yaitu siswa kelas XI Program Keahlian Akuntansi SMK Negeri 2 Jiwan, yang telah dibekali kompetensi kewirausahaan, pengelolaan keuangan, serta pemanfaatan teknologi yang relevan dengan konteks kewirausahaan digital.
2. Variabel bebas pada penelitian ini meliputi literasi digital, kreativitas, dan *self-efficacy*.

3. Variabel terikat pada penelitian ini ialah minat berwirausaha digital.

C. Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian latar belakang serta batasan masalah yang sudah dijabarkan, rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Apakah literasi digital berpengaruh terhadap minat berwirausaha digital pada siswa kelas XI SMK Negeri 2 Jiwan?
2. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha digital pada siswa kelas XI SMK Negeri 2 Jiwan?
3. Apakah *self-efficacy* berpengaruh terhadap minat berwirausaha digital pada siswa kelas XI SMK Negeri 2 Jiwan?
4. Apakah literasi digital, kreativitas, dan *self-efficacy* secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha digital pada siswa kelas XI SMK Negeri 2 Jiwan?

D. Tujuan Penelitian

Disesuaikan dengan permasalahan di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha digital pada siswa kelas XI SMK Negeri 2 Jiwan.
2. Pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha digital pada siswa kelas XI SMK Negeri 2 Jiwan.
3. Pengaruh *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha digital pada siswa kelas XI SMK Negeri 2 Jiwan.

4. Pengaruh literasi digital, kreativitas, dan *self-efficacy* secara simultan terhadap minat berwirausaha digital pada siswa kelas XI SMK Negeri 2 Jiwan.

E. Kegunaan Penelitian

Harapannya, hasil penelitian ini bisa memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan tentang pendidikan kewirausahaan, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha digital pada siswa SMK.

2. Manfaat Praktis
   a. Bagi Sekolah, sebagai bahan pertimbangan dalam mengevaluasi serta mengembangkan proses pembelajaran kewirausahaan dan literasi digital.
   b. Bagi Guru, sebagai rujukan untuk mendukung peningkatan kreativitas dan *self-efficacy* siswa selama pelaksanaan pembelajaran.
   c. Bagi Siswa, sebagai dorongan untuk mengembangkan kreativitas serta memperkuat *self-efficacy* dalam berwirausaha digital.

F. Definisi Operasional Variabel

1. Literasi Digital ($X_{1)}$

   Literasi digital ialah kecakapan siswa dalam menguasai, mengoperasikan, serta memanfaatkan teknologi digital secara efektif,

kritis, dan bertanggung jawab guna menunjang aktivitas kewirausahaan digital.

2. Kreativitas (X_2)

   Kreativitas ialah kecakapan siswa dalam melahirkan gagasan yang orisinal, inovatif, serta memiliki nilai guna untuk dikembangkan menjadi peluang dalam usaha digital.

3. *Self-efficacy*(X_3)

   Self-efficacy ialah tingkat kepercayaan yang dimiliki siswa terhadap kapasitas dirinya untuk menyusun perencanaan, merintis, serta mengelola usaha berbasis digital.

4. Minat Berwirausaha Digital (Y)

   Minat berwirausaha digital ialah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan siswa untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan berbasis teknologi digital.