

Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian *Entrepreneur*

M. Hasan¹, I.R. Santoso², D.A. Syahfitri³, Amalia⁴, S.A.Y. Karoma⁵, Selviana⁶

Universitas Negeri Makassar

m.hasan@unm.ac.id

Abstract: *As a business actor creating millennial, someone must have the ability in entrepreneurial literacy and digital literacy business. This research was created to reveal literacy skills as an effort to create millennials in Makassar City. This research was conducted using a quantitative quantitative analysis approach. The population of this research is students who are active as entrepreneurs in creating millennials in Makassar City who assess 30 people. The data technique used questionnaires and data analysis techniques used quantitative descriptive analysis through proportion analysis. The results showed that the entrepreneurial literacy skills of millennial generation entrepreneurs in Makassar City were 81.63% and the digital business literacy skills of millennial generation entrepreneurs in Makassar were 86.28%. This shows that the entrepreneurial literacy skills and digital literacy business of entrepreneurs creating millennials in Makassar City are included in the very good category.*

Keywords: *Entrepreneurial literacy; digital business literacy; business people; millennial generation; kirzerian entrepreneur.*

Abstrak: Sebagai pelaku usaha generasi milenial seseorang harus memiliki kemampuan dalam literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital. Penelitian ini dibuat untuk mengungkap kemampuan berliterasi pelaku usaha generasi milenial di Kota Makassar. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif sebagai pelaku usaha generasi milenial di Kota Makassar yang berjumlah 30 orang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket dan teknik analisis data menggunakan analisis deksriptif kuatitatif melalui analsis persentase. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan literasi kewirausahaan pelaku usaha generasi milenial di Kota Makassar sebesar 81,63% dan kemampuan literasi bisnis digital pelaku usaha generasi milenial di Kota Makassar sebesar 86,28%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital pelaku usaha generasi milenial di Kota Makassar termasuk dalam kategori sangat baik.

Kata Kunci: Literasi kewirausahaan; literasi bisnis digital; pelaku usaha; generasi milenial; *kirzerian entrepreneur.*

PENDAHULUAN

Kaum milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1980-an sampai tahun 2000-an. Peranan generasi milenial saat ini sangat besar untuk membangun bangsa, cara berpikir generasi milenial yang luas dapat membuat perubahan dan dapat menjadi pelopor bukan hanya sekadar mengikuti tren yang sudah ada, akan tetapi dapat menciptakan hal-hal yang baru di masyarakat (Sobari & Ambarwati, 2019), termasuk dengan jiwa kemandirian yang dimilikinya (Herawati et

al., 2020). Kaum milenial saat ini sering didegungkan di sosial media (Sari, 2019). Pada zaman modern yang sedang kita hadapi sekarang ini, generasi milenial sangat bergantung pada hal yang berbau digital. Generasi milenial merupakan generasi yang lahir dengan karakter inovatif, berani tampil beda, memiliki pola pikir kreatif, dan pola pikir modern. Generasi milenial yang memiliki bakat, kreatif dan inovatif dapat dapat memberikan sumbangsih bagi perekonomian (Sundari, 2019).

Generasi milenial mempunyai pendidikan yang berkualitas baik karena hidup pada era modern. Dari sudut pandang sosial, pendidikan mengacu pada budaya tradisional dari generasi tua hingga saat ini untuk melestarikan kehidupan masyarakat (Saharuddin et al., 2019). Kaum milenial menghadapi tantangan besar terkait keterbatasan sumber daya finansial dan biaya hidup, sehingga mendorong generasi tersebut untuk menjadi bagian dari pelaku usaha dan sebagai upaya untuk mengurangi jumlah pengangguran (Budy, 2017; Noormalita, 2017; Periansya, 2018; Hasanah & Setiaji, 2019; Yuliani et al., 2019; Tanti, 2020). Pemerintah juga mendorong kaum muda untuk meningkatkan pekerjaan mereka, daripada hanya sebagai pencari kerja (Tjiptono, 2017; Indrawati et al., 2020).

Dalam pengelolaan bisnis atau usaha, pelaku usaha menghadapi berbagai tugas yang harus diselesaikan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu, orang-orang yang menjalankan bisnis harus memahami tentang berbagai literasi, baik literasi keuangan, literasi bisnis, maupun literasi kewirausahaan (Albulescu et al., 2016; Razak et al., 2016).

Saat ini, media digital dan perangkat lunak digunakan dalam bisnis dan kehidupan sehari-hari dalam kombinasi pendidikan (Mavlutova et al., 2020). Perkembangan media digital telah merubah banyak aspek kehidupan termasuk dalam bidang bisnis (Warokka, 2020). Pertumbuhan ekonomi digital di masyarakat dan perusahaan mendorong generasi milenial untuk memulai bisnis mereka (Saptono et al., 2020) dan menjalankan bisnis mereka dengan produk yang berkualitas melalui platform digital (Andriani et al., 2019).

Literasi digital ini diperlukan dalam rangka membangun dan meningkatkan pemahaman tentang keberadaan media digital pada tataran pengembangan sumber daya manusia. Literasi digital merupakan teknologi yang membaca, menulis, dan mendaftar item teks/digital untuk dimasukkan ke dalam mode digital. Digitalisasi berarti banyak proses transformasi dan implikasinya bagi wirausaha serta kewirausahaan (Hamburg et al., 2019). Literasi bisnis digital mengarah pada kemampuan seseorang untuk

memahami data bisnis dari berbagai sumber atau perangkat digital dalam berbagai disiplin ilmu. Literasi bisnis digital merupakan kecakapan seorang individu dalam penggunaan suatu teknologi digital pada suatu tingkat, baik itu suatu penciptaan, suatu kolaborasi, dan pencarian suatu informasi.

Berdasarkan hal tersebut, kajian ini akan mengungkap literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital yang dimiliki oleh para pelaku usaha yang berasal dari generasi milenial. Banyak pelaku usaha generasi milenial yang menjalankan usaha hanya sebatas mempunyai suatu usaha, namun tidak memiliki cukup cakupan ilmu tentang kewirausahaan dan bisnis digital. Generasi milenial pelaku usaha pada dasarnya harus memiliki ilmu dan pola pikir berbeda dalam menjalankan usahanya. Perilaku berwirausaha merupakan salah satu kunci kesuksesan usaha yang dijalankan (Prabawati, 2019), sehingga perlu dilakukan suatu kajian yang secara lebih spesifik untuk melihat literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital pada generasi milenial.

Kajian ini secara lebih lebih spesifik akan melihat literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital oleh generasi milenial pelaku usaha dalam perspektif teori Kirzerian Entrepreneur yang lebih lebih menekankan pada suatu pola kerja manusia baik dari segi keuletan, keseriusan, kemandirian, dan kesungguhan dalam berusaha (De Jong, & Marsili, 2015).

METODE PENELITIAN

Kajian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif merupakan jenis kumpulan data yang mendeskripsikan data yang dikumpulkan sebagaimana adanya. Penggunaan metode deskriptif kuantitatif pada kajian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital pada pelaku usaha generasi milenial.

Konsep penelitian ini meliputi literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital. Literasi kewirausahaan merupakan pemahaman bisnis dari berbagai orang sebagai inovator untuk mengembangkan peluang bisnis yang bermanfaat

bagi wirausaha. Indikator literasi kewirausahaan, yang diukur dalam kajian ini meliputi: (1) kecakapan dalam pengoptimalan biaya; (2) kecakapan dalam mengorganisasikan usaha dengan penuh ketelitian; (3) memiliki pribadi yang supel dan pandai bergaul, (4) ulet dan bersungguh-sungguh; dan (5) berani mengambil resiko.

Literasi bisnis digital merupakan suatu kemampuan ataupun pengetahuan secara luas yang dimiliki individu dalam aspek pemanfaatan teknologi-teknologi digital untuk keberlangsungan usahanya. Indikator literasi bisnis digital yaitu, (1) menjadikan media sebagai referensi untuk menemukan ide usaha; (2) kemampuan menggunakan suatu media digital secara kreatif untuk mengendalikan dan memilah informasi yang diperoleh sebagai referensi untuk usahanya; (3) keterampilan individu menggunakan media digital dalam menjalankan usahanya; dan (4) memasarkan produk melalui sosial media. Instrumen penelitian terdapat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Literasi kewirausahaan	Kecakapan dalam pengoptimalan biaya.	Skala Likert
	Kecakapan mengorganisasikan usaha dengan penuh ketelitian.	Skala Likert
	Memiliki pribadi supel dan pandai bergaul.	Skala Likert
	Ulet dan bersungguh-sungguh.	Skala Likert
	Berani mengambil resiko.	Skala Likert
Literasi bisnis digital	Menjadikan media sebagai referensi untuk menemukan ide usaha.	Skala Likert
	Kemampuan menggunakan suatu media digital secara kreatif untuk mengendalikan dan memilah informasi yang diperoleh sebagai referensi untuk usahanya.	Skala Likert

	Keterampilan individu menggunakan media digital dalam menjalankan usahanya.	Skala Likert
	Memasarkan produk melalui sosial media.	Skala Likert

Sumber: Kajian Teori dan Penelitian Terdahulu (2021)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam kajian ini berupa kuesioner. Kuesioner yang digunakan bersifat tertutup dan telah disediakan jawaban untuk setiap pernyataan kuesioner. Bentuk alternatif jawaban yang disediakan dengan menggunakan skala likert yang terdiri dari lima poin yaitu, 1 = tidak setuju, 2 = kurang setuju, 3 = netral, 4 = setuju, 5 = sangat setuju. Responden hanya memberikan jawaban dengan memilih antara poin 1 sampai 5. Untuk skala penilaian persentase skor dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Kategori Interval

Interval	Kategori
81 - 100%	Sangat baik
61 - 80%	Baik
41% - 60%	Cukup
21% - 40%	Rendah
0% - 20%	Sangat Rendah

Sumber: Riduwan (2007)

Populasi dalam kajian ini adalah generasi milenial yang lahir pada rentan waktu tahun 1990an dan memiliki usaha. Dengan pertimbangan untuk pencapaian tujuan dari kajian ini, maka sampel yang digunakan adalah sebanyak 30 orang generasi milenial yang memiliki usaha dan tersebar di beberapa universitas yang terdapat di Kota Makassar. Instrumen yang digunakan harus melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Data yang diperoleh dalam kajian ini, selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis persentase sebagai bagian dari alat analisis dalam metode deskriptif kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian ini akan melihat literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital oleh generasi milenial pelaku usaha dalam perspektif teori Kirzerian Entrepreneur. Responden dalam penelitian ini berjumlah 30 orang. Karakteristik responden

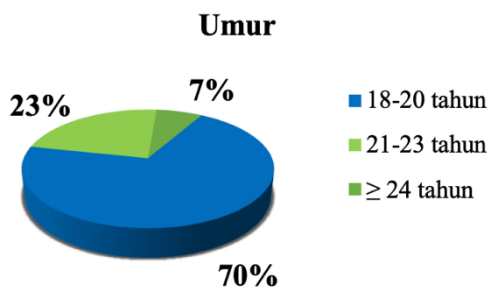
dalam kajian ini dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden

Variabel	Frekuensi	Persentase
Umur		
18-20 tahun	21	70%
21-23 tahun	7	23%
≥ 24 tahun	2	7%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	9	30%
Perempuan	21	70%
Jenis Usaha		
Bisnis Online	13	44%
Bisnis Fashion	4	13%
Kuliner	4	13%
Paket Data	3	10%
Produk Kecantikan	2	7%
Perabot rumah tangga	2	7%
Fotocopy	1	3%
Loundry	1	3%
Pendapatan		
< 1.000.000	17	57%
1.000.001-1.500.00	7	23%
1.500.001-2.000.000	2	7%
> 2.000.000	4	13%

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Gambar 1 sebagai berikut:



Sumber : Hasil Olah Data (2021)

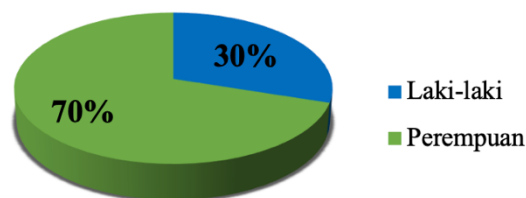
Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan umur, responden yang memiliki usia 18 tahun - 20 tahun sebanyak 21 orang (70%), responden yang memiliki usia 21 tahun - 23 tahun sebanyak 7 orang (23%), dan responden yang memiliki usia ≥ 24 tahun sebanyak 2 orang (7%). Rata-rata responden yaitu pelaku usaha

generasi milenial di Kota Makassar berusia 18 - 20 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 2 sebagai berikut:

Jenis Kelamin



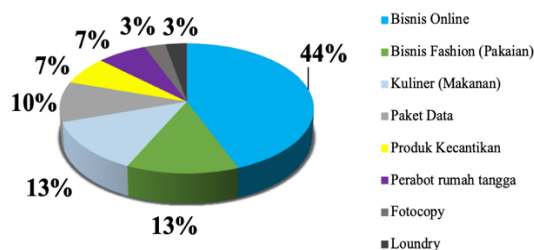
Sumber : Hasil Olata (2021)

Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden merupakan pelaku usaha generasi milenial perempuan, yaitu sebanyak 21 orang (70%) dan sebagian lagi adalah laki-laki, yaitu sebanyak 9 orang (30%). Dari data tersebut berdasarkan klasifikasi jenis kelamin diketahui bahwa pelaku usaha generasi milenial di Kota Makassar bukanlah didominasi kaum laki-laki.

Karakteristik responden berdasarkan jenis usaha dapat dilihat pada Gambar 3 sebagai berikut:

Jenis Usaha



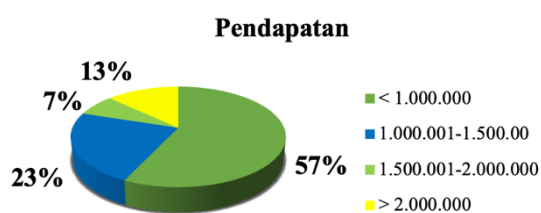
Sumber : Hasil Olah Data (2021)

Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Berdasarkan jenis usaha, responden dalam kajian ini memiliki jenis usaha bisnis online berjumlah 13 orang (44%), bisnis fashion

(pakaian) berjumlah 4 orang (13%), kuliner (makanan) berjumlah 4 orang (13%), paket data berjumlah 3 orang (10%), produk kecantikan berjumlah 2 orang (7%), perabot rumah tangga berjumlah 2 orang (7%), fotocopy berjumlah 1 orang (3%) dan laundry berjumlah 1 orang (3%). Dari data yang diperoleh dapat diketahui terdapat beraneka jenis usaha pada pelaku usaha generasi milenial di Kota Makassar dan rata-rata responden memiliki jenis usaha bisnis online.

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada Gambar 4 sebagai berikut:



Sumber : Hasil Olah Data (2021)

Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan karakteristik pendapatan, responden yang merupakan pelaku usaha generasi milenial di Kota Makassar memiliki jumlah pendapatan dengan < 1.000.000 berjumlah 17 orang (57%), 1.000.001 - 1.500.000 berjumlah 7 orang (23%), 1.500.001 - 2.000.000 berjumlah 2 orang (7%) dan > 2.000.000 berjumlah 4 orang mahasiswa (13%). Rata-rata responden memiliki pendapatan sebesar < 1.000.000.

Untuk memastikan agar instrumen dalam kajian ini dapat diandalkan dalam pengumpulan data, dilakukan uji validitas dan reliabilitas dari instrumen yang digunakan. Uji validasi dilakukan terhadap 30 responden dengan tujuan untuk mengetahui apakah pertanyaan yang telah diolah sudah baik dan telah melalui suatu pengujian jawaban dari responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan melalui kuesioner. Jika hasil r hitung lebih besar dari r tabel, maka dianggap valid. Hasil yang telah diperoleh melalui pengujian validitas instrumen menunjukkan nilai r tabel dari keseluruhan item pernyataan dengan taraf kepercayaan 95% sebesar 0,355. Data uji

validitas butir instrumen literasi kewirausahaan diperoleh seperti yang terlihat pada Tabel 4 dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen Literasi Kewirausahaan

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,392	0,355	Valid
2.	0,609	0,355	Valid
3.	0,392	0,355	Valid
4.	0,562	0,355	Valid
5.	0,656	0,355	Valid
6.	0,637	0,355	Valid
7.	0,358	0,355	Valid
8.	0,633	0,355	Valid
9.	0,538	0,355	Valid
10.	0,523	0,355	Valid
11.	0,581	0,355	Valid
12.	0,556	0,355	Valid
13.	0,620	0,355	Valid
14.	0,640	0,355	Valid
15.	0,692	0,355	Valid
16.	0,757	0,355	Valid
17.	0,632	0,355	Valid
18.	0,767	0,355	Valid
19.	0,459	0,355	Valid
20.	0,615	0,355	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Berdasarkan hasil uji validitas instrument literasi kewirausahaan menyatakan semua butir instrument termasuk kategori valid dan semua butir layak dijadikan pertanyaan instrument pada penelitian. Hasil uji validitas butir instrument literasi bisnis digital diperoleh dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Instrumen Literasi Bisnis Digital

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,739	0,355	Valid
2.	0,708	0,355	Valid
3.	0,617	0,355	Valid
4.	0,686	0,355	Valid
5.	0,776	0,355	Valid
6.	0,657	0,355	Valid
7.	0,506	0,355	Valid
8.	0,676	0,355	Valid
9.	0,673	0,355	Valid
10.	0,656	0,355	Valid
11.	0,666	0,355	Valid
12.	0,534	0,355	Valid

13.	0,548	0,355	Valid
14.	0,676	0,355	Valid
15.	0,645	0,355	Valid
16.	0,717	0,355	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Melalui hasil uji validitas instrumen, untuk variabel literasi bisnis digital diketahui semua butir instrumen termasuk kategori valid dan semua butir layak dijadikan pertanyaan instrumen. Tahapan selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Reliabilitas adalah ukuran keakuratan suatu alat untuk mengukur beberapa kasus. Teknik pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan penggunaan rumus *Alpha Cronbach* dikarenakan instrumen penelitian yang diolah berbentuk kuesioner/angket dan skala ordinal.

Kaidah keputusan pada uji reliabilitas adalah jika hasil r hitung memiliki nilai sama dengan atau lebih besar dari nilai r tabel (r hitung $\geq r$ tabel) maka instrumen dinyatakan reliabel, dan sebaliknya jika hasil r hitung memiliki nilai lebih kecil daripada nilai r tabel (r hitung $< r$ tabel) maka instrumen dinyatakan tidak reliabel. Hasil pengujian instrumen menunjukkan bahwa semua item pernyataan untuk setiap konsep yang digunakan dalam penelitian ini berada pada kategori reliabel. Ringkasan uji reliabilitas instrumen dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6. Ringkasan Uji Reliabilitas Instrumen

No.	Konsep/Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
1.	Literasi kewirausahaan	0,911	Reliabel
2.	Literasi bisnis digital	0,937	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Selanjutnya, data yang telah diperoleh dari hasil jawaban responden terhadap kuesioner, disajikan untuk memberikan penjelasan secara umum secara spesifik. Kajian ini menggunakan dua konsep, yaitu mengenai literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital. Pada konsep literasi kewirausahaan terdiri dari 20 butir pernyataan dengan persentase skor dari setiap indikator tersaji pada Tabel 7 sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Persentase Skor Per Indikator Literasi Kewirausahaan

No.	Indikator	Σ Skor	% Skor
1.	Kecakapan dalam pengoptimalan biaya.	516	86.00
2.	Kecakapan mengorganisasikan usaha dengan penuh ketelitian.	519	86.50
3.	Memiliki pribadi supel dan pandai bergaul.	448	74.66
4.	Ulet dan bersungguh-sungguh.	474	79.00
5.	Berani mengambil resiko.	492	82.00
Jumlah		2.449	81.63%

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Dari hasil pengumpulan data yang diperoleh diketahui bahwa rata-rata perolehan skor pada hasil penyebaran kuesioner ialah 81,63% diketahui skor tertinggi yang diperoleh (86,00%), dan skor terendah yang diperoleh (74,66%). Berdasarkan data tersebut diinterpretasikan bahwa sebagian besar generasi milenial pelaku usaha di Kota Makassar memiliki literasi kewirausahaan yang sangat baik. Secara keseluruhan dengan skor rata-rata 81,63% menunjukkan bahwa pelaku usaha generasi milenial di Kota Makassar masuk dalam kategori yang sangat baik.

Temuan kajian ini menunjukkan bahwa pada indikator pertama dalam literasi kewirausahaan yaitu dalam berwirausaha seseorang harus cakap dalam pengoptimalan biaya. Hal tersebut berimplikasi bahwa biaya sangat berpengaruh terhadap jumlah output yang diperoleh dimana harus memperhatikan tingkat produktivitas suatu usaha. Jawaban responden yang berada dalam kategori sangat baik menunjukkan bahwa responden memahami dan mengapresiasi pengoptimalan biaya dalam usaha yang telah dijalankannya. Temuan tersebut sejalan dengan temuan Rvspk et al., (2020) dan Wardani et al., (2020) yang menyatakan bahwa meningkatkan ketidakpastian bisnis dapat dikurangi melalui pengoptimalan biaya, sehingga dengan demikian, untuk meningkatkan kinerja usaha dan kemampuan dalam mengoptimalkan biaya memungkinkan seseorang untuk membuat

keputusan yang lebih baik dengan mempertimbangkan biaya dan keuntungan. Pengoptimalan biaya sebagai indikator dalam literasi kewirausahaan penting karena dalam menjalankan usaha setiap pelaku usaha harus mampu agar keseluruhan usaha yang dijalankan bisa terkendali.

Temuan kajian pada indikator kedua dalam literasi kewirausahaan yaitu untuk berwirausaha, seseorang harus cakap dalam mengorganisasikan suatu usahanya dan mengatur keuangan dengan teliti. Artinya, seorang wirausaha harus memiliki kemampuan dalam merencanakan dan mengelola suatu usaha, misalnya cara merancang dan mengetahui dasar-dasar pengelolaan usaha. Kajian ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden berada dalam kategori sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memahami bagaimana cara pengorganisasian suatu usaha. Temuan tersebut sejalan dengan temuan (Christian, 2019) yang menyatakan bahwa kewirausahaan dapat dikatakan sebagai proses menciptakan sesuatu baru yang bernilai menggunakan waktu dan upaya, strategi keuangan, mengambil risiko atas kondisi yang belum pasti dan pada akhirnya menghasilkan imbalan uang dan kepuasan pribadi. Pengorganisasian usaha dan mengatur keuangan usaha dengan teliti sebagai indikator dalam literasi kewirausahaan penting agar pelaku usaha dapat memonitor bagaimana keuangan terlihat dalam suatu organisasi usaha.

Temuan kajian ini untuk indikator literasi kewirausahaan yang ketiga, yaitu memiliki pribadi yang supel dan pandai bergaul, berarti bahwa seorang wirausaha harus mampu membaaur dalam lingkungan pribadi maupun dengan orang lain untuk bisa membangun relasi dan memperluas jaringan. Temuan kajian ini menunjukkan bahwa jawaban responden berada dalam kategori baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memahami bagaimana dapat bergaul dalam lingkungan sosialnya. Temuan tersebut sejalan dengan temuan (Lubis, 2019) yang menyatakan bahwa interaksi dan kolaborasi dalam berbisnis diperlukan untuk menciptakan narasi yang positif, umum, dan penuh harapan, sehingga

memungkinkan setiap individu dan kelompok untuk berpartisipasi, dan mendapatkan manfaat dari, transformasi yang sedang berlangsung. Mudah dalam bersosialisasi sebagai indikator dalam literasi kewirausahaan penting dikarenakan pelaku usaha yang memiliki sifat demikian akan mudah dalam mencari konsumen atau pelanggan bahkan dalam mempromosikan usaha yang dijalankan.

Temuan kajian pada indikator keempat dalam literasi kewirausahaan yaitu untuk berwirausaha seseorang harus ulet dan bersungguh-sungguh, berarti bahwa seorang wirausaha harus memiliki kepribadian yang kuat, tidak mudah menyerah maupun berputus asa dalam menghadapi berbagai rintangan, serta bersungguh-sungguh dalam berusaha dengan mencurahkan tenaga, pikiran, waktu dan harta untuk mencapai keberhasilan. Temuan kajian ini menunjukkan bahwa jawaban responden berada dalam kategori baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kesungguhan dalam menekuni usaha yang telah dijalankan. Temuan tersebut sejalan dengan temuan (Oetomo dan Singgih, 2020) yang menemukan bahwa minat berwirausaha adalah keinginan, minat, dan kemauan untuk bekerja keras atau memiliki kemauan yang kuat untuk mandiri atau berusaha memenuhi kebutuhannya tanpa merasa takut akan risiko yang akan terjadi, serta kemauan yang kuat untuk belajar dari kegagalan. Kesungguhan pelaku usaha sebagai indikator dalam literasi kewirausahaan penting dikarenakan usaha yang dijalankan pasti berjalan sesuai dengan harapan karena tidak ada hal yang sia-sia apabila dikerjakan dengan bersungguh-sungguh.

Temuan kajian pada indikator kelima dalam literasi kewirausahaan yaitu untuk berwirausaha, seseorang yang memenuhi kebutuhan harus berani mengambil resiko, berarti bahwa seorang wirausaha harus memiliki keberanian dalam mengambil keputusan terkait aktivitas usaha, seperti memanfaatkan peluang dimana setiap keputusan yang diambil pasti memiliki dampak tertentu. Temuan kajian ini menunjukkan bahwa jawaban responden berada dalam kategori sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden

berani dalam pengambilan sebuah resiko. Temuan tersebut sejalan dengan temuan (Mavlutova et al.,2020) yang menyatakan bahwa pengusaha adalah individu yang memulai dan menjalankan bisnis dengan sumber daya dan perencanaan terbatas, dan bertanggung jawab atas semua risiko dan manfaat dari usaha bisnisnya, keberanian dalam mengambil resiko sebagai salah satu indikator dalam literasi kewirausahaan penting dikarenakan ketika seseorang tidak berani dalam mengambil keputusan, dia tidak akan mengetahui resiko apa yang akan dihadapi dan dia tidak akan melihat hal baru yang akan terjadi di dalam usaha yang dijalankannya.

Kelima indikator ini merupakan aspek yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha. Seorang pelaku usaha generasi milenial juga harus memiliki pengetahuan yang baik sebelum berpijak pada dunia usaha yang akan ditekuninya. Pelaku usaha generasi milenial sangat membutuhkan literasi kewirausahaan yang baik agar bisa menekuni usaha yang dijalankannya dengan sungguh-sungguh dan juga bisa menilai resiko sebagai suatu hal yang bernilai positif yang kapanpun bisa terjadi. Selanjutnya pada konsep literasi bisnis digital terdiri dari 16 butir pernyataan dengan persentase skor tersaji pada Tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Persentase Skor Per Indikator Literasi Bisnis Digital

No.	Indikator	Σ Skor	% Skor
1.	Menjadikan media sebagai referensi untuk menemukan ide usaha.	515	85.83
2.	Kemampuan menggunakan suatu media digital secara kreatif sebagai referensi untuk usahanya.	519	86.50
3.	Keterampilan individu menggunakan media digital dalam menjalankan usahanya.	502	83.66
4.	Memasarkan produk melalui sosial media.	535	89.16
Jumlah		2.071	86.28%

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Dari hasil pengumpulan data diketahui bahwa rata-rata perolehan skor pada hasil penyebaran kuesioner ialah 86.28% dengan skor tertinggi yang diperoleh sebesar 89,16%, dan skor terendah yang diperoleh sebesar 83,66%. Berdasarkan data tersebut dapat diinterpretasikan bahwa sebagian besar pelaku usaha generasi milenial di Kota Makassar memiliki iterasi bisnis digital yang sangat baik. Secara keseluruhan dengan skor rata-rata 86,28% menunjukkan bahwa pelaku usaha generasi milenial di Kota Makassar termasuk ke dalam kategori sangat baik.

Temuan kajian ini menunjukkan bahwa pada indikator pertama literasi bisnis digital yaitu menjadikan media digital sebagai referensi untuk menemukan ide usaha, berarti bahwa di era masa kini, ruang dan waktu tidak lagi membatasi seseorang untuk menemukan ide dalam memulai usahanya, dengan semakin berkembangnya teknologi sebagai tempat untuk menemukan serta mengembangkan ide usahanya. Temuan kajian ini menunjukkan bahwa jawaban responden berada dalam kategori sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memahami penggunaan media digital dalam pencarian ide usaha. Temuan tersebut sejalan dengan temuan (Alice dan Nsikan, 2017) literasi digital sangatlah penting karena melengkapi wirausaha dengan keterampilan berpikir kritis dan kemampuan untuk mengevaluasi dan memahami dan menafsirkan informasi dari internet. Penggunaan media digital sebagai referensi usaha dalam indikator literasi bisnis digital penting dikarenakan referensi ide usaha yang didapatkan dari media digital akan membantu kelancaran usaha yang dijalankan, khususnya dalam membentuk pengetahuan yang bersifat eksplisit.

Temuan kajian ini menunjukkan bahwa pada indikator kedua literasi bisnis digital yaitu individu yang mempunyai kemampuan menggunakan suatu media digital secara kreatif dapat mengendalikan dan memilah informasi yang diperoleh sebagai referensi untuk usahanya, berarti bahwa pengguna media mampu menyaring informasi yang didapatkan dari berbagai media. Temuan kajian ini menunjukkan bahwa jawaban

responden berada dalam kategori sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memahami bagaimana penggunaan media digital secara kreatif agar dapat mengelola informasi sebagai referensi usaha. Temuan tersebut sejalan dengan temuan (Alice dan Nsikan, 2017) yang menyatakan bahwa sumber informasi yang tersedia secara online, akan mampu diakses oleh orang-orang yang memiliki literasi digital yang baik melalui kemampuan dalam mengakses komputer, database, atau internet. Penggunaan media digital secara kreatif dalam indikator literasi bisnis digital penting dikarenakan media digital merupakan sarana yang mampu mendorong usaha yang kreatif dan inovatif dalam memikat konsumen, khususnya dalam pemasaran produk.

Temuan kajian ini menunjukkan bahwa pada indikator ketiga literasi bisnis digital yaitu keterampilan individu yang menggunakan media digital untuk bisa menggunakan teknologi untuk menjalankan usahanya, berarti bahwa pelaku usaha dapat menggunakan teknologi dengan baik untuk mendukung usahanya, karena saat ini kebanyakan orang berbelanja atau melakukan transaksi pembelian via online. Temuan ini menunjukkan bahwa jawaban responden berada dalam kategori sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden cakap dalam menggunakan teknologi yang terus berkembang dalam pengelolaan usahanya. Temuan tersebut sejalan dengan temuan (Oluwakemi, 2019) yang menyatakan saat ini kita hidup dalam masyarakat informasi dimana lebih banyak orang harus mengelolala lebih banyak informasi, yang pada gilirannya membutuhkan lebih banyak dukungan teknologi, yang menuntut dan menciptakan lebih banyak informasi. Komputer digunakan untuk hampir setiap aspek kehidupan. Mereka juga digunakan di perbankan, media massa, penerbitan, komunikasi dan mereka membawa kualitas dalam music, fotografi, pemasaran, pembuatan film dan bisnis lainnya. Penggunaan media digital dalam indikator literasi bisnis digital penting dikarenakan karena kempuan ini dapat memudahkan transaksi antara penjual dan pembeli apalagi dalam transaksi online.

Temuan kajian ini menunjukkan bahwa pada indikator keempat literasi bisnis digital yaitu pengguna media digital akan lebih leluasa memasarkan produk melalui media sosial. Pemanfaatan media Pemasaran digital produk atau layanan sangat bermanfaat bagi pelaku usaha. Temuan kajian ini menunjukkan bahwa jawaban responden berada dalam kategori sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kemampuan dalam memasarkan produk melalui media digital. Temuan tersebut sejalan dengan temuan (Oluwakemi, 2019) yang menyatakan bahwa literasi digital adalah tentang memahami informasi ketika disajikan dalam format yang berbeda, dan mencari tahu bagaimana menggunakannya dengan cara yang aman dan produktif. Misalnya dalam menjalankan bisnisnya, teknologi digital dapat digunakan untuk menjual barang atau jasa. Pemasaran melalui media digital dalam indikator literasi bisnis digital penting dikarenakan penjualan yang dilakukan secara online akan semakin menambah keuntungan dan pemasaran secara online juga lebih banyak menjangkau pelanggan apalagi yang berada diluar daerah.

Berdasarkan masing-masing indikator dari literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital jika dilihat dari persepektif Kirzerian Entrepreneur yang berfokus pada suatu pola kerja manusia baik dari segi keuletan, keseriusan, kemandirian, dan kesungguhan dalam berusaha, merupakan pendekatan teoritis dasar yang sangat penting dalam pengembangan kewirausahaan (Stevanovic, 2016). Dalam konteks ini, literasi kewirausahaan sangat penting bagi pelaku usaha pada era milenial sekarang ini. Literasi kewirausahaan sangat membantu untuk membangun jiwa wirausaha kepada generasi milenial. Dalam upaya meningkatkan jumlah wirausaha harus diawali dengan tumbuhnya minat berwirausaha. Ini harus dimulai dari tingkat sekolah hingga perguruan tinggi. Berbagai upaya dilakukan untuk menumbuhkan niat berwirausaha terutama mengubah pola pikir yang masih berorientasi sebagai pencari kerja ketimbang pencipta lapangan kerja (Supratman & Wahyudin, 2017; Hasan et al, 2020). Kewirausahaan dan

pendidikan adalah dua peluang unik yang harus dipadukan untuk mengembangkan bakat yang dibutuhkan untuk membangun masyarakat di masa depan (Lubis, 2019).

Kewirausahaan yang dipelajari berkaitan dengan keterampilan manajemen waktu, manajemen sumber daya manusia, kemampuan mengidentifikasi dan memecahkan masalah, kemampuan merencanakan dan menemukan cara serta pengendalian untuk mencapainya, merupakan sebuah pengalaman yang dapat diperoleh melalui berwirausahaan (Simanjuntak et al., 2016). Untuk saat ini, semangat kewirausahaan sangat bagus untuk ditanamkan terlebih lagi lapangan kerja semakin sempit, sedangkan angkatan kerja selalu bertambah dan meningkat. Jadi, diperlukan upaya atau cara agar pengangguran tidak semakin bertambah banyak (Rahmah, 2017). Seorang pelaku usaha terutama generasi milenial dimasa sekarang dan yang akan datang harus mempunyai bekal pengetahuan yang cukup agar usaha yang dijalankan dapat berjalan lancar, dan generasi milenial ini juga harus mampu mengatasi permasalahan yang dapat muncul kapan saja.

Kemajuan teknologi di era ini tidak diragukan lagi. Secara umum diketahui bahwa teknologi digital memainkan peran penting di era digital (Kaeophanuek et al., 2018). Perkembangan teknologi telah memberikan kontribusi yang sangat diperlukan bagi operasional bisnis. Mengingat teknologi telah berproduksi, dipasarkan, dan didistribusikan, tidak dapat dipungkiri bahwa perekonomian dunia, khususnya negara berkembang seperti Indonesia, sedang menuju ekonomi digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kajian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital pelaku usaha generasi milenial. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa kemampuan literasi kewirausahaan pelaku usaha generasi milenial di Kota Makassar sebesar 81,63% dan kemampuan literasi bisnis digital pelaku usaha generasi milenial di Kota Makassar sebesar 86,28%. Dengan ini dapat diketahui bahwa pelaku usaha

generasi milenial memiliki kriteria sangat baik dalam hal literasi kewirausahaan dan literasi digital bisnis. Kemampuan literasi harus ditingkatkan sebelum menjalankan suatu usaha agar nantinya bisnis ataupun usaha yang dijalankan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.

Literasi kewirausahaan berkaitan erat dengan pemahaman suatu individu (generasi milenial) terhadap kewirausahaan dengan dilandasi karakter yang positif, membangun, bijaksana, dan inovatif. Ini terkait dengan semua aspek perilaku dan tindakan manusia mengembangkan kreativitas, merangsang lahirnya ide dan memperkaya kebutuhan manusia.

Pada literasi bisnis digital, potensi dan pengetahuan manusia terkait dengan pemanfaatan teknologi digital, sarana komunikasi, menyiapkan dan mengevaluasi informasi secara sehat dan penuh perhatian dan sesuai dengan hukum kehidupan memungkinkan orang untuk menggunakan teknologi secara bertanggung jawab

Literasi bisnis digital juga mempunyai pengaruh yang sangat rinci terhadap kehidupan bisnis yang dijalankan. Zaman yang semakin berkembang menjadi serba canggih akan mempengaruhi teknologi yang maju setiap detiknya. Maka dari itu, peningkatan literasi bisnis digital juga harus dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Albulescu, C. T., Tămășilă, M., & Tăucean, I. M. (2016). Entrepreneurship, Tax Evasion and Corruption in Europe. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 221(1), 246-253.
- Alice, O.O., & Nsikan, A. O. (2017). Digital Literacy and the Implication on Nigerian Digital Library. *International Journal of Library and Information Science Studies*, 3(2), 13-19.
- Andriani, D. P., Hamdala, I., Swara, S. E., & Fadli, H. (2019). Perancangan Business Digital Platform dalam Mendukung Keberlanjutan IKM dengan Pendekatan Quality Function Deployment. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 18(1), 42-54.
- Budy, D. A. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi Kewirausahaan Terhadap Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal for Business and Entrepreneur*, 1(1), 7-22.

- Christian, M. (2017). Pengaruh Faktor Perilaku Pada Kelompok Millineal terhadap Keinginan Untuk Berwirausaha. *Journal of Business & Applied Management*, 10(02), 92-105.
- De Jong, J. P. J., & Marsili, O. (2015). The distribution of Schumpeterian and Kirznerian opportunities. *Small Business Economics*, 44(1), 19-35.
- Tanti, G. A. S., & Dewi, P. E. D. M. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 11(2), 320-330.
- Hamburg, I., Emma, O., & Gabriel, V. (2019). Entrepreneurial Learning and AI Literacy to Support Digital Entrepreneurship. *Balkan Region Conference on Engineering and Business Education and International Conference on Engineering and Business Education*, 132-144.
- Hasan M., Musa, C. I., Arismunandar., Thamrin, T., Azis, M., Rijal, S., Mustari., & Ahmad, M. I. S. (2020). How does Entrepreneurial Literacy and Financial Literacy Influence Entrepreneurial Intention in Perspective of Economic Education?. *Talent Development & Excellence*, 12(1), 5569-5575.
- Hasanah, U. U., & Setiaji, K. (2019). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa dalam E-Business. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 1-18.
- Herawati, J., Sumartiah, S., & Sari, P. P. (2020). Pelatihan Membangun Jiwa Wirausaha Aneka Kerajinan Berdasarkan Ajaran Tamansiswa Kepada Ibu-ibu Wirogunan Yogyakarta. *Jurnal Akses Pengabdian Indonesia*, 5(2), 68-75.
- Indrawati, A., Barus, I. N., Solihin, D., & Nurqamarani, A. S. (2020). Peningkatan Motivasi Kewirausahaan dan Kemandirian melalui Pelatihan Segmentasi Pasar. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 4(1), 8-13.
- Kaeophanuek, S., Jaitip, N., & Prachyanum N. (2018). How to Enhance Digital Literacy Skills among Information Sciences Students. *International Journal of Information and Education Technology*, 8(4), 292-297.
- Lubis, R. L. (2019). Digital Entrepreneurship in Academic Environment: Are We There Yet? *Journal of Teaching and Education*, 9(1), 167-193.
- Mavlutova, I., Lesinskis, K., Liogys, M., & Hermanis, J. (2020). Innovative Teaching Techniques for Entrepreneurship Education in the era of Digitalisation. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 16(1), 725-733.
- Noormalita, P. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Pada Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Economia*, 13(1), 68-78.
- Oetomo, B. S. D., & Singgih, S. (2020). The Effect of Entrepreneurship Literacy and University Support on Entrepreneurial Interest to Run Start-Up Business among Students. *The International Journal on Business Management and Technology*, 4(3), 57-62.
- Oluwakemi, T. O. (2019). Digital Literacy and Entrepreneurial Return Among Small Business Owners in Lagos State, Nigeria. *Education & Science Journal of Review and Curriculum Development*, 9(2) 1-11.
- Periansya, P. (2018). Analysis of Effect of Education Entrepreneurship and Family Environment Towards Interest Students Entrepreneurs. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 25-32.
- Prabawati, S. (2019). Pengaruh Efikasi Diri, Pendidikan Kewirausahaan, Literasi Keuangan, dan Literasi Digital terhadap Perilaku Berwirausaha Siswa SMK Negeri 10 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 7(1), 64-76.
- Razak, N. A., Nadiah, F., & Pisal, A. (2016). Development of Muslim Women Social Entrepreneurs: Towards Digital Economy. *International Journal of Business, Economics and Law*, 9(5), 52-57.
- Rahmah, Y. F. (2017). Entrepreneurial Education dan Entrepreneurial Intention : Social Support. *Jispo*, 7(1), 74-82.
- Riduwan. (2007). *Skala Pengukuran Variabel Variabel Penelitian*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Rvspk, R., Hms, P., & Rgn, M. (2020). Digital Literacy, Business Uncertainty & Economic Performance: An Empirical Study of Small Businesses in Sri Lanka. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 1(1), 53-61.
- Saharuddin, A., Wijaya, T., Elihami, E., & Ibrahim, I. (2019). Literation of Education and Innovation Business Engineering Technology. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 1(1), 1-8.
- Saptono, A., Wibowo, A., & Shandy, B. (2020). Factors Influencing Intention to Establish Business (Start-up). *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(8), 73-91.
- Sari, S. (2019). Literasi Media Pada Generasi Milenial di Era Digital. *Profesional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 6(2), 30-42.
- Simanjuntak, M., Awwaliyah, I., Hayati, H., & Artanto, R. J. (2016). The Entrepreneurial Potential among Undergraduate Students. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 17(2), 75-84.
- Sobari, I. S., & Ambarwati. (2020). Membangun Jiwa Kewirausahaan di Era Milenial Bagi Mahasiswa Institut STIAM I Kampus Tangerang Selatan. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 140-144.

- Stevanović, M. (2016). The Role of Financial Perspective of Entrepreneurship and Rural Development for the Purpose of Strengthening Serbian Economy. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 221(1), 254-261.
- Sundari, C. (2019). Revolusi Industri 4.0 Merupakan Peluang dan Tantangan Bisnis Bagi Generasi Milenial di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers, Fintech dan E-Commerce untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM dan Industri Kreatif*, 555-563.
- Supratman, L. P., & Wahyudin, A. (2017). Digital Media Literacy to Higher Students in Indonesia. *International Journal of English Literature and Social Sciences*, 2(5), 51-58.
- Tjiptono, F. (2017). Kewirausahaan, Kinerja Keuangan, dan Kelangengan Bisnis. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 15(1), 17-26.
- Wardani, D. K., Baedhowi, B., Pratomo, L. C., & Pratiwi, A. D. (2020). The Digital Economic Literacy of Entrepreneurs Managing Small and Medium Enterprises in the Era of Industrial Revolution 4.0. *International Journal of English Literature and Social Sciences*, 5(6), 1957-1962.
- Warokka, A. (2020). Digital Marketing Support and Business Development Using Online Marketing Tools: An Experimental Analysis. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(1), 1181-1188.
- Yuliani, N., Novita, D., & Pramestari, D. (2019). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Kawula Muda di Era Milenial Melalui Pendekatan Inside-Out. *IKRAITH-ABDIMAS*, 2(2), 12-22.