

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Memasuki Industri 4.0 saat ini telah terjadi pergeseran banyak aktifitas yang sebelumnya dikerjakan secara manual atau tradisional, kini telah berubah ke era globalisasi atau era teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari di lingkungan masyarakat Indonesia. Dengan telah terjadi perubahan kebiasaan Masyarakat Indonesia yang sebelumnya tidak mengenal digital dalam melakukan aktifitas sehari-hari termasuk berbisnis sudah memasuki era digitalisasi.

Melihat potensi pertumbuhan ekonomi di era globalisasi saat ini telah menciptakan tantangan baru bagi masyarakat Indonesia, khususnya generasi milenial, yang mau tidak mau harus siap bersaing di dunia kontemporer. Dengan melakukan kegiatan Bisnis di Indonesia di era digital saat ini telah meningkatkan kompetisi tanpa batas, dan juga membuat daya saing bisnis di pasar dunia telah menjadi momok yang menakutkan akibat dari perubahan kemajuan teknologi dan komunikasi yang saat ini kita kenal dengan Industri 4.0.

Saat ini kita ketahui Bersama bahwa banyak generasi muda atau yang kita kenal dengan generasi millennial Indonesia sudah mulai berubah mengikuti perkembangan zaman dengan mengikuti trend-trend di masyarakat terhadap perkembangan dunia digital seperti munculnya produk produk baru yang bernuansa

*) Tidak untuk dijadikan referensi 

digital seperti Handphone yang sebelumnya hanya menyediakan sarana komunikasi dan pengiriman pesan saja melalui SMS, kini telah banyak fitur-fitur yang memanjakan para pelanggannya.

Perubahan fitur-fitur yang disediakan oleh para produsen ini dengan memasukkan unsur digitasi dan digitalisasi ini yang telah terjadinya pergeseran perilaku manusia menuju ke arah digitasi dan digitalisasi sehingga membentuk budaya baru.

Dengan terjadinya banyak perubahan dunia digital di masyarakat Indonesia maka kita temukan dalam kegiatan bisnis pun terjadinya pergeseran yang sebelumnya bila kita ingin membeli sebuah produk, kita harus pergi ke pasar untuk membelinya, namun seiring terjadinya proses digitasi dan digitalisasi yang kita kenal dengan istilah IOT (Internet of Thing), kita tidak perlu lagi bersusah payah untuk membeli barang ke pasar, tetapi kita cukup membeli barang melalui pasar pasar atau toko toko digital atau yang kita kenal dengan istilah e-commerce.

Era digital saat ini terjadi di era generasi millennial. Istilah generasi millennial yaitu generasi muda yang dituntut kreatifitas dan lebih imajinatif, pemikir yang kritis bila dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Oleh karena itu, generasi millennial saat ini dalam berpikir dan beraktifitas telah mengikuti apa yang telah menjadi trend

trend di Masyarakat termasuk informasi informasi yang akan muncul di Masyarakat pun bisa menjadi trend baru dan disukai oleh anak muda¹.

Seiring munculnya fitur fitur baru melalui Handphone yang kita miliki saat ini, telah banyak kita temui media media social yang dapat digunakan untuk berbisnis. Banyak mahasiswa yang tergiur untuk melakukan kegiatan bisnis mulai dari berbisnis kecil kecilan hingga berbisnis di level menengah ke atas. Saat ini banyak kita temukan Mahasiswa telah mulai belajar berbisnis dengan berkumpulnya beberapa orang mahasiswa yang ingin memperoleh uang jajan atau uang tambahan untuk kebutuhan selama menjadi Mahasiswa dengan berjualan atau berdagangan menggunakan media media social seperti Facebook, Instagram, Tokopedia, Shopee dan lain lain yang mana tujuan dari mereka berbisnis tidak lain dan tidak bukan adalah untuk memperoleh uang saku selain yang mereka terima dari kedua orang tua mereka.

Awalnya mereka berkumpul dan berkomitmen untuk mencari uang tambahan atau uang tambahan penghasilan mereka untuk membayar pengeluaran seperti biaya kuliah dan tanggung jawab lainnya karena usia mereka yang masih muda dan ketersediaan waktu luang. Kemampuan untuk memulai bisnis di usia muda dapat menguntungkan dalam jangka panjang. Banyak mahasiswa yang sekarang mengelola bisnis yang sukses. Karena usia muda dan ketersediaan waktu luang, mahasiswa yang

¹ Musnaini, dkk. 2020, "Pola Pikir Kewirausahaan Di Era Digital," dalam *Digipreneurship (Kewirausahaan Digital)*, (Banyumas: Penerbit CV. Pena Persada), hlm 22-23.

menciptakan bisnis dengan keseriusan dan pengabdian mungkin dapat menambah penghasilan mereka untuk membayar pengeluaran seperti biaya kuliah dan komitmen lainnya.

Kebangkitan kewirausahaan digital telah memberikan dampak yang luar biasa pada ekonomi global. Pola komunikasi global telah berubah sebagai hasil dari perusahaan digital berbasis internet seperti Google, Facebook, dan Microsoft. Digitalisasi juga berpengaruh pada penciptaan wirausahawan baru; peluang untuk mendigitalkan cabang bisnis atau membawa perusahaan offline menjadi online meningkatkan kemungkinan pembentukan bisnis baru². Memulai sebuah perusahaan dapat menjadi pilihan yang tepat bagi mahasiswa yang ingin menambah penghasilan sambil mendapatkan pengetahuan dan pengalaman ketika mereka memutuskan untuk mencari peluang karier lain setelah lulus kuliah.

Dalam dunia bisnis akan selalu terjadinya persaingan. Untuk memenangkan persaingan ini, perusahaan harus memanfaatkan teknologi informasi atau yang kita kenal sekarang dengan istilah IOT (Internet of Things). Dengan menerapkan IOT ini, dunia bisnis atau perusahaan dituntut melakukan produktifitas dan efisiensi. Kemajuan teknologi saat ini telah mengubah peradaban manusia ke dunia digitalisasi sesuai perkembangan zaman. Dengan menerapkan Teknologi informasi dapat

² Asep Totoh, "Wirausaha Digital Milenial". <https://kumparan.com/asep-totoh/wirausaha-digital-milenial>. Diakses pada 30 Juni 2021, pukul 17.59.

meningkatkan daya saing dalam menggerakkan operasional bisnis yang memberikan manfaat positif bagi Perusahaan dalam membangun masa depannya³.

Seiring dengan kemajuan teknologi, konsumen lebih cenderung menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan belanja sehari-hari. Kesuksesan belanja melalui internet telah mendorong terciptanya beberapa situs toko online, termasuk di Indonesia. Hal ini didukung dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang melakukan pembelian melalui internet⁴.

Peneliti tertarik untuk meneliti efek atau pengaruh kewirausahaan digital terhadap minat wirausaha. Lebih lanjut peneliti mempunyai satu informasi yang telah memenuhi kriteria untuk diteliti antara lain: pertama, mahasiswa UNJ yang mempunyai usaha atau bisnis UMKM berbasis digital atau online, dan sudah menekuni usahanya minimal 1 tahun. Faktor kemajuan teknologi dapat mendorong perekonomian menjadi lebih bersifat digital sehingga dengan perubahan ini akan sangat berperan penting dan positif dalam memacu tumbuhnya minat wirausahawan sehingga otomatis akan mengurangi tingkat pengangguran dan menciptakan lingkungan pekerjaan. Dalam Penelitian ini, Peneliti tertarik meneliti hal yang berkaitan dengan “Kewirausahaan Digital Pada Generasi Milenial (Studi Kasus Pada Kewirausahaan Digital Terasanalogi.id)”.

³ Selviana Hoki dan Adi Rizfal Efriadi, 2022, The Influence Of Effectiveness And Trust In Using Accounting Information System Technology On Employee Performance At Reinforcement Steel Companies In Jakarta. *International Journal Of Digital Entrepreneurship and Business*. Vol. 4, No. 1, Februari.

⁴ Arsil Imawan dan Ayu Eka Sari, 2020, Brand Trust Enhancing Sales Promotion Through Online Shopping. *International Journal Of Digital Entrepreneurship and Business*. Vol. 1, No. 1. August.

1.2 Permasalahan Penelitian

Dengan telah terjadinya perubahan dunia digital saat ini, hal ini telah membuat generasi millennial tergiur untuk berwirausaha dengan menggunakan banyaknya media social yang awalnya hanya berfungsi mempermudah membangun komunikasi antara satu orang kepada orang lain baik yang belum kenal maupun yang sudah kenal seperti media social Facebook, Instagram, Tokopedia, Shopee, dan lain lain, namun kenyataannya saat ini peran media social tersebut dapat dipakai untuk melakukan wirausaha.

Dengan munculnya peran media social yang berubah fungsi tersebut, kenyataannya telah mampu memunculkan banyak wirausahawan baru. Kegiatan usaha ini diawali dengan munculnya gagasan untuk berwirausaha untuk memperoleh keuntungan dan kegiatan ini terinspirasi dari definisi kata “entrepreneur” dalam bahasa Prancis, yaitu orang yang merombak sistem ekonomi dengan menghadirkan barang dan jasa baru dengan membangun sistem manajemen modern mulai dari Visi, Misi, kebijakan dan sasaran / target yang ingin dicapai mulai dari mengelola supply chain hingga menjadi value chain untuk menghasilkan produk dan ataupun jasa⁵.

Mengingat peran media social di era digital saat ini merupakan salah satu media yang digunakan dalam mengelola bisnis, maka peneliti akan melakukan penelitian focus pada beberapa mahasiswa yang membangun wirausaha secara digital antara lain :

⁵ Alma, Buchari, 2009, Kewirausahaan. Alfabeta, Bandung.

1. Bagaimana gambaran kewirausahaan digital pada Terasanalogi.id ?
2. Bagaimana hambatan dan tantangan yang dihadapi Terasanalogi.id sebagai bentuk kewirausahaan digital ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut yaitu :

1. Untuk mendeskripsikan gambaran kewirausahaan digital pada Terasanalogi.id.
2. Untuk mendeskripsikan tantangan dan masalah yang dihadapi oleh Terasanalogi.id sebagai salah satu bentuk kewirausahaan digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat teoretis dan manfaat akademis adalah dua kategori yang menjadi keunggulan dalam penelitian ini. Manfaat yang dicatat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi khususnya dalam bidang ilmu sosiologi. Penelitian ini selanjutnya akan digunakan sebagai sumber informasi atau bahan bacaan baru bagi siapa saja yang

mencari buku-buku tentang kewirausahaan digital mahasiswa. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru dan relevan bagi siapa saja yang membutuhkan.

2. Selain itu, penelitian ini juga ingin menunjukkan kepada para pembaca mengenai kesulitan dan permasalahan yang dihadapi oleh para mahasiswa dalam menjalankan bisnis digital.

b. Manfaat Akademik

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan teori baru untuk investigasi serupa dan menjadi dasar untuk investigasi lebih lanjut, terutama dalam sosiologi ekonomi yang berkaitan dengan era baru sosiologi ekonomi, atau sosiologi ekonomi digital.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Peneliti menggunakan delapan literatur yang terkait dengan subjek saya sebagai panduan untuk melakukan penelitian. Sebagai dasar untuk melakukan penelitian ini dan sebagai tolak ukur pelaksanaannya, dua peneliti dipilih dari jurnal nasional dan dua dari jurnal internasional. Keempat tinjauan literatur ini juga menyimpang dari penelitian saya, yang saya gunakan untuk mengembangkan evaluasi penelitian saya dan memperkuat landasan untuk skripsi saya. Para peneliti dapat menyusun prosedur persiapan penelitian yang berbasis teori dan konsep melalui penggunaan penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya berfungsi sebagai sumber

daya dan membantu para peneliti melakukan penelitian ini. Para peneliti melihat empat makalah sebelumnya dalam hal metodologi penelitian terkait.

Pertama, ditulis oleh Ahmad Gunawan, D Hazwardy dalam bentuk Jurnal Nasional, Volume 3, No. 1, hal. 81-88 pada tahun 2020 dengan judul *Pelatihan Digital Entrepreneurship Untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha*⁶. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Gunawan, D Hazwardy dilatarbelakangi oleh dengan banyaknya pengangguran dan sulitnya mencari lapangan pekerjaan baru, hasil yang wajar dengan informasi inovatif yang didapat dari persiapan usaha bisnis terkomputerisasi nantinya akan menjadi modal untuk memulai bisnis sendiri sejak dini. Dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam usaha komersial seseorang, pelatihan kewirausahaan bertujuan untuk mengembangkan sikap mental dan semangat yang selalu aktif atau kreatif, berdaya, berkreasi, berkarya, dan bersahaja. Hasil dari pelatihan ini adalah sikap antusias para peserta dalam mengikutinya. Beberapa peserta bahkan sudah mampu membuat website perusahaan, mendaftarkan diri di marketplace, dan berani mengiklankan produknya di media sosial.

⁶ Ahmad Gunawan, D Hazwardy, 2020, Pelatihan Digital Entrepreneurship Untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. Jurnal Abdimas Dewantara P-ISSN: 2615-4889 E-ISSN: 2615-8782 Volume 3, No. 1, Maret 2020, hal. 81-88.

Penelitian Ahmad Gunawan, D Hazwardy membahas tentang Pelatihan Dasar Digital Entrepreneurship, Tujuan dari pelatihan tahap ini adalah dalam rangka membangkitkan semangat peserta pelatihan agar termotivasi untuk berwirausaha di era digital. Kemudian membantu mereka menemukan ide-ide kreatif untuk dirancang dengan memanfaatkan teknologi informasi terkini sebagai sebuah perusahaan. Konsep untuk membuat bisnis yang mereka jalankan terasa lebih ringan dan menyenangkan tidak lepas dari bakat, minat, dan keterampilan yang mereka miliki. Generasi milenial yang memiliki kecenderungan untuk berwirausaha dan ketertarikan terhadap teknologi menjadi target sasaran dari program pengenalan kewirausahaan digital ini.

Pelatihan Penguatan Usaha Digital Entrepreneur, Pada tahap persiapan untuk memperkuat organisasi usaha bisnis yang terkomputerisasi, mereka diperlihatkan bagaimana memulai bisnis yang terkomputerisasi. Mulai dari mencari tahu cara membuat situs, mengawasi situs, memublikasikan di web baik menggunakan hiburan virtual atau Google AdSense, atau media lainnya. Mempersiapkan anggota seharusnya menuju tahap awal dan tahap pengembangan awal. Pada tahap ini, Anda harus memiliki situs, terdaftar di pusat komersial dan hiburan berbasis web, dan berpromosi di web. Pada tahap ini, bagi masyarakat yang belum memiliki barang, kami himbau untuk menjadi affiliate atau dropshipper. Dengan model dropshipper ini, mempersiapkan member tidak perlu mengeluarkan modal yang besar terlebih dahulu karena tenaga dan produk yang dimaksud pembeli didapat dari produsen atau

provider. Hal utama dalam tahap persiapan ini adalah peserta didik berani menjual dagangan orang lain terlebih dahulu. Komputerisasi Bisnis visioner Persiapan Peningkatan Bisnis. Pada tahap persiapan transformatif ini, diharapkan para generasi milenial sudah memiliki pengetahuan yang memadai dan kemampuan yang mumpuni untuk dapat bertahan menghadapi bisnis berbasis inovasi surat menyurat. Mereka sudah menguasai kerangka kerja Website Design Enhancement (perbaikan situs) sehingga situs dan iklan yang dipasang dapat dipesan dengan lebih mudah dan cepat sehingga pembeli akan menyukai produk yang ditawarkan, sudah memahami tata kerja pusat perbelanjaan dengan tujuan agar menarik pelanggan lebih sederhana. Pada tahap pengembangan selanjutnya, Anda saat ini bukan dropshipper atau afiliasi, namun Anda harus memiliki produk Anda sendiri sebagai penyedia dan orang-orang mulai menjadi afiliasi kami, sehingga Anda akan mulai menghadapi persaingan yang sangat ekstrim. Pada tahap ini anggota diharapkan untuk mengembangkan dan imajinatif dalam item untuk memenangkan oposisi. Tingkat persaingan akan dimenangkan jika barang yang diklaim memiliki kualitas terbaik dan sifat pelayanan yang lebih baik dari pembeli seperti pengiriman barang, menjawab permintaan pembeli dengan cepat, pengemasan barang yang sempurna dan proses permintaan yang mudah dan cepat.

Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Peneliti menggunakan metode diskusi dan praktik. Metode diskusi adalah cara penyajian informasi dan pengetahuan dimana para peserta dihadapkan kepada suatu masalah

yang biasa berupa pernyataan atau pertanyaan yang bersifat problematis untuk dibahas dan dipecahkan bersama-sama. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode diskusi dan praktik dengan Generasi Muda atau generasi milenial yang berstatus sebagai Siswa Siswi SMAN 1 Cikarang Utara, SMK Puja Bangsa, SMA Islam Darunnadwah. Kegiatan pengabdian kepada Siswa siswi SMAN 1 Cikarang Utara, SMK Puja Bangsa, SMA Islam Darunnadwah ini dilaksanakan melalui Penyuluhan, Pelatihan dan Motivasi Kewirausahaan.

Hasil temuan dalam penelitian ini adalah Pelatihan Dasar Digital Entrepreneurship, Tujuan dari pelatihan tahap ini adalah dalam rangka membangkitkan semangat peserta pelatihan agar termotivasi untuk berwirausaha di era digital. Kemudian membantu mereka menemukan ide-ide kreatif untuk dirancang sebagai sebuah usaha dengan memaksimalkan teknologi informasi saat ini. Ide tersebut tidak lepas dari kemampuan, skill dan hobi yang mereka miliki agar usaha yang mereka jalankan terasa lebih ringan dan menyenangkan. Sasaran pelatihan dasar digital entrepreneurship ini adalah para generasi milenial yang memiliki kecenderungan untuk berwirausaha dan memiliki minat untuk segera memulai usaha (pre start-up stage). Pelatihan Penguatan Usaha Digital Entrepreneur, Pada tahap pelatihan penguatan usaha digital entrepreneurship ini, diajarkan bagaimana memulai usaha digital. Dimulai dari belajar pembuatan website, mengelola website, beriklan di internet baik menggunakan media sosial atau google adsense, atau media lainnya. Peserta pelatihan diharapkan sudah berada pada tahap berani memulai usaha (the

start-up stage) dan tahap pertumbuhan usaha (early-growth stage). Tahap ini sudah mulai harus memiliki website, terdaftar di market place dan media sosial dan beriklan secara online. Pada tahap ini bagi yang peserta pelatihan yang tidak memiliki produk, kami dorong untuk menjadi reseller atau dropshipper. Dengan model dropshipper ini maka peserta pelatihan tidak perlu harus keluar modal besar terlebih dahulu karena barang atau jasa yang diminta konsumen didapat dari produsen atau supplier. Hal yang terpenting pada pelatihan tahap ini adalah peserta pelatihan memiliki keberanian untuk menjual barang orang lain terlebih dahulu. Pelatihan Pengembangan Usaha Digital Entrepreneur, Pada tahap pelatihan pengembangan ini diharapkan generasi millennial sudah memiliki pengetahuan yang cukup dan kemampuan yang mumpuni untuk dapat bertahan mengelola bisnis berbasis teknologi komunikasi. Mereka sudah mengerti sistem kerja SEO (search engine optimization) agar website dan iklan yang dipasang dapat terindeks lebih mudah dan cepat sehingga konsumen akan lebih memilih produk yang ditawarkan, sudah mengerti sistem kerja marketplace agar lebih mudah menggait pelanggan. Di tahap later-growth stage (tumbuh berkelanjutan) ini tidak lagi menjadi dropshipper atau reseller tapi harus memiliki produk sendiri sebagai supplier dan orang pun mulai menjadi reseller kita, oleh karena itu akan mulai berhadapan dengan persaingan yang cukup ketat. Pada tahap ini peserta dituntut untuk berinovasi dan berkreaitivitas dalam produk untuk memenangkan kompetisi. Tingkat persaingan akan dimenangkan apabila produk yang di miliki berkualitas terbaik dan unggul dalam kualitas pelayanan terhadap konsumen seperti

pengiriman tepat waktu, merespon pertanyaan konsumen dengan cepat, pengemasan produk rapi dan proses pemesanan mudah dan cepat.

Kedua, ditulis oleh Wiwik Maryati, Ida Masriani dalam bentuk Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 4, Nomor 2, Desember pada tahun 2019 dengan judul *Peluang Bisnis Di Era Digital Bagi Generasi Muda Dalam Berwirausaha: Strategi Menguatkan Perekonomian*⁷. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wiwik Maryati, Ida Masriani dilatarbelakangi oleh fenomena individu yang melakukan bisnis online sedang naik daun, tidak terkecuali mahasiswa. Mereka tidak akan mempertimbangkan mencari pekerjaan pemerintah, bepergian ke kota, atau bahkan bekerja di luar negeri jika mereka dapat menghasilkan uang dengan bekerja dari rumah dengan melakukan bisnis internet. Orang tidak lagi ragu untuk menangani kewirausahaan karena mereka pernah percaya bahwa itu membutuhkan uang dalam jumlah besar. Teknologi telah mengubah perilaku, dan individu sekarang termotivasi untuk menggunakannya untuk keuntungan mereka jika mereka tidak ingin dicap sebagai orang yang tertinggal.

Penelitian ini menguraikan inovasi komputerisasi dalam penyediaan pintu terbuka dengan peningkatan bisnis untuk usia yang lebih muda di daerah Jombang. Dari 25 mahasiswa yang disapa dan diajak bicara dalam FGD (Center Gathering Conversation) mengungkapkan bahwa sebelum mereka menyadari bahwa bisnis bisa dijalankan dengan cara canggih, mereka sangat bergantung pada uang saku dari orang

⁷ Wiwik Maryati, Ida Masriani, 2019, *Peluang Bisnis Di Era Digital Bagi Generasi Muda Dalam Berwirausaha: Strategi Menguatkan Perekonomian*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 4, Nomor 2, 2019. Hlm 125-130.

tuanya. Selain untuk kebutuhan sehari-hari, untuk kebutuhan sekolah mereka hanya mengharapkan hadiah dari orang tua mereka, mereka tidak bisa mengurus dana mereka sendiri sehingga tidak bisa menabung. Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan penelitian kualitatif fenomenologis. Peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif, metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi dan wawancara dan dokumentasi dengan dua puluh lima subjek penelitian yaitu mahasiswa yang juga berwirausaha dan diambil secara representatif. Hasil temuan dalam penelitian ini adalah Mereka sangat bergantung pada uang saku dari orang tua mereka sebelum mereka menyadari bahwa bisnis dapat dikelola dengan alat digital. Selain kebutuhan sehari-hari, mereka tidak bisa mengelola dana sendiri, sehingga tidak bisa menabung. Untuk biaya kuliah, mereka hanya bisa mengharapkan hadiah dari orang tuanya.

Dalam pemahaman mereka untuk menjalankan bisnis harus ada modal, tempat usaha, peralatan maupun networking agar mudah meraih konsumen. Hal inilah yang membuat generasi muda tersebut takut untuk memulai usaha, belum lagi kekhawatiran apabila nanti usaha tidak jalan. Namun setelah mereka mengetahui bahwa teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk menjalankan kegiatan bisnis, merekapun tak mau menyalahkan peluang ini. Mereka juga jadi mengetahui tanpa modal besar dan tempat usaha hanya berbekal sarana digital mereka dapat mempromosikan produk-produk yang dijual melalui facebook, instagram dan media sosial lainnya kepada masyarakat luas. Dengan promosi melalui media sosial justru

market place akan terbangun lebih mudah dan lebih luas. Dampak dari menjalankan bisnis dengan sarana digital adalah mereka mendapatkan penghasilan sendiri untuk memenuhi kebutuhan hidup minimal kebutuhan kuliah tanpa tergantung lagi pada orang tua.

Ketiga, ditulis oleh Indra Caniago, Keumala Hayati, dalam bentuk Jurnal Nasional, dengan judul *Kewirausahaan Teknologi Digital : Potensi Pemberdayaan Pebisnis Milenial*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Indra Caniago, Keumala Hayati, dilatarbelakangi oleh Kewirausahaan teknologi digital merupakan perkembangan terkini dalam bidang kewirausahaan. Kewirausahaan semacam ini dapat menghilangkan masalah yang dimiliki pengusaha dengan sumber daya dan skalabilitas produk yang terbatas. Kewirausahaan dalam teknologi digital mulai berkembang, terutama di perguruan tinggi dan bisnis. Ekspansi kedua organisasi ini dapat menyebabkan munculnya pengusaha muda milenial. Kewirausahaan teknologi digital telah memberikan dampak yang luar biasa di dunia. Usaha digital yang dibangun melalui jejaring internet seperti Google, Facebook, atau Microsoft telah mampu mengubah dunia serta telah membentuk pola komunikasi tanpa sekat geografis. Digitalisasi juga berdampak terhadap pengembangan wirausaha baru. Potensi pengembangan usaha baru meningkat karena adanya peluang digitalisasi cabang usaha maupun mengubah usaha dari offline menjadi online. Dampak positif digitalisasi pada wirausaha juga terjadi dalam bentuk promosi inovasi, penciptaan

peluang kerja, peningkatan produktifitas baik secara sosial maupun ekonomi sehingga menjadi prioritas pemerintah di berbagai negara.

Penelitian Indra Caniago, Keumala Hayati membahas tentang potensi pengembangan pebisnis milenial dengan model triple helix (pemerintah, perusahaan dan perguruan tinggi), melalui kewirausahaan teknologi digital. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Peneliti menggunakan data primer, metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner terstruktur. Hasil temuan dalam penelitian ini adalah bahwa pemerintah, bisnis, dan perguruan tinggi semua memiliki dampak yang signifikan terhadap bagaimana pengusaha muda dalam mengembangkan potensi mereka. Karena ada sumber daya untuk menumbuhkan kewirausahaan semacam ini baik di bisnis maupun perguruan tinggi, potensi ini akan terus berkembang melalui kewirausahaan teknologi digital.

Keempat, ditulis oleh Sascha Kraus, Carolin Palmer, Norbert Kailer, Friedrich Lukas Kallinger dan Jonathan Spitzer dalam bentuk Jurnal Internasional Vol. 25, No. 2, pada tahun 2019 dengan judul *Digital Entrepreneurship*⁸. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sascha Kraus, Carolin Palmer, Norbert Kailer, Friedrich Lukas Kallinger and Jonathan Spitzer dilatarbelakangi oleh fenomena digitalisasi menimbulkan berbagai implikasi melalui proses yang cepat dan perubahan

⁸ Sascha Kraus, dkk, 2019, *Kewirausahaan Digital*, Jurnal Internasional Vol. 25, No. 2, Tahun 2019, Hlm 353-375.

transformatif, relevan bagi pengusaha dan peneliti kewirausahaan untuk menyadari hasil dan koneksi terkait dan mengidentifikasi peluang bisnis yang muncul. Digitalisasi tidak direduksi menjadi satu perkembangan baru dalam kewirausahaan. Lebih tepatnya, model bisnis menghadapi perubahan besar menuju seluruh lingkungan digital. Selain bisnis baru yang diciptakan dari peluang yang muncul karena digitalisasi, cabang yang ada dan bisnis berubah dari bisnis offline ke online – membangun “kewirausahaan digital” sebagai bentuk baru dari kegiatan kewirausahaan. Dalam tulisan ini “kewirausahaan digital” adalah dipahami sebagai “subkategori kewirausahaan di mana beberapa atau semua fisik dalam organisasi tradisional telah didigitalkan” dan dengan demikian didefinisikan sebagai "penjualan produk atau layanan digital melalui jaringan elektronik". Banyak peluang untuk aktivitas kewirausahaan diciptakan melalui digitalisasi. Wirausahawan perlu menyadari peluang-peluang tersebut untuk menjadi inovasi yang berkelanjutan.

Penelitian Sascha Kraus, Carolin Palmer, Norbert Kailer, Friedrich Lukas Kallinger and Jonathan Spitzer menganalisis tentang topik kewirausahaan digital dengan memberikan gambaran terstruktur tentang literatur yang ada, diikuti dengan tinjauan terstruktur yang menguraikan dampak digitalisasi pada model bisnis (misalnya strategi platform, kewirausahaan digital sosial) dan proses kewirausahaan digital dalam ekosistem digital. Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil temuan dalam penelitian ini adalah Berdasarkan tinjauan literatur konseptual, enam aliran penelitian yang

berhubungan dengan digital kewirausahaan diidentifikasi dan dibahas: model bisnis digital; proses kewirausahaan digital; strategi platform; ekosistem digital; pendidikan kewirausahaan; dan kewirausahaan digital sosial.

Kelima, ditulis oleh Andy Arya Maulana Wijaya , L.M Azhar Sa'ban , Anwar Sadat, Nastia, Wd. Riniati dalam jurnal *Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat* pada tahun 2021 dengan judul “Pelatihan Digital Marketing untuk Produk Wirausaha Mahasiswa Masa Pandemi Covid-19”⁹ Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Karakteristik pasar kerja menjadi lebih kompetitif. Untuk dapat mengatasi masalah tuntutan tenaga kerja dan posisi terbuka, diperlukan inovasi dan imajinasi. Salah satu cara untuk memperluas pilihan pekerjaan adalah melalui kewirausahaan. Namun, berwirausaha juga membutuhkan kreativitas dan penerapan teknologi informasi atau digital marketing seperti yang di istilahkan saat ini. Mahasiswa harus memiliki pelatihan khusus dalam pemasaran digital untuk dapat menjalankan bisnis mereka sebagai sumber pendapatan dan jaminan masa depan mereka. Karena diharapkan setelah menyelesaikan perkuliahan, mahasiswa mampu mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi, mendorong jiwa wirausaha pada mahasiswa juga akan membantu menurunkan angka pengangguran dan memberikan orientasi masa depan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan edukasi bagi para pelaku usaha mahasiswa Universitas Muhammadiyah

⁹ Andy Arya Maulana Wijaya , L.M Azhar Sa'ban , Anwar Sadat, Nastia, Wd. Riniati. (2021). Pelatihan Digital Marketing untuk Produk Wirausaha Mahasiswa Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat*, Volume 2 No.2.

Buton. Metode pelaksanaan kegiatan dengan menggunakan sosialisasi dan FGD kepada para mahasiswa dengan pendekatan digital marketing, luaran kegiatan peserta diarahkan untuk dapat membuat konten yang diupload dalam youtube untuk dapat disebarluaskan.

Keenam, ditulis oleh Marisa Puspita Sary, Vera Wijayanti, Maulina Larasati Putri, Anggana Aletta Bimantoro, Dinda Ayu Firant dalam jurnal Niara Vol. 15 No. 2 tahun 2022 dengan judul Efektivitas Instagram Sebagai Promosi Wirausaha Mahasiswa FIS Universitas Negeri Jakarta Selama Pandemi.¹⁰ Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penggunaan Instagram oleh mahasiswa dalam usaha bisnis mereka Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta yang terdapat 10 program studi yang mempunyai wirausaha melalui bisnis online. Alasan penulis memilih mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial karena Mengenai kurikulum studi pada saat itu, penulis mengamati bahwa selama pandemi ini lebih banyak mahasiswa yang mengiklankan usaha mereka sendiri atau milik kenalan daripada sebelum wabah Covid-19. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta juga mengampu mata kuliah *Entrepreneur* atau kewirausahaan, peneliti juga melihat bahwa adanya perubahan tipe produk yang dijual di saat pandemi seperti yang sebelumnya menjual makanan atau berbagai macam barang yang sering digunakan seperti tas kemudian beralih menjadi kebutuhan utama di tengah pandemi covid-19 sehingga lebih menarik

¹⁰ Marisa Puspita Sary, Vera Wijayanti, Maulina Larasati Putri, Anggana Aletta Bimantoro, Dinda Ayu Firant. (2022). Efektivitas Instagram Sebagai Promosi Wirausaha Mahasiswa FIS Universitas Negeri Jakarta Selama Pandemi. *jurnal Niara* Vol. 15 No. 2.

untuk menjadi sasaran penelitian kami. Tentu saja, mempromosikan kewirausahaan diperlukan untuk membangun bisnis internet dan menarik pelanggan. Oleh karena itu, penulis menyelidiki bagaimana pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap aktivitas kewirausahaan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta melakukan penelitian untuk mengetahui dampak pemanfaatan media sosial Instagram terhadap kegiatan wirausaha bagi mahasiswa di masa pandemi. Eksistensi media sosial di era digital 4.0 memudahkan wirausahawan mempromosikan produk ditengah keterbatasan akibat pandemi Covid-19. Hal ini mendukung wirausahawan untuk mempromosikan produk di media sosial. Penelitian ini untuk meneliti efektivitas pemanfaatan media sosial sebagai promosi kewirausahaan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial di tengah pandemi. Alasan memilih mahasiswa FIS UNJ karena beberapa mahasiswa membangun wirausaha dengan menjual tipe produk yang lebih bervariasi di tengah pandemi sekaligus sebagai penerapan matakuliah entrepreneur yang terdapat di kurikulum prodi di Fakultas Ilmu Sosial. Penelitian ini mengkaji efektivitas promosi wirausaha yang dilakukan mahasiswa. Penelitian promosi kewirausahaan sebelumnya meneliti wirausahawan sebagai subjek penelitian, sedangkan subjek penelitian ini tertuju pada mahasiswa yang sekaligus berperan sebagai wirausahawan. Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif. Data primer diperoleh melalui metode menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta yang memanfaatkan instagram untuk promosi produk. Data diolah dari kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif uji t parsial.

Ketujuh, ditulis oleh Nur Haliza tahun 2022 dengan judul pengaruh literasi digital, efikasi diri dan eskpektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2017.¹¹ Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa adanya pengaruh literasi digital secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Literasi digital itu sendiri mengacu pada pengetahuan dan keterampilan untuk menggunakan media digital, alat atau jaringan komunikasi untuk menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas, teliti, tepat, dan taat hukum. Dengan literasi digital, mahasiswa mampu untuk memanfaatkan dunia digital secara maksimal sehingga mahasiswa mempunyai pengetahuan yang luas tentang kewirausahaan. Oleh karena itu, dengan memiliki dan menguasai informasi tentang kewirausahaan dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital, efikasi diri dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2017. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi yang terjangkau dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2017 dan sampelnya sebanyak 223 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel secara Proportionate Stratified Random

¹¹ Nur Haliza. (2022). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri dan Eskpektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2017. Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance p-ISSN: 2776-6179 | e-ISSN: 2776-6187 Vol. 2, No. 2, Agustus.

Sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau angket yang disebarakan melalui google formulir kepada 223 mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur (path analysis).

Kedelapan, di tulis oleh Osly Usman, Umi Widyastuti, Terrylina Arvinta Monoarfa, Shandy Aditya, Diena Novirini, Meta Bara Berutu dalam jurnal Indonesian Collaboration Journal of Community Service tahun 2022 dengan judul Rancang Bangun Platform Digital Berbasis Website Sebagai Media Promosi Penyelenggaraan Wirausaha.¹² Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan dunia internet yang sudah merebak dan diminati oleh masyarakat, di zaman yang serba cepat dituntut untuk selalu mengikuti kebutuhan di zaman tersebut, terlepas dari wilayah yang terbagi-bagi ini. Kegiatan promosi berbagai macam barang, jasa, dan informasi kini dapat dilakukan melalui media internet, pemanfaatan internet untuk mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan sangatlah mudah dan bisa dimana saja selama masih ada jaringan. Terinspirasi dari beberapa UMKM dari desa Cisaat Serang, Banten yang antusias untuk belajar dan meningkatkan kemampuan pelaku usaha di wilayah tersebut Mahasiswa Bisnis Digital UNJ menyediakan platform

¹² Osly Usman, Umi Widyastuti, Terrylina Arvinta Monoarfa, Shandy Aditya, Diena Novirini, Meta Bara Berutu.2022. Rancang Bangun Platform Digital Berbasis Website Sebagai Media Promosi Penyelenggaraan Wirausaha. *jurnal Indonesian Collaboration Journal of Community Service*, Vol. 2, No. 4, November.

berbasis website untuk kelancaran dan kemajuan dari UMKM di desa Cisaat serta memberikan informasi lebih luas terkait e-commerce untuk kegiatan UMKM tersebut. Website bundescisaat.com terdapat pula platform komunikasi yang ingin menyelenggarakan sebuah forum untuk para pelaku usaha sebagai wadah untuk berbagi pengalaman dan menjual barang dalam satu website. Maka dibentuklah sebuah website yang bisa menjadi platform digital untuk menyediakan keperluan para pelaku usaha untuk berbisnis. Pembuatan website ini bertujuan sebagai wadah untuk pelaku usaha di desa Cisaat Serang, Banten yang ingin melakukan kegiatan kewirausahaan. Salah satu fokus dari website ini adalah untuk menyediakan marketplace dan forum untuk berdiskusi antar sesama pelaku usaha ataupun antara pelaku usaha dengan pelanggan. Website ini juga diharapkan berfungsi sebagai media pemasaran untuk para pelaku usaha yang ingin mencoba berbisnis dengan platform digital yang cepat dan mudah di akses. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode studi kasus di lapangan.

Tabel 1.1
Perbandingan Penelitian Sejenis

No	Nama Peneliti/Judul Penelitian	Metode/Teori /Konsep	Hasil Temuan	Persamaan	Perbedaan
1.	Ahmad Gunawan, D Hazwardy , Pelatihan Digital Entrepreneurship Untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. Jurnal Abdimas Dewantara, 2020	Kualitatif Kewirausahaan Digital dan Generasi Milenial	Sasaran persiapan dasar usaha komputerisasi ini adalah usia milenial yang cenderung menjadi visioner bisnis dan memiliki minat untuk segera memulai bisnis (pre fire up stage). Dalam tahap persiapan penguatan usaha bisnis terkomputerisasi, mereka diperlihatkan bagaimana memulai bisnis tingkat lanjut. Pada tahap pengembangan selanjutnya (pengembangan yang dapat didukung) Anda saat ini bukan dropshipper atau afiliasi tetapi harus memiliki	Persamaan dari penelitian ini adalah membahas mengenai kewirausahaan digital khususnya pada Generasi Muda atau Generasi Milenial.	Penelitian ini mengkaji mengenai jenis wirausaha dan bisnis yang yang dapat dilakukan oleh generasi milenial dimasa pandemi Covid-19 misalnya reseller/dropshipper online shop, bisnis kuliner. bimbingan belajar online serta bisnis kebutuhan bahan pokok. Kunci utama menjalankan bisnis di masa pandemi yaitu mau

			produk Anda sendiri sebagai penyedia.		mencoba peluang bisnis, tetap tenang, terus berusaha, melakukan inovasi, ide kreatif, selalu berusaha, pantang menyerah dan melawan rasa takut.
2.	Wiwik Maryati, Ida Masriani, Peluang Bisnis Di Era Digital Bagi Generasi Muda Dalam Berwirausaha: Strategi Memperkuat Perekonomian. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 2019	Kualitatif Fenomenologi Konsep Era Digital dan Peluang Bisnis Kewirausahaan dan Perekonomian Generasi Muda yang Berwirausaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi digital memberikan peluang terbangunnya wirausaha pada generasi muda. Dengan memanfaatkan media sosial mereka dapat menjalankan bisnis dan mempunyai penghasilan sehingga dapat mencukupi kebutuhan.	Peneliti sama-sama menggunakan konsep Kewirausahaan Digital dan Generasi Muda yang Berwirausaha	Penelitian ini menjelaskan tentang strategi memperkuat perekonomian melalui peran teknologi digital dalam menciptakan peluang bisnis bagi generasi muda untuk berwirausaha.
3.	Indra Caniago, Keumala Hayati. Kewirausahaan Teknologi Digital : Potensi	Kualitatif Wirausaha Digital Proses	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Pemerintah, bisnis, dan	Peneliti sama-sama menggunakan konsep Wirausaha	Penelitian ini menjelaskan tentang Wirausaha

	Pemberdayaan Pebisnis Milenial. Universitas Lampung.	Pengembangan Wirausaha Digital Platform Digital Triple Helix dalam Pengembangan Wirausaha Digital	perguruan tinggi semua memiliki dampak yang signifikan terhadap bagaimana pengusaha muda mengembangkan potensi mereka. Karena ada sumber daya untuk menumbuhkan kewirausahaan semacam ini baik di bisnis maupun perguruan tinggi, potensi ini akan terus berkembang melalui kewirausahaan teknologi digital.	Digital dan Platform Digital	digital merupakan fenomena yang semakin berkembang saat ini. Wirausaha digital banyak berada di perguruan tinggi serta memiliki banyak potensi untuk dikembangkan seperti tidak dianggap sebagai pesaing, mampu mengalisis informasi persaingan untuk mencari ceruk pasar. Keberadaan wirausaha digital tentunya menjadi potensi besar bagi pemerintah, perguruan tinggi dan industri.
4.	Sascha Kraus,	Kualitatif	Hasil dari	Peneliti	Penelitian

	<p>Carolin Palmer, Norbert Kailer, Friedrich Lukas Kallinger and Jonathan Spitzer. Digital Entrepreneurship. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 2019</p>	<p>Model Bisnis Digital, Proses Kewirausahaan Digital, Strategi Platform, Ekosistem Digital, Pendidikan Kewirausahaan, dan Kewirausahaan Digital</p>	<p>penelitian ini adalah Berdasarkan tinjauan literatur konseptual, enam aliran penelitian yang berhubungan dengan digital kewirausahaan diidentifikasi dan dibahas: model bisnis digital; proses kewirausahaan digital; strategi platform; ekosistem digital; pendidikan kewirausahaan; dan kewirausahaan digital sosial.</p>	<p>sama-sama menggunakan konsep Kewirausahaan Digital</p>	<p>ini mengkaji mengenai enam aliran penelitian yang berhubungan dengan digital kewirausahaan diidentifikasi dan dibahas: model bisnis digital; proses kewirausahaan digital; strategi platform; ekosistem digital; pendidikan kewirausahaan; dan kewirausahaan digital sosial.</p>
5.	<p>Andy Arya Maulana Wijaya , L.M Azhar Sa'ban , Anwar Sadat, Nastia, Wd. Riniati dengan judul Pelatihan Digital Marketing untuk Produk Wirausaha Mahasiswa Masa Pandemi Covid-19 dalam Jurnal Sains Teknologi dalam</p>	<p>Metode penelitian kualitatif. Kewirausahaan digital, kewirausahaan generasi muda, pelatihan Digital Marketing</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha mahasiswa sudah mempraktikan pola digital marketing utamanya melalui postingan</p>	<p>Persamaan dalam pembahasan kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa</p>	<p>Dalam penelitian ini berupa penelitian tentang pelatihan berwirausaha digital dikalangan mahasiswa sedangkan dalam</p>

	Pemberdayaan Masyarakat pada tahun 2021		<p>media sosial, namun dalam manajemen konten dan tampilan belum optimal. Dengan pelaksanaan pelatihan digital marketing mahasiswa pelaku usaha dapat mengoptimalkan media sosial untuk pemasaran, membuat nama akun yang mudah diingat, postingan yang berkala dan rutin, penggunaan hastag serta interaksi media sosial yang aktif guna merespon pembeli dengan lebih baik. Selain itu, penugasan pelatihan dilakukan melalui pembuatan video konten dan telah di upload melalui youtube.</p>		<p>penelitian penulis membahas kewirausahaan dikalangan mahasiswa yang sudah dipraktekkan di lapangan kepada 2 penguasaha digital sukses.</p>
6.	Marisa Puspita Sary,	Kuantitatif	Hasil penelitian	Sama-sama	Dalam

	<p>Vera Wijayanti, Maulina Larasati Putri, Anggana Aletta Bimantoro, Dinda Ayu Firant dengan judul Efektivitas Instagram Sebagai Promosi Wirausaha Mahasiswa FIS Universitas Negeri Jakarta Selama Pandemi dalam jurnal Niara Vol. 15 No. 2 tahun 2022</p>	<p>Kewirausahaan digital, Promosi media instagram, Media promosi produk/jasa.</p>	<p>ini dijelaskan dengan Model AIDA membantu menjelaskan temuan penelitian ini, yang menunjukkan bahwa iklan Instagram produk belum seefektif yang diharapkan, minat promosi masih kecil, dan promosi di Instagram tidak sepenuhnya mempengaruhi media lain yang digunakan untuk promosi produk/jasa. Temuan ini berkaitan dengan fase awal komponen perhatian AIDA yang tidak terpenuhi, yang antara lain disebabkan oleh konten promosi yang tidak menarik minat.</p>	<p>melakukan penelitian terhadap kewirausahaan digital yang dilakukan oleh mahasiswa UNJ</p>	<p>penelitian ini peneliti berusaha menemukan pengaruh media promosi instagram terhadap media promosi produk jasa sedangkan dalam penelitian penulis menggambarkan bagaimana gambaran kewirausahaan digital mahasiswa UNJ dan hambatan serta masalah yang dihadapi oleh 2 usaha digital yaitu terasanalogi.id dan limitedscnd.id</p>
--	--	---	---	--	--

7.	<p>Nur Haliza. Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta Angkatan dalam Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance tahun 2022</p>	<p>Kuantitatif literasi digital, efikasi diri dan ekspektasi pendapatan serta minat berwirausaha</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) literasi digital berpengaruh positif dan signifikan sebesar 20,5% terhadap minat berwirausaha; 2) efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan sebesar 25,8%; 3) ekspektasi penghasilan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 45,6%; 4) literasi digital, efikasi diri, dan ekspektasi pendapatan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan sebesar 55,6%; faktor yang tersisa dipengaruhi oleh faktor lain.</p>	<p>Sama-sama melakukan penelitian kewirausahaan digital yang dilakukan oleh mahasiswa UNJ.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus.</p>
8.	<p>Osly Usman, Umi Widyastuti, Terrylina Arvinta Monoarfa, Shandy Aditya, Dena Novirini, Meta Bara</p>	<p>Metode penelitian kualitatif dengan studi kasus</p>	<p>Secara jangka panjang, website bumdescisaat.com ini diharapkan</p>	<p>Sama sama menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus</p>	<p>Penulis meneliti dus usaha digital yaitu terasanalogi .id dan</p>

	<p>Berutu. Rancang Bangun Platform Digital Berbasis Website Sebagai Media Promosi Penyelenggaraan Wirausaha. <i>jurnal Indonesian Collaboration Journal of Community Service</i>, tahun 2022</p>	<p>mampu berkembang menuju fungsinya sebagai media e-commerce. Electronic Commerce (e-Commerce) berdasarkan Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD) 2009 adalah penjualan atau pembelian barang/jasa, yang dilakukan melalui jaringan komputer dengan metode yang secara spesifik dirancang untuk tujuan menerima atau melakukan pesanan, tetapi pembayaran dan pengiriman utama barang/jasa tidak harus dilakukan secara online. Transaksi e-Commerce dapat terjadi</p>	<p>pada kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa UNJ</p>	<p>limitedscnd.id sedangkan penelitian ini pada platform digital bumdescisaat.com</p>
--	--	--	---	---

			<p>antar usaha, rumah tangga, individu, pemerintah, dan organisasi swasta atau publik lainnya. Termasuk di dalamnya ialah pemesanan melalui halaman website, ekstranet, maupun Electronic Data Interchange (EDI), e-mail, media sosial (Facebook, Instagram, dan lainnya), serta instant messaging (Whatsapp, Line, dan lainnya). Dalam kaitannya dengan Program entrepreneurship yang diusung pada bundescisaat.com sebagai program yang diusulkan, maka diharapkan website ini mampu sebagai media bagi para</p>	
--	--	--	--	--

			tutor dan pengajar yang ada di lingkungan Universitas Negeri Jakarta untuk mengembangkan potensinya secara mandiri dalam menangkap peluang bisnis.	
--	--	--	--	--

Sumber : Hasil Analisa Peneliti, 2021

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 Wirausaha Digital

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi bertanggung jawab atas munculnya fenomena kewirausahaan digital. Pebisnis dari generasi millennial, terutama yang masih duduk di bangku kuliah, telah menunjukkan ketertarikannya pada kewirausahaan digital. Untuk meningkatkan potensi kewirausahaan digital dari para pebisnis millennial, berbagai pihak tentu perlu berkontribusi. Pemerintah, institusi akademis, dan komunitas bisnis adalah pemain utama. Yang paling baik dalam mendorong inovasi adalah ketiga organisasi ini¹³. Fungsi ketiga pihak yang tadinya berdiri sendiri-sendiri kini dapat digabungkan menjadi apa yang dikenal sebagai "triple helix" atau digunakan sebagai kata benda kolektif.

¹³ Farani, A. Y., Karimi, S., & Motaghd, M. (2017). The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students' career intentions to start a new digital business. *European Journal of Training and Development*, 41 No. 1: 83-100.

Proses digitalisasi perusahaan konvensional yang secara fisik dapat dipindahkan disebut sebagai "kewirausahaan digital". Akibatnya, pemilik perusahaan konvensional mengubah strategi mereka untuk memasarkan, mendistribusikan, dan mendirikan toko di era digital. Ketika mencari prospek bisnis baru menggunakan media baru dan teknologi internet, frasa "kewirausahaan digital" biasanya digunakan¹⁴. Menurut Richter, menjadi inovatif, radikal, dan berani mengambil risiko adalah komponen penting dalam kewirausahaan digital yang sukses¹⁵. Sussan dan Acs mendefinisikan wirausahawan digital sebagai mereka yang memanfaatkan teknologi digital untuk menjalankan usaha bisnis atau amal baik di sektor publik maupun swasta.

Dari beberapa definisi tersebut, terlihat jelas bahwa pebisnis milenial yang terdaftar di pendidikan tinggi memiliki semua kualitas yang disebutkan di atas. Mereka diminta untuk membangun perusahaan digital yang unik dalam hal barang, distribusi, dan tempat kerja berbasis internet untuk menemukan pangsa pasar dan peluang yang spesifik. Melalui pusat pengembangan bisnis, terkadang disebut sebagai inkubator bisnis, pemerintah, universitas, dan industri berkolaborasi untuk menciptakan perusahaan digital. Salah satu keuntungan dari kewirausahaan digital adalah, karena usianya yang masih muda, bisnis-bisnis ini sering kali diabaikan dalam persaingan komersial. Organisasi digital memiliki

¹⁴ Davidson, E. and Vaast, E. (2010), "Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment", *Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, pp. 1-10.

¹⁵ Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S. and Giselbrecht, C. (2017), "Digital entrepreneurship: innovative business models for the sharing economy", *Creativity and Innovation Management*, Vol. 26 No. 3, pp. 300-310.

akses dan kemampuan untuk menilai banyak data tentang pesaing dan pelanggan potensial mereka¹⁶. Karena berorientasi pada pasar, perusahaan digital juga tertarik dengan distribusi pengetahuan dan analisis tindakan.

1.6.2 Ciri-ciri Wirausaha Digital

Adapun ciri-cirinya adalah sebagai berikut:¹⁷

- A. Pengembangan produk, layanan, dan model bisnis baru didorong oleh kreativitas. Inovasi dan kemajuan didorong oleh kreativitas. Praktik yang terus menerus dalam mengajukan pertanyaan dan berpikir di luar kebiasaan adalah kreativitas.
- B. Para wirausahawan terdorong untuk bekerja berjam-jam, sering kali tujuh hari dalam seminggu, terutama pada awalnya, dengan harapan bahwa upaya mereka akan dihargai. Perencanaan, ide, dan kerja keras harus digabungkan untuk meraih kesuksesan. Semuanya bermuara pada komitmen.
- C. Dorongan yang kuat untuk sukses adalah bagaimana tekad digambarkan.

Hal ini membutuhkan keuletan dan kemampuan untuk bangkit kembali dari kesulitan.

¹⁶ Hair, N., Wetsch, L., Hull, C., Perotti, V. and Hung, Y.-T. (2012), "Market orientation digital entrepreneurship: advantages and challenges web 2.0 networked world", *International Journal of Innovation and Technology Management*, Vol. 9 No. 6, pp. 1-17.

¹⁷ Musnaini, dkk., *Digipreneurship (Kewirausahaan Digital)*, (Jawa Tengah: CV Pena Persada, 2020), hlm 23.

- D. Menelepon untuk kesepuluh kalinya dapat dianggap sebagai tekad yang kuat setelah sembilan kali menelepon tanpa hasil. Pengusaha sejati tidak hanya didorong oleh uang. Kesuksesan adalah imbalannya, dan uang adalah kekuatan pendorongnya.
- E. Fleksibilitas adalah kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan permintaan pasar. Pertimbangkan pemilik bisnis yang baru saja membuka toko roti. Namun pada saat itu, brownies sangat populer. Daripada kehilangan pelanggan, pebisnis tersebut mengubah tujuan utamanya untuk memenuhi kebutuhan pasar.
- F. Kemampuan untuk menentukan standar dan tujuan adalah kepemimpinan. Kepemimpinan adalah kemampuan untuk mengikuti dan menilai apakah tujuan tercapai dan aturan ditaati.
- G. Pengusaha termotivasi dan ditopang oleh hasrat mereka. Semangat wirausahawan memungkinkannya untuk membujuk orang lain untuk percaya pada konsepnya. Semangat bukanlah pengganti perencanaan, tetapi dapat membantu wirausahawan untuk tetap fokus dan memungkinkan orang lain untuk melihat visi wirausahawan.
- H. Pertahankan konsentrasi saat meyakinkan orang lain tentang tujuan wirausahawan.

- I. Perencanaan meningkatkan kepercayaan diri dengan meminimalkan tingkat risiko yang tidak diinginkan. Keahlian juga membantu kepercayaan. Kepercayaan diri memungkinkan wirausahawan untuk mendengarkan tanpa menjadi cepat jengkel atau takut.
- J. Akal sehat yang dipadukan dengan pengetahuan atau keahlian dalam bisnis yang relevan merupakan intelijen. Kecerdasan memberikan penilaian yang baik dan, terkadang, kompetensi. Orang yang cerdas secara efektif mempertahankan modal, keterampilan keuangan, pekerjaan, pendidikan, dan pengalaman hidup mereka.

1.6.3 Generasi Milenial

"Generasi milenial" adalah frasa yang terkenal. William Strauss dan Neil Howe, dua sejarawan dan penulis Amerika, dikreditkan karena telah menciptakan istilah "generasi milenial" dalam sejumlah karya mereka. Generasi milenial, sering disebut generasi Y atau "generasi boomer". Kelompok generasi ini tidak dapat diidentifikasi dengan menggunakan demografi tertentu. Di sisi lain, para ahli mengkategorikan mereka berdasarkan tahun awal dan akhir¹⁸.

Generasi milenial, kadang-kadang disebut sebagai generasi Y, lahir antara tahun 1980 dan 1995, di mana saat itu teknologi berkembang pesat.

¹⁸ <https://www.republika.co.id/berita/koran/inovasi/16/12/26/ois64613-mengenal-generasi-millennial>.

Mereka pada dasarnya mahir secara digital karena mereka dibesarkan dalam masyarakat di mana media sosial dan ponsel adalah hal yang normal. Generasi milenial terkadang dianggap sebagai generasi yang malas karena banyaknya waktu yang mereka habiskan di depan ponsel. Namun, kelompok yang paling banyak membaca buku adalah generasi milenial karena mereka memiliki rasa ingin tahu dan rasa percaya diri yang tinggi. Di sisi lain, masalah kesedihan dan kecemasan banyak terjadi dalam keluarga di kalangan milenial¹⁹.

Industri teknologi informasi sangat penting bagi generasi milenial. Mereka terbiasa dengan internet dan teknologi modern. Namun, banyak generasi milenial, terutama di organisasi atau perusahaan yang menghasilkan pendapatan, tidak menggunakan alat teknologi ini secara efektif. bahwa fenomena kewirausahaan digital memiliki berbagai hasil yang potensial dan harus mengkhawatirkan kita semua. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, beberapa bisnis tertentu, seperti grab, gojek, bukalapak, tokopedia, olx, dan lainnya, telah menemukan kesuksesan. Banyak generasi milenial yang belum memanfaatkan atau tidak tahu bagaimana cara menggunakan teknologi ini untuk menghasilkan pendapatan. Ada banyak potensi dalam teknologi informasi. Saat ini, berjualan lebih mudah daripada di masa lalu. Jual produk secara online atau

¹⁹ <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/17/130000069/jangan-tertukar-ini-pengertian-generasi-x-z-milenial-dan-baby-boomers>.

melalui media sosial tanpa etalase atau lokasi fisik lainnya. Mengiklankan barang atau jasa di luar negeri tidak lagi menjadi tugas yang menantang dan sekarang dapat diakses oleh semua orang. Pengenalan bisnis digital diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan sudut pandang dari generasi muda, sehingga dapat mendorong semangat kewirausahaan²⁰. Teknologi digital yang digunakan oleh bisnis dan UMKM yang dijalankan oleh milenial untuk memasarkan barang mereka. Generasi milenial memanfaatkan teknologi informasi untuk mengiklankan bisnis mereka karena menjual barang sangat mudah²¹.

Salah satu bisnis yang paling berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah bisnis online. Semuanya tersedia secara online, termasuk memesan makanan, melakukan pembelian, belanja, fashion, dan sejumlah layanan lainnya. Pemula memiliki peluang lebih tinggi untuk melakukan kesalahan karena kurangnya pengalaman. Itu tidak berarti bahwa Anda tidak dapat mencegah kesalahan ini. Saat memulai bisnis online, jauhi kesalahan-kesalahan ini²² :

1. Tidak memiliki rencana bisnis.
2. Tidak fokus pada tujuan yang ingin dicapai.

²⁰ I Gusti Ayu Oka Netrawati, I Wayaan Nuada, I Gusti Putu Bagus Suastina, Asri Oktiani, Suharti, Syarifah Massuki Fitri, Sri Maryanti, Faezal. (2022). Pengenalan Bisnis Digital Bagi Generasi Muda Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa MA Ishlahul Athfal Rumak. *Jurnal Hospitality*, Vol. 11, No. 1, Juni.

²¹ I Gusti Ayu Oka Netrawati, dkk, *Ibid*.

²² I Gusti Ayu Oka Netrawati, dkk, *Ibid*.

3. Tidak memiliki catatan keuangan yang jelas.
4. Detail produk tidak jelas saat memasarkan.
5. Produk tidak sesuai dengan deskripsinya.
6. Jarang melakukan update untuk ketersediaan barang dagangan.

1.7 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, seperti mengamati perilaku informan dengan ingin berpartisipasi dalam kegiatan mereka, dilanjutkan dengan wawancara mendalam dengan informan yang menjadi subjek penelitian, peneliti berusaha menciptakan makna tentang suatu fenomena berdasarkan perspektif informan²³. Strategi penelitian dapat memberikan data sebagai konsekuensinya, termasuk observasi, wawancara, dokumentasi, dan lainnya.

1.7.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian yang dilakukan dalam skripsi ini yaitu Pendekatan Penelitian Kualitatif dengan Metode Studi Kasus. Penggunaan pendekatan penelitian kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan agar peneliti mengetahui lebih jauh mengenai gambaran kewirausahaan digital pada mahasiswa. Pendekatan kualitatif yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, karena

²³ John W. Creswell, 2016, *Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran)*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, hlm. 24.

pendekatan kualitatif bermanfaat dalam penelitian yang ditunjukkan untuk memahami suatu realitas/fenomena/gejala sosial yang dihadapi individu maupun kelompok.

1.7.2 Subjek Penelitian

Subjek Penelitian yang terdapat didalam penelitian ini yaitu empat orang. Yang dimana dua orang diantaranya merupakan informan kunci. Subjek dalam penelitian ini merupakan informan kunci, yaitu orang yang mampu mengetahui banyak hal mengenai data yang dibutuhkan dalam penelitian. Informan kunci yang pertama berinisial VM. VM adalah alumni mahasiswa UNJ Program Studi Pendidikan Sosiologi 2016. Informan kunci yang kedua berinisial YW adalah Mahasiswa Polimedia Program Studi Photography 2016. Lalu, terdapat dua informan pendukung dalam penelitian ini yaitu IW adalah alumni mahasiswa UNJ Program Studi Pendidikan Sosiologi 2016. NZ adalah Guru PKN SMP 2 Depok.

Dalam berjejaring sosial, VM sangat memperhatikan bagaimana dia bisa membuat pelanggan nyaman dan bisa meyakinkan pelanggan untuk membeli produk yang VM jual seperti memberikan bonus atau giveaway dan memberi tahu mengenai manfaat produk yang dijual melalui instagram atau instastory sementara untuk mendapatkan atau menarik perhatian konsumen baru VM menggunakan testimoni dari pelanggan yang sudah mencoba produk yang dia jual sehingga dari

testimoni tersebut calon konsumen akan tertarik untuk membeli pada produk yang dia jual.

1.7.3 Peran Peneliti

Ketika melakukan penelitian ini, posisi awal peneliti adalah sebagai orang yang sepenuhnya berada di luar lingkungan atau area penelitian. Peneliti tidak memiliki afiliasi atau hubungan lain dengan subjek penelitian di lokasi penelitian. Namun, pada tahap awal, peneliti berusaha mempelajari lingkungan sekitar lokasi penelitian, beradaptasi hingga Peneliti akhirnya dapat menjadi akrab dengan para responden dalam memperoleh informasi informasi penting ketika melakukan kegiatan observasi langsung.

Dalam hal ini, Peneliti melakukan kegiatan dalam pengumpulan data, mencari data dan mengolah data, di lain pihak mereka sebagai informan dalam memberikan informasi informasi penting yang dibutuhkan oleh peneliti dengan membangun keakraban satu sama lainnya, terbangunnya saling percaya dengan harapan hasil penelitian akan diperoleh dapat lebih akurat dan terpercaya.

1.7.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Rumah subjek penelitian yang terletak di Jalan Semeru Raya No. 29 B Rt. 10 Rw. 10 Grogol Petamburan Jakarta Barat, dan Universitas Negeri Jakarta menjadi lokasi pengambilan data. Lokasi penelitian berikutnya adalah Jl Kebembem 4 No 65 Jagakarsa Jakarta Selatan. Peneliti juga mempertimbangkan

faktor-faktor lain yang berdampak pada efektivitas dan efisiensi wilayah tempat tinggal subjek penelitian. Untuk penelitian ini, misalnya, jarak antara tempat tinggal peneliti dan lokasi penelitian, dimana lokasi penelitian tersebut berada di kawasan yang didominasi oleh pelaku wirausaha yang memiliki berbagai macam pengalaman wirausaha. Peneliti memilih lokasi ini atas dasar ketertarikan peneliti terhadap kewirausahaan digital pada generasi milenial.

Dari pertengahan Juli 2022 hingga pertengahan Januari 2023, peneliti melakukan wawancara untuk penelitian ini. Wawancara virtual atau daring untuk penelitian ini dilakukan melalui Telepon, Whatsapp, dan Instagram. Namun, keseluruhan periode penelitian berlangsung dari awal Januari 2021 hingga awal Januari 2023.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Berbagai metode, seperti observasi (pengamatan), wawancara, dokumentasi, dan penelusuran literatur, digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data primer.

1.7.5.1 Observasi

Observasi dilakukan peneliti dengan cara mengamati subjek penelitian secara langsung. Pertama, peneliti mengamati lingkungan sekitar tempat informan diwawancarai secara langsung. Kedua, selama pembicaraan dengan subjek penelitian, peneliti melakukan observasi untuk menelusuri perilaku dan

sudut pandang informan secara dekat. Berdasarkan temuan ini, peneliti harus segera bergerak ke lapangan. Observasi ini berusaha mengumpulkan data dari panca indera untuk menghasilkan gambaran yang lebih lengkap tentang subjek penelitian yang akan diteliti.

1.7.5.2 Wawancara (Interview)

Salah satu metode pengumpulan data yang paling sering digunakan dalam penelitian sosial adalah Wawancara (Interview). Metode ini digunakan ketika peneliti dan subjek penelitian (informan) bertemu secara langsung saat mengumpulkan data primer. Informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian, seperti fakta, kepercayaan, perasaan, keinginan, dan sebagainya, dikumpulkan melalui wawancara. Wawancara membutuhkan kontak pribadi dan komunikasi aktif antara peneliti dan subjek penelitian untuk mencapai tujuan dan mengumpulkan data yang berkualitas tinggi dan dapat dipercaya²⁴.

Peneliti menggali data, informasi, dan kerangka informasi dari individu-individu yang diteliti melalui wawancara. Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara bebas terpimpin, artinya pertanyaan yang diajukan kepada subjek penelitian tidak dibatasi oleh aturan-aturan wawancara dan dapat diperluas atau diperdalam tergantung pada skenario dan kondisi lapangan. Wawancara dilakukan dengan mahasiswa UNJ program studi pendidikan sosiologi dan manajemen pendidikan. Peneliti berbicara dengan informan secara tatap muka dan

²⁴ Newman, 2013, *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: 493).

menggali data yang penting. Selain mengumpulkan data selama wawancara, peneliti juga mengamati perilaku informan saat dia menanggapi pertanyaan. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengumpulkan informasi dari para subjek penelitian untuk penelitian selanjutnya.

1.7.5.3 Dokumentasi dan Studi Kepustakaan

Mengumpulkan data, menganalisa data dan mengevaluasi data, berikut dengan mengelola informasi dari berbagai sumber antara lain; jurnal, foto, buku, majalah, dan karya ilmiah yang berkaitan dengan topik penelitian merupakan Dokumentasi atau rekaman data. Observasi lapangan dan wawancara dapat melengkapi kebutuhan data dalam pembuatan dokumentasi. Pendekatan dokumentasi digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan foto, tulisan, dan rekaman dari hasil penelitian yang nantinya akan digunakan sebagai data. Selain digunakan sebagai data. Selain itu dokumentasi juga berfungsi sebagai bukti bahwa penelitian telah selesai dilakukan. Peneliti menggunakan buku, jurnal, dan internet untuk mengumpulkan data-data tersebut.

1.7.6 Teknik Analisis Data

Menyederhanakan data agar lebih mudah dibaca dan digunakan adalah proses melakukan analisis data. Membuat data sesederhana mungkin adalah tujuan dari analisis data. Analisis data adalah tindakan menginterpretasikan data

sehingga referensi yang diperoleh dapat digunakan untuk menentukan kebenaran²⁵.

Untuk meningkatkan pemahaman, membuat hipotesis, dan memajukan pengetahuan, analisis data, menurut pendapat Neuman, perlu dilakukan dengan hati-hati dalam memperoleh, mengintegrasikan, dan menganalisis data²⁶.

Untuk melakukan Analisa data, peneliti membutuhkan pemahaman tentang subject penelitian, latar belakang permasalahan penelitian, pembuatan hipotesis, melakukan Analisa data disertai pendapat atau refrensi dari para ahli untuk menentukan kebenaran informasi.

Penilaian terhadap hasil dari Analisa data terhadap temuan lapangan dikenal sebagai analisis data penelitian deskriptif kualitatif yang selanjutnya data tersebut digunakan untuk menguji gagasan.

1.7.7 Keterbatasan Penelitian

Selama melakukan penelitian, peneliti menemukan sejumlah kendala yang mengakibatkan keterbatasan penelitian. Pertama adalah masih kurangnya kemampuan untuk memanajemen waktu, sehingga adanya kesulitan untuk menentukan waktu penelitian. Hal ini dapat terjadi mengingat waktu penelitian peneliti yang berada pada masa pandemi covid-19. Sehingga peneliti harus

²⁵ Lexy J. Moeloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2010) hlm. 248.

²⁶ W. Lawrence Neuman, *Metode Penelitian Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Edisi Ketujuh), (Jakarta : Indeks, 2013), hlm. 559.

mentaati protokol kesehatan dengan informan yang akan diwawancarai, protokol kesehatan yang harus ditaati terdapat 3M yang merupakan singkatan dari yakni menjaga jarak, memakai masker, dan mencuci tangan. Kedua yaitu sangat sulit untuk menemui subjek penelitian yakni seorang mahasiswa UNJ dikarenakan mahasiswa UNJ yang akan peneliti wawancarai sedang mengerjakan tugas-tugas kuliah ataupun sedang belajar dirumah masing-masing akibat dampak dari adanya pandemi covid-19 ini, kemudian yang ketiga yaitu, kampus sedang melakukan lockdown selama beberapa hari sehingga peneliti juga harus memilih waktu yang tepat dan tidak ingin merepotkan subjek penelitian.

1.7.8 Triangulasi Data

Untuk mempelajari atau membandingkan data, triangulasi data menggunakan metode lain selain data²⁷. Selanjutnya, triangulasi adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan strategi pengumpulan data yang menggabungkan berbagai metode pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Sebagai bagian dari triangulasi data ini, peneliti mewawancarai pemilik usaha brand Terasanalogi.id. Peneliti menggunakan taktik triangulasi, yang berarti menggabungkan berbagai jenis pengumpulan data untuk mendapatkan informasi dari satu sumber. Peneliti secara bersamaan menggunakan observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama.

²⁷ Lexy J. Moeloeng, Metode Penelitian Kualitatif. (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2007). hlm. 175.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk sistematika penulisan dalam penelitian, gaya penulisan yang tepat sangat diperlukan. Hal ini dilakukan untuk memperjelas pokok bahasan yang dibahas dalam setiap bab. Bab pendahuluan, dua bab deskripsi empiris, satu bab analisis, dan satu bab terakhir yang berisi kesimpulan dan rekomendasi merupakan lima bab dalam penelitian ini. Spesifikasi pendekatan studi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : Latar belakang masalah, masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian semuanya tercakup dalam bab ini. Bab ini juga mencakup tinjauan pustaka, kerangka teori yang berisi teori yang akan digunakan untuk menganalisis temuan, dan kerangka konseptual yang berisi konsep-konsep yang akan digunakan oleh peneliti sebagai kerangka kerja penelitian. Langkah selanjutnya adalah metodologi penelitian, yang mencakup strategi dan jenis penelitian, partisipan, latar dan waktu penelitian, peran peneliti, metode yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data, kendala penelitian, dan metode yang digunakan untuk melakukan triangulasi data. Selain itu, sistematika penelitian merupakan bagian terakhir.

BAB II : Bab ini berisi uraian tentang gambaran umum secara detail pada usaha yang telah dijalani oleh para pelaku usaha, sejarah berdirinya usaha, pendiri usaha serta latar belakang usaha dari masing-masing pelaku usaha, pada sub bab selanjutnya menjelaskan secara detail mengenai platform wirausaha digital apa yang

digunakan pada masing-masing pelaku usaha, yang didalamnya terdapat definisi instagram dan shopee mengenai fitur-fitur yang terdapat pada platform wirausaha digital tersebut.

BAB III : Bab ini mendeskripsikan tentang Pertama, Latar Belakang Pendirian Wirausaha Digital, Kedua, menjelaskan Produk-Produk Yang Dipasarkan Oleh Kedua Wirausaha Digital Terasanalogi.id. kemudian yang terakhir yaitu menjelaskan tentang Segmentasi Pembeli Wirausaha Digital.

BAB IV : Bab ini menjelaskan atau menjabarkan mengenai pengantar, Analisis Kewirausahaan Digital Pada Generasi Milenial, dan membahas mengenai hambatan dan tantangan yang terjadi ketika menjalani bisnis terasanalogi.id.

BAB V : Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran dari keseluruhan hasil penelitian yang ditemukan. Serta berisikan lampiran-lampiran dokumentasi selama proses penelitian atau pengumpulan data berlangsung.