

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Tingkat pengangguran masih menjadi salah satu masalah utama dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sejalan dengan kenaikan populasi, jumlah tenaga kerja terus meningkat setiap tahun, sehingga menambah tekanan terhadap kapasitas pasar kerja untuk menyediakan kesempatan kerja (Safitri & Rezza, 2025). Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa masalah pengangguran masih merupakan isu yang perlu mendapatkan perhatian yang serius. Situasi ini dapat terlihat pada informasi yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. 1 Jumlah Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia

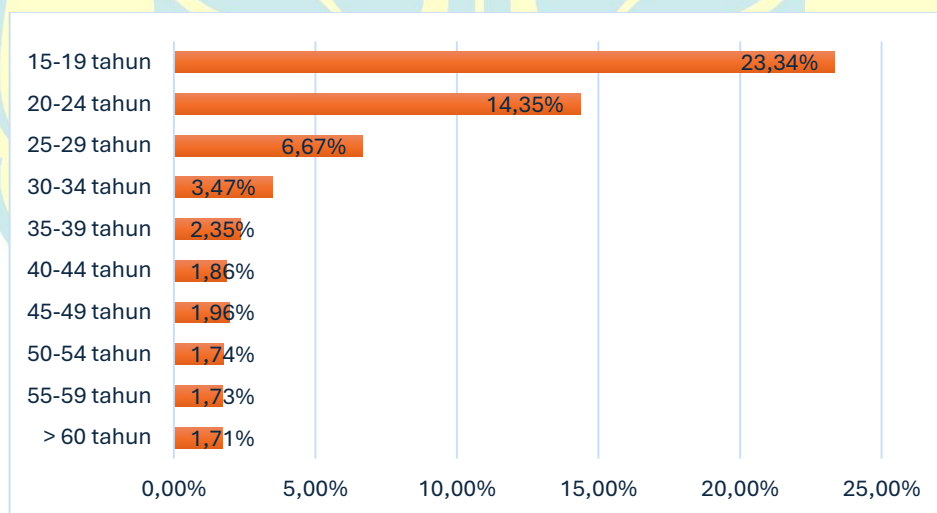
Tahun	Jumlah Tingkat Pengangguran Terbuka			
	Februari		Agustus	
	(Juta Orang)	Persentase (%)	(Juta Orang)	Persentase (%)
2023	7,99	5,45	7,86	5,32
2024	7,20	4,82	7,47	4,91
2025	7,28	4,76	7,46	4,85

Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Data pada tabel 1.1. menunjukkan bahwa angka Pengangguran Terbuka (TPT) nasional selama periode 2023–2025 mengalami variasi yang cukup signifikan. Pada Agustus 2025, jumlah penganggur tercatat mencapai 7,46 juta individu, mengalami peningkatan dibandingkan dengan kondisi pada Februari 2025 yang tercatat sebesar 7,28 juta orang. Meskipun terjadi penurunan angka pengangguran dari tahun 2023 ke 2024, namun jumlah pengangguran masih tetap tinggi (Safitri & Rezza, 2025).

Permasalahan pengangguran tersebut juga tercermin pada tingkat regional, khususnya di Provinsi DKI Jakarta sebagai pusat ekonomi dan bisnis nasional

(Mataram Antaraneews, 2024). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2025), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di DKI Jakarta pada Agustus 2025 tercatat sebesar 6,05%. Tingginya angka tersebut tidak terlepas dari pesatnya pertumbuhan penduduk dan tingginya arus urbanisasi di DKI Jakarta sebagai ibu kota negara. Urbanisasi merupakan peningkatan jumlah penduduk yang tinggal di kawasan perkotaan. Dengan laju pertumbuhan penduduk mencapai 0,94% per tahun, persaingan dalam memperoleh pekerjaan di wilayah ini semakin meningkat, sehingga menimbulkan tantangan serius bagi kelompok usia produktif, khususnya generasi muda (Januari et al., 2024). Lebih lanjut, jika ditinjau berdasarkan karakteristik demografis, tingkat pengangguran pada kelompok usia muda masih menjadi permasalahan yang signifikan dalam ketenagakerjaan di Indonesia (Safitri & Rezza, 2025), sebagaimana ditunjukkan oleh data berikut ini:



Gambar 1. 1 Jumlah Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Kelompok Umur Tahun 2025

Sumber: Badan Pusat Statistik (2026)

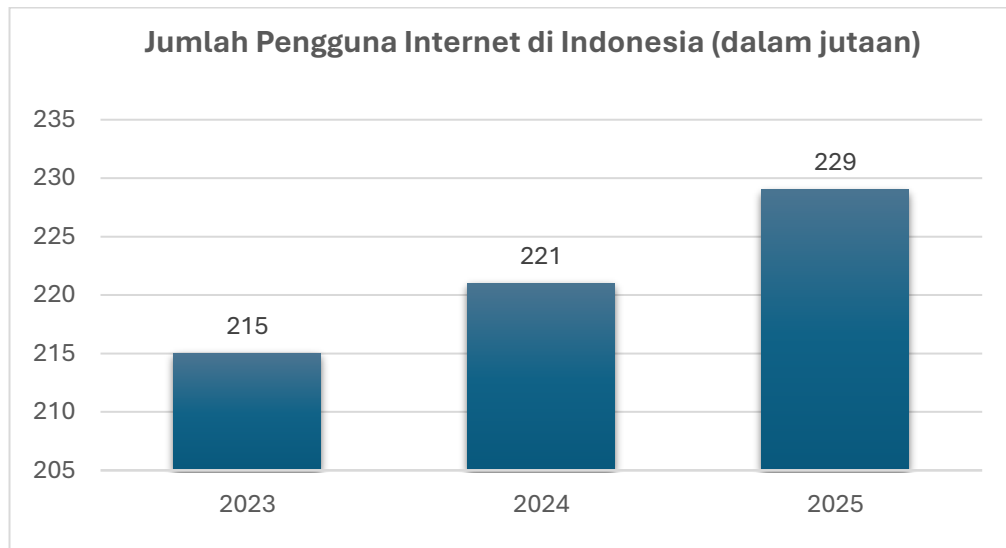
Data dari Badan Pusat Statistik (2026) yang disajikan dalam Gambar 1. 1 menunjukkan bahwa pada tahun 2025 tingkat pengangguran pada kelompok usia

15–24 tahun merupakan yang tertinggi dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Jika diakumulasikan, total persentase pengangguran pada kelompok usia tersebut mencapai 37,69%, dengan kontribusi terbesar berasal dari kelompok usia 15–19 tahun sebesar 23,34%, diikuti oleh kelompok usia 20–24 tahun sebesar 14,35%. Persentase tertinggi ketiga tercatat pada kelompok usia 25–29 tahun, dengan nilai mencapai 6,67%. Menurut Safitri & Rezza (2025), rentang usia tersebut sebagian besar merepresentasikan Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada periode 1997–2012, yang pada tahun 2025 berada pada kisaran usia 13–28 tahun. Generasi ini umumnya berada pada fase awal transisi menuju pasar tenaga kerja atau baru memasuki dunia kerja, sehingga masih menghadapi berbagai tantangan dalam memperoleh pekerjaan dan beradaptasi dengan lingkungan kerja yang pada akhirnya berkontribusi terhadap tingginya tingkat pengangguran di kalangan Generasi Z (Safitri & Rezza, 2025).

Tingginya tingkat pengangguran di antara Generasi Z menandakan perlunya cara baru dalam penyerapan tenaga kerja, salah satunya dengan memperkuat kewirausahaan berbasis digital. Pendekatan ini kian penting seiring dengan cepatnya kemajuan digitalisasi dan transformasi teknologi dalam beberapa tahun terakhir yang dipicu oleh Revolusi Industri 4.0 (Aloulou et al., 2024). Perkembangan teknologi tersebut telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia bekerja, berbisnis, dan berinteraksi, sekaligus membuka peluang baru dalam aktivitas kewirausahaan digital (Berutu et al., 2024). Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian Abaddi (2024) yang mengungkapkan bahwa kewirausahaan digital dapat menawarkan solusi untuk masalah ekonomi dan

menciptakan peluang bagi generasi muda yang belum terintegrasi ke dalam dunia kerja. Selain itu, kemajuan internet telah mengakibatkan transformasi yang berarti dalam ekosistem bisnis dengan memindahkan aktivitas pasar ke *platform online*, sehingga mendorong partisipasi pengusaha, baik yang baru maupun yang berpengalaman, dalam usaha digital yang dapat beroperasi di seluruh dunia (Abaddi, 2024).

Perkembangan kewirausahaan digital juga didorong oleh meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam kegiatan bisnis, yang mendorong pergeseran pola usaha menjadi lebih adaptif dan inovatif. Transformasi digital lewat media sosial, teknologi seluler, *cloud computing*, dan *Internet of Things (IoT)* telah mengakibatkan perubahan besar pada praktik bisnis di Indonesia (Tambunan & Busnetti, 2024). Di sisi lain, penggabungan teknologi dalam kegiatan bisnis, seperti penerapan strategi pemasaran digital serta penggunaan *platform e-commerce* dianggap dapat mempercepat pertumbuhan usaha, meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan memperkuat keberlanjutan usaha (Purnomo et al., 2024). Sehingga, keberadaan internet yang didorong oleh kemajuan teknologi dapat menciptakan berbagai peluang kewirausahaan inovatif bagi para calon wirausaha muda untuk membangun bisnis mereka sendiri (Aloulou et al., 2024). Sejalan dengan perkembangan tersebut, peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia turut memperkuat potensi pertumbuhan kewirausahaan digital, sebagaimana ditunjukkan dalam data berikut:



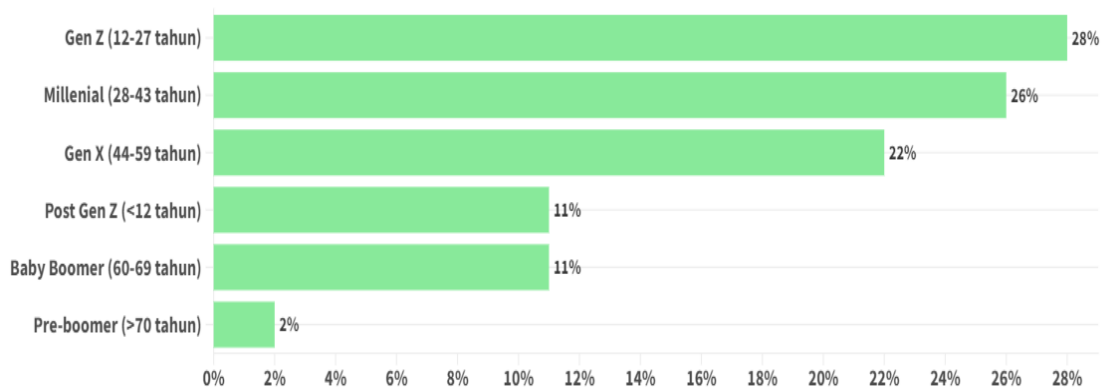
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2025)

Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2025) pada Gambar 1. 2 menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan selama tiga tahun terakhir. Pada tahun 2023, jumlah pengguna internet tercatat sekitar 215 juta orang, kemudian meningkat menjadi 221 juta pada tahun 2024, dan kembali naik menjadi 229 juta pada tahun 2025. Dalam lingkup regional, Kota Jakarta sebagai pusat ekonomi dan bisnis nasional memiliki tingkat adopsi teknologi digital yang relatif tinggi. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Provinsi DKI Jakarta menyatakan bahwa penetrasi *internet* di Jakarta mencapai sekitar 83,34% pada 2023 (Mataram Antaranews, 2024). Hal ini menunjukkan ekosistem digital yang semakin berkembang dan membuka ruang luas bagi pertumbuhan kewirausahaan digital, khususnya di Kota Jakarta sebagai wilayah strategis.

Perkembangan ekosistem digital tersebut turut membentuk kelompok masyarakat yang tumbuh dan beradaptasi secara intens dengan teknologi digital

sejak usia dini, yang dikenal sebagai *digital native*. Fenomena *digital native* adalah generasi yang sejak awal kehidupannya telah terbiasa berinteraksi dengan teknologi digital, sehingga penguasaan teknologi dan informasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari mereka (Daniswara et al., 2025). Generasi Z sebagai kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012 mewakili *digital native* di Indonesia, karena mereka tumbuh di era digital dan telah terbiasa menggunakan internet, media sosial, serta berbagai teknologi berbasis perangkat seluler sejak usia dini (Chang & Chang, 2023). Karakteristik ini menjadikan Generasi Z memiliki keunggulan dalam pemanfaatan teknologi digital, termasuk dalam konteks kewirausahaan berbasis digital. Selain karakteristik *digital native* tersebut, Generasi Z juga mendominasi struktur demografi penduduk Indonesia, sebagaimana terlihat pada data berikut:



Gambar 1. 3 Jumlah Populasi Penduduk di Indonesia Berdasarkan Generasi Tahun 2024

Sumber: (GoodStats, 2024)

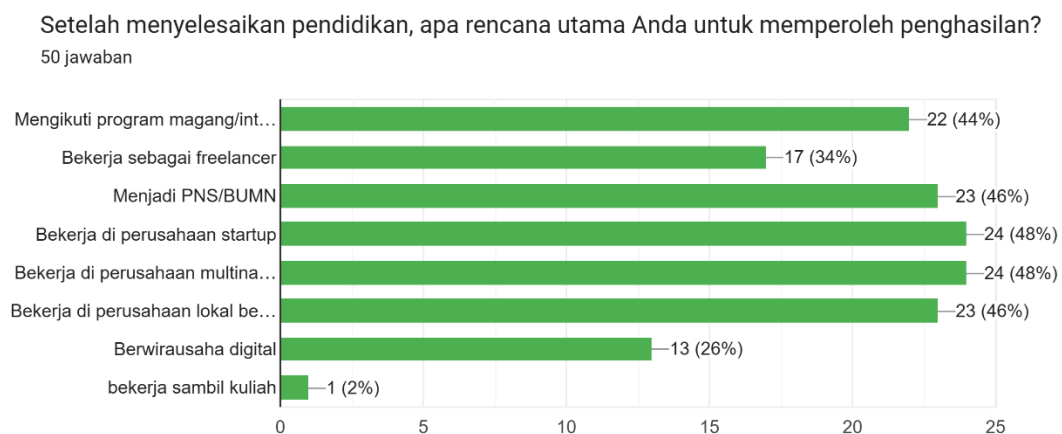
Berdasarkan data GoodStats (2024), Generasi Z saat ini menjadi kelompok terbesar dalam populasi Indonesia dengan jumlah sekitar 28% atau 74,93 juta orang dari total penduduk, sebagaimana yang tertera pada gambar 1. 3. Perkembangan

teknologi digital yang pesat telah membentuk cara Generasi Z berinteraksi dengan dunia, termasuk dalam konteks pekerjaan dan kehidupan sosial (Suryana, 2025). Dominasi demografis tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki peran strategis dalam menentukan arah pembangunan ekonomi nasional, baik saat ini maupun di masa mendatang (Gustine, 2024).

Karakteristik digital yang dimiliki Generasi Z menjadikan kelompok strategis dalam pengembangan kewirausahaan digital di Indonesia yang saat ini masih rendah, hanya 3,47% dari total populasi, jauh di bawah standar minimal negara maju yang berkisar 4% (Hasan et al., 2024). Kondisi ini perlu mendapat perhatian serius, karena kewirausahaan berperan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, peningkatan daya saing, dan kemajuan sosial, terutama melalui pengembangan kewirausahaan digital yang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, serta peluang pengembangan usaha (Chai & Soelaiman, 2024; Putro & Takahashi, 2024). Hal tersebut sejalan dengan Rahayu et al. (2023) yang menegaskan bahwa Generasi Z memiliki karakter dan kemampuan kewirausahaan yang lebih unggul dibandingkan generasi sebelumnya karena didorong oleh kemajuan teknologi, dorongan kemandirian, dan pengaruh digitalisasi yang memotivasi mereka untuk berwirausaha dan membangun bisnis sendiri.

Meskipun Generasi Z memiliki potensi besar dalam mengembangkan kewirausahaan digital, kecenderungan pilihan karier generasi ini masih didominasi oleh orientasi sebagai pencari kerja. Temuan ini didukung oleh hasil pra-riset yang dilakukan terhadap 50 responden Generasi Z di Kota Jakarta, yang menunjukkan

bahwa mayoritas responden lebih memilih untuk mencari pekerjaan dibandingkan berwirausaha digital. Adapun data hasil pra-riset mengenai preferensi pekerjaan Generasi Z di Kota Jakarta disajikan pada gambar berikut:



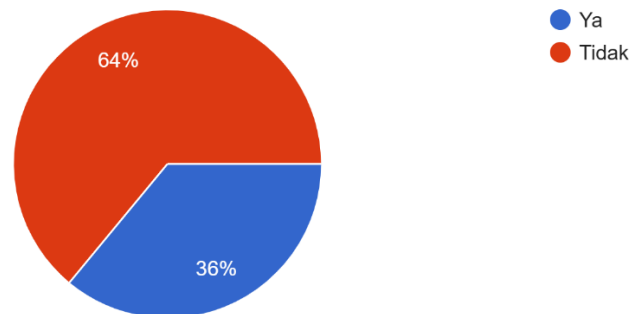
Gambar 1. 4 Hasil Pra-Riset Preferensi Pekerjaan Generasi Z di Kota Jakarta

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1. 4, pilihan bekerja di perusahaan *startup* dan perusahaan multinasional menjadi pilihan yang paling diminati, masing-masing dengan persentase sebesar 48%. Selanjutnya, pilihan menjadi pegawai negeri sipil (PNS) atau bekerja di badan usaha milik negara (BUMN), serta bekerja di perusahaan lokal besar, masing-masing memperoleh persentase sebesar 46%. Temuan ini mengindikasikan bahwa orientasi karier Generasi Z di Kota Jakarta masih cenderung mengarah pada sektor pekerjaan formal dibandingkan kewirausahaan, sehingga berimplikasi pada rendahnya niat berwirausaha digital di kalangan Generasi Z. Hal ini diperkuat oleh hasil pra-riset yang menunjukkan bahwa mayoritas responden belum memiliki niat untuk berwirausaha digital, sebagaimana disajikan pada gambar berikut:

Apakah Anda memiliki niat untuk berwirausaha digital di masa depan?

50 jawaban



Gambar 1. 5 Hasil Pra-Riset Niat Berwirausaha Digital

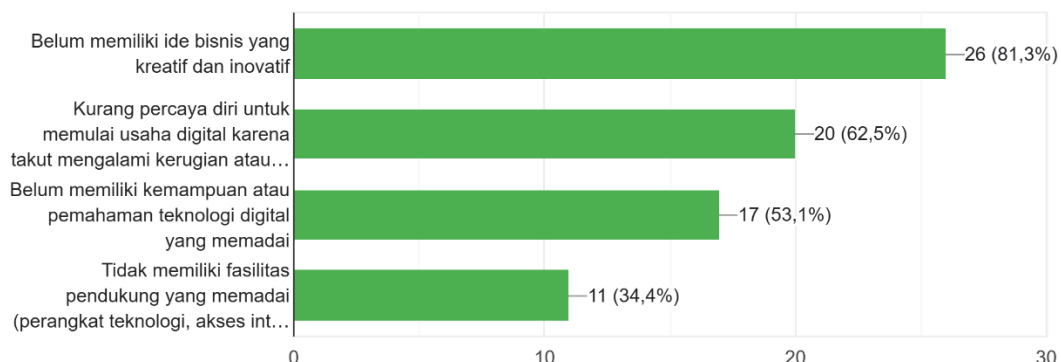
Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Gambar 1. 5 menunjukkan bahwa dari total 50 responden, sebanyak 64% atau 32 responden tidak memiliki niat berwirausaha digital, sedangkan hanya 36% atau 18 responden yang telah memiliki niat berwirausaha digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z dikenal sebagai generasi yang akrab dengan teknologi digital, namun pemanfaatan teknologi sebagai sarana berwirausaha belum menjadi pilihan utama. Rendahnya niat berwirausaha ini juga sejalan dengan temuan Arianto & Masnawati (2024), yang menyatakan bahwa lulusan perguruan tinggi cenderung lebih memilih menjadi pencari kerja dibandingkan menciptakan lapangan kerja secara mandiri. Kondisi tersebut menjadi perhatian serius mengingat Generasi Z saat ini mendominasi populasi mahasiswa, yang sedang berada pada fase transisi menuju dunia kerja dan memiliki peran penting dalam menentukan arah masa depan kewirausahaan di Indonesia (Safitri & Rezza, 2025). Namun demikian, niat berwirausaha digital pada generasi ini masih dihadapkan pada berbagai hambatan yang perlu dikaji lebih lanjut.

Penelitian yang dilakukan oleh Arianto & Masnawati (2024) mengungkapkan bahwa masih banyak responden yang menunjukkan keraguan untuk terjun ke dalam kewirausahaan digital akibat adanya kekhawatiran terhadap risiko kerugian finansial, ketidakstabilan pendapatan, tingginya persaingan dalam pasar digital, serta kemungkinan kegagalan usaha yang dapat berdampak pada kondisi ekonomi maupun psikologis individu. Kondisi tersebut semakin diperkuat oleh budaya masyarakat yang cenderung kurang mendukung keberanian dalam mengambil risiko dan masih memandang kegagalan bisnis sebagai bentuk kelemahan yang menimbulkan stigma negatif. Dalam konteks kewirausahaan digital, kekhawatiran tersebut juga dipengaruhi oleh rendahnya kesiapan individu dalam menghadapi perkembangan teknologi, keterbatasan literasi digital, serta minimnya pengalaman dalam mengelola bisnis berbasis online. Akibatnya, banyak individu merasa kurang percaya diri dalam memanfaatkan teknologi digital, mengembangkan usaha secara inovatif, serta menghadapi berbagai tantangan operasional bisnis digital.

Selain faktor psikologis dan kultural, keterbatasan infrastruktur pendukung, seperti akses terhadap teknologi dan layanan pendampingan usaha, juga turut memperberat tantangan yang dihadapi wirausahawan pemula dalam menjalankan usahanya secara efektif (Arianto & Masnawati, 2024). Selain kendala tersebut, hasil pra-riset juga menunjukkan adanya beberapa faktor lain yang dialami oleh sebagian Generasi Z sehingga belum memiliki niat untuk berwirausaha digital, sebagaimana dapat dilihat pada data berikut:

Apa faktor utama yang menyebabkan Anda tidak memiliki niat untuk berwirausaha digital?
32 jawaban



Gambar 1. 6 Hasil Pra-Riset Faktor yang Menyebabkan Generasi Z Tidak Memiliki Niat Berwirausaha Digital

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pra-riset, sebanyak 32 dari total 50 responden menunjukkan tidak memiliki niat berwirausaha digital karena disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor yang paling dominan adalah belum memiliki ide bisnis yang kreatif dan inovatif. Selanjutnya, faktor kurangnya kepercayaan diri untuk memulai usaha digital karena adanya kekhawatiran akan kerugian atau kegagalan. Faktor berikutnya adalah belum memiliki kemampuan atau pemahaman teknologi digital yang memadai. Kemudian, keterbatasan fasilitas pendukung seperti perangkat teknologi, koneksi internet, dan *platform* digital yang memadai adalah komponen terakhir yang memengaruhi rendahnya keinginan untuk berwirausaha digital.

Dengan memperhatikan berbagai faktor kendala tersebut, diperlukan kajian yang mengidentifikasi faktor-faktor yang berperan dalam membentuk niat berwirausaha digital (*digital entrepreneurial intention*) pada Generasi Z. Salah satu faktor kendala yang menonjol adalah belum dimilikinya ide bisnis yang kreatif dan inovatif, yang berkaitan erat dengan *creativity*. *Creativity* (kreativitas) adalah

kemampuan, potensi, dan kapasitas seseorang dalam menghasilkan gagasan yang kreatif (Abdelfattah et al., 2022). Penelitian Abdelfattah et al. (2022) menunjukkan bahwa *self-perceived creativity* merupakan faktor penting pada tahap awal proses kewirausahaan karena berperan dalam perancangan produk dan layanan baru, sekaligus menjadi prasyarat utama dalam pembentukan *digital entrepreneurial intention*.

Selain belum adanya ide bisnis yang unik dan inovatif, faktor lain yang juga memengaruhi rendahnya niat untuk berwirausaha digital adalah minimnya kepercayaan diri individu dalam memulai usaha digital. Aspek ini sangat terkait dengan konsep *self-efficacy*. Menurut Bandura (1977), menyatakan bahwa *self-efficacy* diartikan sebagai penilaian individu terhadap kemampuan mereka untuk melakukan tindakan dan menyelesaikan tugas guna mencapai tujuan tertentu. Penelitian Ferreira-Neto et al. (2023) menemukan bahwa meskipun responden memiliki tingkat *creativity* dan *passion* yang cukup tinggi, tingkat *self-efficacy* mereka relatif rendah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mereka memiliki minat dan ide untuk berwirausaha, namun keyakinan terhadap kemampuan diri masih kurang, sehingga niat untuk benar-benar memulai usaha berkurang.

Faktor ketiga yang menyebabkan rendahnya niat berwirausaha digital adalah tidak memadainya kemampuan serta pemahaman individu mengenai teknologi digital. Kondisi ini berkaitan erat dengan konsep *personal innovativeness*, sebagaimana dikemukakan oleh Aboobaker et al. (2023) merupakan keterbukaan seseorang terhadap hal-hal atau ide baru, yang menunjukkan tingkat kesiapan dan kecenderungannya dalam mengadopsi inovasi, sistem, proses, maupun teknologi

baru dibandingkan dengan individu lainnya. Dalam konteks *digital entrepreneurial intention*, Pham, Nguyen, et al. (2023) menyatakan bahwa saat inovasi meningkat, individu cenderung lebih bersedia untuk menerima dan menyesuaikan diri dengan teknologi baru serta menjelajahi peluang usaha.

Faktor terakhir yang menyebabkan rendahnya niat berwirausaha digital adalah kurangnya fasilitas pendukung, seperti perangkat teknologi, akses internet, dan ketersediaan *platform* digital yang sesuai. Aspek ini sangat terkait dengan konsep *facilitating conditions*, yaitu sejauh mana individu percaya bahwa infrastruktur teknis dan institusional yang diperlukan telah ada untuk mendukung pemanfaatan suatu sistem (Abdat, 2020). Dalam konteks kewirausahaan digital, kurangnya fasilitas pendukung dapat menghalangi individu dalam mengakses, menjalankan, dan memanfaatkan teknologi digital dengan baik, sehingga mengurangi motivasi untuk memulai usaha digital. Hal ini sejalan dengan penelitian Shi et al. (2024) yang menunjukkan bahwa *facilitating conditions* memberikan dampak positif pada adopsi media sosial dan *e-commerce*, yang pada akhirnya meningkatkan niat kewirausahaan digital di kalangan generasi muda.

Meski sejumlah penelitian telah meneliti faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha digital atau *digital entrepreneurial intention*, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan temuan yang bervariasi dan belum konsisten, khususnya terkait peran *creativity* dan *personal innovativeness*. Studi yang dilakukan oleh Paliwal et al. (2022) menunjukkan bahwa *creativity* tidak berperan sebagai variabel mediator dalam hubungan antara *Entrepreneurial Education* dan *Entrepreneurial Intention*. Di sisi lain, Aboobaker et al. (2023) juga menemukan

bahwa *personal innovativeness* terbukti memiliki pengaruh tidak langsung terhadap niat kewirausahaan mahasiswa.

Berdasarkan uraian latar belakang serta hasil pra-riset yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z memiliki potensi besar dalam mengembangkan kewirausahaan digital. Namun, sebagian besar penelitian terdahulu masih memfokuskan kajiannya pada niat berwirausaha secara umum, sehingga belum sepenuhnya menangkap karakteristik kewirausahaan berbasis digital yang memiliki tuntutan kompetensi, perilaku inovatif, serta dukungan teknologi yang berbeda dari kewirausahaan konvensional. Temuan dari penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasil yang belum konsisten, terutama mengenai peran *creativity* dan *personal innovativeness* terhadap *digital entrepreneurial intention*. Beberapa studi menemukan pengaruh positif dan signifikan, sementara penelitian lainnya menunjukkan pengaruh yang lemah atau tidak signifikan. Perbedaan hasil ini mengindikasikan adanya kemungkinan pengaruh konteks demografis, lingkungan, dan karakteristik wilayah penelitian yang belum sepenuhnya dijelaskan.

Di sisi lain, kajian empiris yang secara khusus membahas pengaruh *personal innovativeness* dan *facilitating conditions* terhadap *digital entrepreneurial intention* masih relatif terbatas. Padahal, dalam konteks kewirausahaan digital, keterbukaan individu terhadap inovasi serta ketersediaan dukungan infrastruktur dan fasilitas teknologi merupakan faktor penting yang dapat mendorong atau menghambat niat individu untuk memulai usaha berbasis digital. Keterbatasan kajian pada kedua variabel tersebut menunjukkan adanya celah penelitian yang

perlu ditelaah lebih lanjut, khususnya dalam konteks Generasi Z yang hidup di era digital.

Dari perspektif subjek dan area penelitian, studi yang secara khusus mengeksplorasi Generasi Z sebagai kelompok *digital native* dalam konteks kewirausahaan digital di daerah perkotaan, terutama di Kota Jakarta, masih cukup sedikit. Meski demikian, Jakarta memiliki ciri khas sebagai pusat ekonomi, dengan tingkat penetrasi internet yang tinggi dan persaingan kerja yang ketat, yang dapat berpotensi memengaruhi tujuan berwirausaha digital Generasi Z dengan cara berbeda daripada wilayah lain. Sehubungan dengan itu, studi ini dilaksanakan untuk menutupi kesenjangan penelitian dengan menguji **“Pengaruh *Creativity*, *Self-Efficacy*, *Personal Innovativeness*, dan *Facilitating Conditions* Terhadap *Digital Entrepreneurial Intention* Pada Generasi Z di Kota Jakarta.”**

1.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, pertanyaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *creativity* terhadap *digital entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Kota Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *self-efficacy* terhadap *digital entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Kota Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *personal innovativeness* terhadap *digital entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Kota Jakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *facilitating conditions* terhadap *digital entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Kota Jakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *creativity* terhadap *digital entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Kota Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *self-efficacy* terhadap *digital entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Kota Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *personal innovativeness* terhadap *digital entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Kota Jakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *facilitating conditions* terhadap *digital entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Kota Jakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat, baik secara langsung maupun tidak langsung kepada berbagai pihak. Manfaat-manfaat tersebut antara lain:

a. Manfaat Teoretis

Dapat memberikan bukti empiris dan memperkaya literatur tentang faktor-faktor yang memengaruhi *digital entrepreneurial intention*, khususnya pada Generasi Z. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pembaca dan peneliti lain yang ingin mempelajari dan melakukan pengembangan penelitian berikutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha digital pada Generasi Z.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *digital entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Jakarta, mengumpulkan serta mengolah data penelitian yang berkaitan dengan *creativity*, *self-efficacy*, *personal innovativeness*, dan *facilitating conditions*, menyimpulkan hasil penelitian, serta dapat dijadikan sebagai kajian teoritis bagi peneliti lain yang tertarik mengembangkan riset atau membangun strategi kewirausahaan digital di masa depan.

2. Bagi Generasi Z

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya *creativity*, *self-efficacy*, *personal innovativeness*, dan *facilitating conditions* dalam membentuk *digital entrepreneurial intention*. Pengetahuan ini dapat membantu mereka lebih siap dan percaya diri untuk memulai bisnis digital.

3. Bagi Institusi Pendidikan

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi institusi pendidikan dalam menyusun program pembelajaran atau pelatihan kewirausahaan digital yang lebih sesuai dengan karakter dan kebutuhan Generasi Z, sehingga dapat meningkatkan niat dan kesiapan mereka untuk berwirausaha digital.

4. Bagi Pemerintah dan Pemangku Kebijakan

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan rujukan bagi pemerintah serta pemangku kebijakan dalam merumuskan dan mengimplementasikan kebijakan pengembangan kewirausahaan digital, khususnya bagi Generasi Z di Kota Jakarta.

