

Keterampilan Digital: Pengaruh Kompetensi Digital terhadap Minat Bisnis Online

Digital Skills: The Influence of Digital Competence on Online Business Interest

Andriansyah¹⁾, Ernawati²⁾, Herman³⁾, Pramudita Budi Rahayu⁴⁾

^{1,2,3,4} Universitas Islam Makassar

^{1,2,3,4} Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 9 No. 29, Makassar, Indonesia

andriansyah.fisip@uim-makassar.ac.id

Diterima: 17 Oktober 2024 || Direvisi : 15 November 2024 || Disetujui: 24 November 2024

Abstrak – Pentingnya penelitian ini terletak pada keniscayaan kemajuan teknologi digital saat ini, menandai periode di mana memprioritaskan efisiensi dan efektivitas kerja telah menjadi penting, sehingga memunculkan apa yang dikenal sebagai era digital. Sejumlah besar individu yang lebih muda terpicu oleh kompleksitas teknologi, sering menggunakannya semata-mata untuk tujuan rekreasi. Dampak dari perilaku tersebut berasal dari pemanfaatan teknologi yang tidak tepat, yang berpotensi mengubah generasi berikutnya menjadi konsumen belaka dalam masyarakat yang digerakkan oleh konsumen. Generasi muda harus lebih cakap digital sehingga mendorong pemanfaatan teknologi digital menjadi lebih produktif guna menumbuhkan bibit-bibit pebisnis muda yang handal dan terampil serta melek teknologi. Kompetensi digital tidak hanya memahami perangkat keras dari sebuah teknologi, namun juga perangkat lunak menjadi hal yang tidak terpisahkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara kompetensi digital generasi muda kota Makassar terhadap minat bisnis *online*, serta faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat. Metode yang digunakan melalui pendekatan kuantitatif yang dianalisis melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, linieritas, serta regresi liner sederhana dengan bantuan aplikasi SPSS versi 24. Responden penelitian ini sejumlah 222 remaja yang ada di Kota Makassar. Hasil penelitian menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara kompetensi digital terhadap minat berbisnis *online* sebesar 39.3%, dan 60.7% dipengaruhi faktor lain. Adapun faktor pendukung remaja antara lain adalah kemampuan menggunakan perangkat keras seperti *gadget/smartphone* yang tinggi, serta kemampuan mencari informasi secara *online*, sedangkan hambatannya kurangnya kemampuan menggunakan *platform e-commerce* serta kurangnya keinginan memulai berbisnis *online* terlebih untuk menjalankannya. Faktor lain yang mempengaruhi minat berbisnis Online salah satunya ketersediaan modal, takut menanggung risiko kegagalan, dll. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah kurangnya responden yang mengisi kuesioner serta masih perlu diteliti pada aspek psikologi remaja.

Kata Kunci: kompetensi digital, minat, bisnis online

Abstract – The importance of this research lies in the inevitability of today's digital technological advancements, marking a period where prioritizing work efficiency and effectiveness has become essential, giving rise to what is known as the digital age. A large number of younger individuals are captivated by the complexity of technology, often using it solely for recreational purposes. The impact of such behavior stems from the inappropriate utilization of technology, potentially turning the next generation into mere consumers in a consumer-driven society. The younger generation must be more digitally savvy so as to encourage the utilization of digital technology to be more productive in order to foster the seeds of reliable and skilled young business people who are technologically literate. Digital competence is not only understanding the hardware of a technology, but also the software, and it is inseparable. The purpose of this study is to determine the influence between the digital competence of the young generation of Makassar city on online business interest, as well as what factors that are supporting and inhibiting. The method used was through a quantitative approach which was analyzed through validity, reliability, normality, linearity and simple liner regression tests with the help of the SPSS version 24 application. The respondents of this study were 222 teenagers in Makassar City. The results of the study state that there is a significant influence between digital competence

on interest in doing business online by 39.3%, and 60.7% is influenced by other factors. The supporting factors for adolescents include the ability to use hardware such as gadgets/smartphones that are high, as well as the ability to search for information online, while the obstacles are the lack of ability to use commerce platforms and the lack of interest to start an online business, moreover reluctant to run it. Other factors that influence interest in doing business online include the availability of the capital, fear of bearing the risk of failure, etc. The limitations in this study are the lack of respondents who filled out questionnaires and still need to be researched on aspects of adolescent psychology.

Keywords: *digital competence, interests, online business*

PENDAHULUAN

Evolusi teknologi komunikasi saat ini berkembang pesat setelah munculnya internet. Kemajuan teknologi komunikasi adalah sebuah keniscayaan. Para sarjana menegaskan bahwa evolusi teknologi komunikasi menandakan revolusi dalam komunikasi, dengan transformasi cepat memfasilitasi terobosan signifikan yang sebelumnya tidak dapat dicapai dalam praktik komunikasi. Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara, menyampaikan bahwa perdagangan elektronik merupakan lintasan prospektif untuk memajukan ekspansi ekonomi Indonesia dalam skala makro ekonomi (Juditha, 2017; Kominfo, 2016).

Teknologi tidak hanya meringankan kerja manusia melainkan juga mempercepat prosesnya. Kemudahan yang diberikan atas berkembangnya teknologi komunikasi selain dalam aspek sosial, juga bagaimana seseorang mengakses berbagai informasi yang dibutuhkannya. Kemudahan tersebut juga diikuti dengan fitur-fitur yang diberikan oleh perangkat baik *hardware* maupun *softwarena*. Dalam mengakses informasi seseorang tidak perlu mengakses di perangkat keras seperti komputer PC di rumah melainkan sudah dapat mengaksesnya di *smartphone*, kapanpun, dan dimanapun berada (Makdis, 2020). Bahkan anak usia sekolah dasar pun sudah dengan mudah mempelajari penggunaan perangkat teknologi yang banyak dipakai orang dewasa seperti *smartphone* maupun laptop yang terhubung melalui jaringan internet sehingga akses informasi yang sangat luas dapat dengan mudah didapatkan (Fitri, 2017).

Laporan survei internet Indonesia oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dirilis pada bulan Juni 2022 tentang Profil Internet Indonesia 2022 menyatakan bahwa penetrasi internet di Indonesia mencapai 210 juta jiwa dari total populasi 272,6 juta jiwa penduduk Indonesia di tahun 2021. Lebih jauh lagi tingkat penetrasi dan kontribusi internet berdasarkan demografi responden pada tingkat pekerjaannya, yakni di dapat 99,26% penguannya

adalah pelajar dan mahasiswa, disusul 86,90% yang bekerja, 84,61% ibu rumah tangga, 70,35% pensiunan guru/PNS, serta 67,10% merupakan tidak bekerja. Seiring dengan penetrasi berdasarkan umur menyatakan bahwa rentang usia 13-18 tahun sebanyak 99,16%, umur 19-34 tahun sebanyak 98,64%, umur 35-54 sebanyak 87,30% umur 5-12 sebanyak 62,43%, dan umur 55 tahun keatas sebanyak 51,73%. Namun data ini juga memberikan gambaran bahwa alasan menggunakan internet untuk dapat mengakses konten hiburan (*game online/ TV/ radio/ video online*) juga cukup banyak hingga 77,25% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022).

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media digital yang membutuhkan akses internet banyak digunakan untuk hal yang kurang produktif. Minat bisnis pemuda Indonesia masih sangat rendah, seperti yang di ungkapkan oleh Staf Ahli Bidang Ekonomi Kreatif Kementerian Pemuda dan Olahraga Joni Mardizal (Putra, 2016). Kemampuan dalam mengelola perangkat digital juga masih tergolong minim. Keterampilan digital digambarkan sebagai kompetensi dasar yang diperlukan untuk pengoperasian sistem digital, serta kemampuan yang diperlukan untuk pemahaman dan pemanfaatan konten *online* (Dodel et al., 2018).

Di Indonesia, proliferasi aksesibilitas internet belum disejajarkan dengan kesiapan penduduknya dalam hal kompetensi digital. Kompetensi digital mencakup antusiasme untuk lebih efektif memanfaatkan internet, memperoleh informasi yang bermanfaat, dan memanfaatkannya untuk upaya produktif yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Jayanthi & Dinaseviani, 2022). Berbeda dengan di Cina, perbedaan pendapatan tidak lagi menjadi penentu utama yang mempengaruhi korelasi antara keterampilan dan partisipasi digital (Zhang et al., 2023).

Masa pandemi Covid-19, ekonomi dunia menjadi lumpuh (Kadir et al., 2020), dengan hadirnya internet

ekonomi berangsur-ngasur bangkit kembali (Amighini, 2021). Di Indonesia banyak UMKM yang gulung tikar pada saat itu, dengan hadirnya teknologi, UMKM dapat kembali pulih (Arifin et al., 2023). Bahkan Presiden Indonesia Joko Widodo telah menjelaskan bahwa kebangkitan ekonomi Indonesia yang cepat menyusul dampak pandemi COVID-19 telah secara efektif mengangkat negara ke dalam kategori negara berpenghasilan menengah atas pada tahun 2022 (Schoolmedia, 2023).

Remaja sudah harus melek digital, mengingat remaja/Gen Z lahir bersama dengan perkembangan teknologi (Ummah, 2020). Remaja saat ini telah disibukan dengan berbagai sajian konten digital, seperti *game online*, konten TikTok, dll (Mitrin et al., 2023). Semestinya remaja sudah harus berfikir masa depan yang lebih produktif dan kreatif serta inovatif (Saputra & Yana, 2019). Banyak penelitian yang hanya mengangkat literasi digital secara umum, seperti penelitian (Agit et al., 2023; Anggresta et al., 2022; Hasanah & Setiaji, 2019; Khairunisa & Sabaria, 2023; Nurhayati et al., 2020; Putri & Jayatri, 2021), sedangkan penelitian ini lebih spesifik mengangkat aspek keterampilan/kompetensi digital sebagai salah satu aspek penting dalam literasi digital. Penelitian ini juga sangat penting karena akan memberikan gambaran remaja di perkotaan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk berwirausaha, serta akan menjadi rekomendasi pemerintah dalam melakukan stimulus kepada remaja untuk lebih produktif dengan memanfaatkan teknologi digital. Untuk itu penelitian ini bertujuan mengetahui apakah ada pengaruh antara kompetensi digital yang dimiliki remaja di Kota Makassar dengan minat berbisnis *online* dan seberapa besar pengaruhnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi dari penelitian ini adalah seluruh remaja Kota Makassar yang berusia 10-24 Tahun berdasarkan kategorisasi Badan Kependudukan Keluarga Berencana Nasional, 398.624 jiwa, berdasarkan data BPS 2023 (Badan Pusat Statistik Kota Makassar, 2023), berdasarkan kalkulator ukuran sampel (Jotform Survei, 2023) jumlah sampel responden adalah 384 remaja dan yang dapat dihimpun peneliti sebesar 222 remaja dengan rentang usia antara 10 – 24 tahun. Kendala dalam mengumpulkan data yakni banyak remaja yang kurang antusias dalam

mengisi kuesioner, bahkan ada beberapa data kuesioner yang sangat jauh dari kebanyakan (tidak rasional), sehingga peneliti harus memfilter kembali data responden. Beberapa uji yang dilakukan untuk mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian ini antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas serta uji hipotesis. Selain itu keputusan akhir dari penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS 24.

Uji Hipotesis

Yang menjadi hipotesis pada penelitian ini adalah:

H₁ = Ada pengaruh antara kompetensi digital terhadap minat berbisnis *online* remaja

H₀ = Tidak ada pengaruh antara kompetensi digital terhadap minat berbisnis *online* remaja

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini diawali dengan uji asumsi yakni diantaranya uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan uji inieritas.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Ketentuan dalam uji validitas yakni jika nilai Sig. < 0.05 maka valid, sebaliknya jika nilai sig.>0.05 maka tidak valid. Dari data sampel 231 responden maka di dapat nilai X (kompetensi digital) adalah:

Proses memvalidasi penilaian melibatkan analisis korelasi antara skor setiap item indikator individu dan skor keseluruhan konstruk.

Tabel 1 Uji Validitas Variabel X

Indikator X	r Hitung	r Tabel	Status
X1	.678**	0.138	Valid
X2	.668**	0.138	Valid
X3	.666**	0.138	Valid
X4	.584**	0.138	Valid
X5	.596**	0.138	Valid
X6	.629**	0.138	Valid
X7	.688**	0.138	Valid
X8	.691**	0.138	Valid
X9	.689**	0.138	Valid
X10	.655**	0.138	Valid
X11	.664**	0.138	Valid
X12	.730**	0.138	Valid
X13	.629**	0.138	Valid
X14	.735**	0.138	Valid
X15	.721**	0.138	Valid
X16	.677**	0.138	Valid
X17	.643**	0.138	Valid
X18	.700**	0.138	Valid
X19	.682**	0.138	Valid
X20	.679**	0.138	Valid

Sumber : Olah Data SPSS 24

Dari uji Validitas untuk variable X, dinyatakan valid, karena $r_{Hitung} > r_{Tabel}$.

Proses memvalidasi penilaian melibatkan analisis korelasi antara skor setiap item indikator Minat Berbisnis *Online* (Y) individu dan skor keseluruhan konstruk.

Tabel 2 Uji Validitas Variabel Y

Indikator Y	r Hitung	r Tabel	Status
Y1	.792**	0.138	Valid
Y2	.763**	0.138	Valid
Y3	.810**	0.138	Valid
Y4	.801**	0.138	Valid
Y5	.831**	0.138	Valid
Y6	.781**	0.138	Valid
Y7	.780**	0.138	Valid
Y8	.766**	0.138	Valid
Y9	.826**	0.138	Valid
Y10	.773**	0.138	Valid
Y11	.757**	0.138	Valid
Y12	.718**	0.138	Valid
Y13	.740**	0.138	Valid
Y14	.780**	0.138	Valid
Y15	.795**	0.138	Valid
Y16	.774**	0.138	Valid
Y17	.782**	0.138	Valid
Y18	.840**	0.138	Valid
Y19	.788**	0.138	Valid
Y20	.819**	0.138	Valid

Sumber : Olah Data SPSS 24

Dari uji Validitas untuk variable Y, dinyatakan valid, karena $r_{Hitung} > r_{Tabel}$.

Uji Reliabilitas

Sebuah pertanyaan dianggap andal dan sah jika $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Alat ukur indikator kompetensi digital (X) dapat di uji keandalannya dengan melakukan uji reliabilitas, dengan metode Cronbach's Alpha, dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 3 Uji *Reliability* untuk Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	20

Nilai Cronbach's Alpha untuk indikator pertanyaan kompetensi digital (X) sebesar $0.935 > 0.138$, sehingga indikator pertanyaan variabel X dinyatakan reliabel.

Tabel 4 Uji *Reliability* untuk Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.967	20

Nilai Cronbach's Alpha untuk indikator pertanyaan Minat Berbisnis *Online* (Y) sebesar $0.967 > 0.138$, sehingga indikator pertanyaan variabel Y dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas dan Linearitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang berdistribusi normal, untuk itu metode yang digunakan uji SPSS Kolmogorov-Smirnov, dengan dasar keputusannya jika nilai sig > 0.05 maka berdistribusi normal, sebaliknya tidak. Untuk data penelitian ini didapatkan:

Tabel 5 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Kecakapan Digital	Minat Berbisnis Online
N		222	222
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	73.7297	70.2477
	Std. Deviation	12.62401	14.36710
Most Extreme Differences	Absolute	.049	.059
	Positive	.042	.059
	Negative	-.049	-.049
Test Statistic		.049	.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.055 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan uji normalitas K-S/ Kolmogorov-Smirnov diketahui nilai Asymp Sig (2 Tailed) variabel X sebesar $0.20 > 0.05$ dan variabel Y sebesar $0.06 > 0.05$, maka disimpulkan bahwa variabel X dan Y berdistribusi normal.

Sedangkan untuk uji linieritas dilakukan dengan menguji, jika nilai sig pada *Deviation for Linearity* > 0.05 , maka terdapat hubungan yang linear antara variabel X (Kompetensi Digital) dengan variable Y (Minat Berbisnis *Online*), atau sebaliknya. Dari data penelitian didapatkan:

Tabel 6 Anova Uji Linieritas

ANOVA Table							
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Minat Berbisnis Online * Kecakapan Digital	Between Groups	(Combined)	25101.356	51	492.183	4.078	.000
		Linearity	17934.832	1	17934.832	148.612	.000
		Deviation from Linearity	7166.524	50	143.330	1.188	.210
Within Groups			20516.018	170	120.682		
Total			45617.374	221			

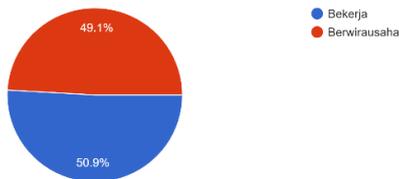
Berdasarkan hasil uji linieritas didapatkan nilai sig *deviation from linearity* sebesar $0.210 > 0.05$, maka

disimpulkan bahwa variabel X dan variabel Y terdapat hubungan yang linier.

Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini diawali dengan meminta responden untuk memilih diantara dua hal yakni bekerja atau berwirausaha, dan rata-rata remaja di Kota Makassar lebih memilih bekerja dibanding berwirausaha, terlihat dari pilihan remaja sebesar 49,1 % memilih berwirausaha, dan 50.9% memilih bekerja.

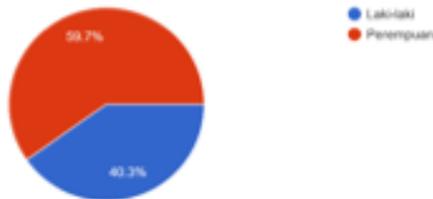
Jika anda di suruh memilih di antara kedua hal dibawah ini, maka anda akan memilih ?
222 responses



Gambar 1 Pilihan Bekerja atau Berwirausaha

Untuk jenis kelamin yang lebih antusias mengisi data kuisisioner adalah perempuan sebesar 59,7% dan laki-laki sebesar 40,3%, seperti pada gambar dibawah ini:

Jenis Kelamin
222 responses

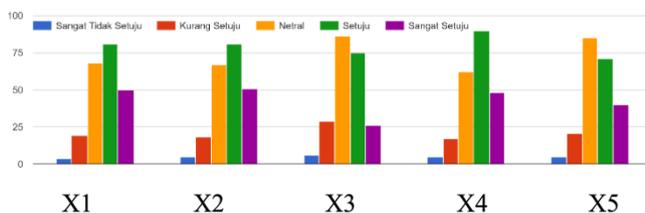


Gambar 2 Jenis Kelamin

Frekuensi responden yang menjawab terkait variabel kompetensi digital sangat beragam, seperti yang digambarkan dalam gambar berikut:

Gambar 3. Pertanyaan terkait kemampuan penggunaan perangkat keras dan lunak.

Pertanyaan terkait kemampuan penggunaan perangkat keras dan lunak



Gambar 3 Pertanyaan terkait kemampuan penggunaan perangkat keras dan lunak

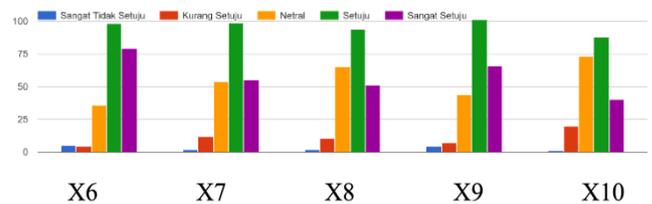
Tabel 7 Pertanyaan X1-X5

X	Pertanyaan (Item)
X1	Saya mampu mengoperasikan berbagai perangkat keras komputer (seperti laptop, <i>smartphone</i> , dan <i>tablet</i>) dengan baik
X2	Saya merasa nyaman menggunakan berbagai sistem operasi (seperti Windows, macOS, Android, iOS)
X3	Saya dapat mengatasi masalah teknis sederhana pada perangkat keras yang saya gunakan.
X4	Saya sering meng- <i>upgrade</i> perangkat lunak yang saya gunakan untuk menjaga performanya.
X5	Saya mampu menggunakan perangkat lunak desain grafis (seperti Adobe Photoshop atau Canva) untuk kebutuhan pribadi atau bisnis.

Sumber : Peneliti, 2024

Berdasarkan Gambar 3 di atas mayoritas menjawab setuju, dan beberapa menjawab netral.

Pertanyaan terkait kemampuan mencari informasi secara online



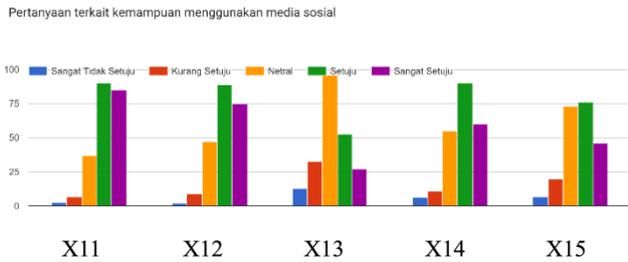
Gambar 4 Pertanyaan terkait kemampuan mencari informasi secara Online

Tabel 8 Pertanyaan X6 – X10

X	Pertanyaan (Item)
X6	Saya dapat dengan mudah menemukan informasi yang saya butuhkan melalui mesin pencari seperti Google.
X7	Saya terbiasa menggunakan kata kunci yang tepat untuk mendapatkan hasil pencarian yang relevan.
X8	Saya mampu membedakan sumber informasi yang dapat dipercaya dan yang tidak dapat dipercaya di internet.
X9	Saya mampu mencari informasi yang spesifik, seperti tutorial atau panduan, untuk mendukung kebutuhan saya.
X10	Saya mampu mencari informasi terbaru terkait tren bisnis <i>online</i> yang sedang berkembang.

Sumber : Peneliti, 2024

Berdasarkan gambar 4 di atas mayoritas responden menjawab setuju.



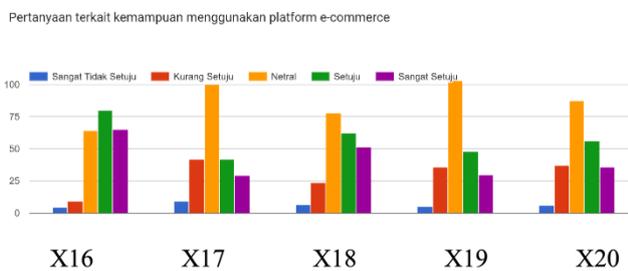
Gambar 5 Pertanyaan terkait kemampuan menggunakan media sosial

Tabel 9 Pertanyaan X11 – X15

X	Pertanyaan (Item)
X11	Saya merasa nyaman menggunakan berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter/X.
X12	Saya mampu membuat dan mengelola akun media sosial dengan baik.
X13	Saya terbiasa membuat konten yang menarik untuk dibagikan di media sosial.
X14	Saya tahu cara menggunakan fitur-fitur tambahan di media sosial seperti stories, live, atau iklan.
X15	Saya mampu menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk atau layanan.

Sumber : Peneliti, 2024

Pada gambar 5 tersebut di atas menjelaskan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dan sangat setuju.



Gambar 6 Pertanyaan terkait kemampuan menggunakan platform e-commerce

Tabel 10 Pertanyaan X16 – X20

X	Pertanyaan (Item)
X16	Saya merasa nyaman menggunakan berbagai platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, atau Bukalapak.
X17	Saya mampu membuat akun dan mengelola toko online di platform e-commerce.
X18	Saya sering melakukan transaksi pembelian melalui platform e-commerce

Gambar 9 Pertanyaan terkait keinginan untuk memulai bisnis Online

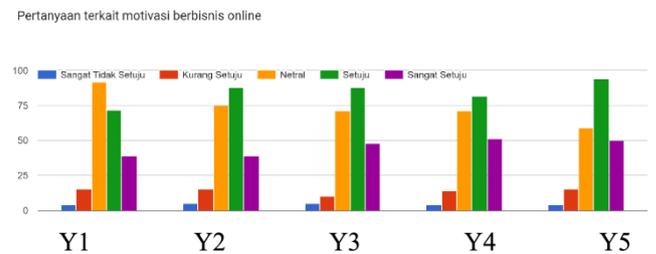
X19 Saya mampu mengoptimalkan tampilan dan deskripsi produk untuk menarik lebih banyak pelanggan.

X20 Saya memahami cara menggunakan fitur promosi yang ditawarkan oleh platform e-commerce.

Sumber : Peneliti, 2024

Namun untuk Penggunaan platform e-commerce mayoritas responden menjawab netral.

Frekuensi responden yang menjawab terkait variabel minat berbisnis online sangat beragam, seperti yang digambarkan dalam gambar berikut:



Gambar 7 Pertanyaan terkait motivasi berbisnis online

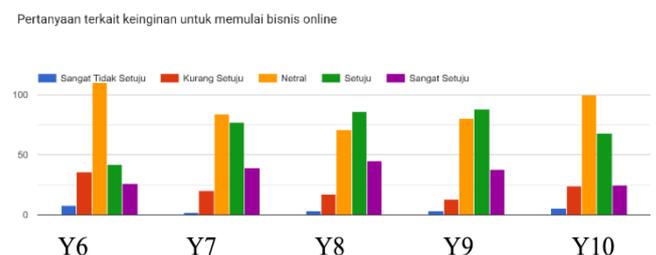
Tabel 11 Pertanyaan Y1 – Y5

Y	Pertanyaan (Item)
Y1	Saya merasa tertarik untuk memulai bisnis Online karena fleksibilitas waktu yang ditawarkannya.
Y2	Saya termotivasi untuk berbisnis Online karena peluang mendapatkan keuntungan yang lebih besar.
Y3	Saya percaya bahwa bisnis Online memberi saya kesempatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
Y4	Saya tertarik berbisnis Online karena dapat dijalankan dari mana saja tanpa harus memiliki toko fisik.
Y5	Saya merasa berbisnis Online dapat menjadi langkah awal untuk mencapai kemandirian finansial.

Sumber : Peneliti, 2024

Dari gambar 7 tersebut di atas remaja termotivasi untuk berbisnis Online dan banyak juga yang menjawab netral.

Gambar 8. Pertanyaan terkait keinginan untuk memulai bisnis Online



Gambar 8 Pertanyaan terkait keinginan untuk memulai bisnis Online

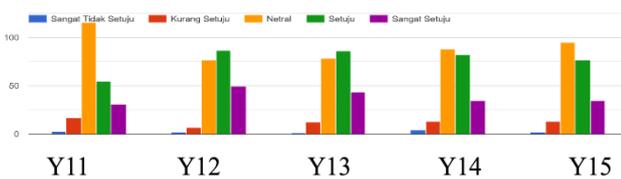
Tabel 12 Pertanyaan Y6 – Y10

Y	Pertanyaan (Item)
Y6	Saya memiliki keinginan yang kuat untuk memulai bisnis <i>online</i> dalam waktu dekat.
Y7	Saya sering memikirkan ide-ide bisnis yang dapat dijalankan secara <i>online</i> .
Y8	Saya sering terinspirasi oleh kesuksesan orang lain dalam bisnis <i>online</i> dan ingin mencoba sendiri
Y9	Saya yakin bahwa bisnis <i>online</i> adalah peluang yang menarik untuk dikembangkan.
Y10	Saya merasa siap untuk menghadapi tantangan dalam memulai bisnis <i>online</i> .

Sumber : Peneliti, 2024

Pada gambar 8 di atas menjelaskan responden cenderung menjawab netral ketika ditanya untuk memulai bisnis *online*.

Pertanyaan terkait persepsi terhadap peluang bisnis online



Gambar 10 Pertanyaan terkait persepsi terhadap peluang bisnis online

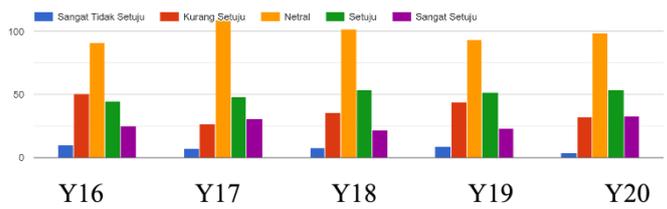
Tabel 13 Pertanyaan Y11- Y15

Y	Pertanyaan (Item)
Y11	Saya percaya bahwa bisnis <i>online</i> memiliki peluang yang lebih besar dibandingkan dengan bisnis konvensional.
Y12	Saya melihat bahwa perkembangan teknologi digital menciptakan banyak peluang baru dalam bisnis <i>online</i> .
Y13	Saya yakin bahwa bisnis <i>online</i> menawarkan kesempatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
Y14	Saya melihat banyak peluang di bisnis <i>online</i> untuk mengekspresikan kreativitas saya.
Y15	Saya percaya bahwa dengan kompetensi digital yang saya miliki, saya dapat memanfaatkan peluang bisnis <i>online</i> secara optimal.

Sumber : Peneliti, 2024

Berdasarkan Gambar 9 tersebut di atas menunjukkan sikap netral dari responden menunjukkan persepsi terhadap peluang bisnis *online*.

Pertanyaan terkait niat untuk menjalankan bisnis online



Gambar 11 Pertanyaan terkait niat untuk menjalankan bisnis online

Tabel 14 Pertanyaan Y16 – Y20

Y	Pertanyaan (Item)
Y16	Saya berniat untuk memulai bisnis <i>online</i> dalam waktu dekat.
Y17	Saya berencana untuk segera memulai bisnis <i>online</i> setelah mendapatkan modal dan selesai lulus sekolah
Y18	Saya memiliki niat yang kuat untuk beralih dari belanja <i>online</i> menjadi penjual di <i>platform e-commerce</i> .
Y19	Saya sudah mulai merencanakan langkah-langkah untuk memulai bisnis <i>online</i> saya sendiri.
Y20	Saya akan memprioritaskan bisnis <i>online</i> jika saya memiliki kesempatan untuk memulainya.

Sumber : Peneliti, 2024

Berdasarkan Gambar 10 di atas menunjukkan mayoritas remaja di Kota Makassar cenderung kurangnya niat untuk menjalankan bisnis *online*, dengan jawaban mayoritas netral.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel X (Kompetensi Digital) dan variabel Y (Minat Berbisnis *Online*), maka dilakukan uji regresi linier sederhana dikarenakan hanya menggunakan dua variabel. Berikut uji regresi linier sederhana menggunakan aplikasi SPSS 24.

Uji Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan data penelitian yang terdiri dari dua variabel yakni, variabel X (Kompetensi Digital dan Variabel Y (Minat Berbisnis *Online*) maka digunakan analisis regresi linier sederhana. Berikut data hasil uji regresi:

Tabel 15. Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 ^a	.393	.390	11.21739

a. Predictors: (Constant), Kecakapan Digital

Tabel diatas menjelaskan bahwa, besarnya nilai korelasi/ hubungan antara variabel X dan Y sebesar 0.627, dengan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.393, interprestasinya adalah besarnya pengaruh kompetensi digital terhadap minat berbisnis *online* sebesar 39,3%, dan 60,7% di pengaruhi faktor lain.

Tabel 16 Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17934.832	1	17934.832	142.533	.000 ^b
	Residual	27682.542	220	125.830		
	Total	45617.374	221			

a. Dependent Variable: Minat Berbisnis Online

b. Predictors: (Constant), Kecakapan Digital

Berdasarkan tabel di atas, dihasilkan F_{Hitung} sebesar 142.533, dengan tingkat signifikan sebesar $0.000 > 0.05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel minat berbisnis *online*, dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kompetensi digital terhadap variabel minat berbisnis *online*.

Persamaan

Tabel 17. Koefisien

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.634	4.471		3.944	.000
	Kecakapan Digital	.714	.060	.627	11.939	.000

a. Dependent Variable: Minat Berbisnis Online

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai $a = 17.634$ nilai $b = 0.714$, maka rumus persamaannya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 17.634 + 0.714 (\text{Kompetensi Digital})$$

Interprestasi dari persamaan di atas, bahwa nilai konstanta/ konsisten pada variabel Minat Berbisnis *Online* sebesar 17.634. dan Koefisien regresi sebesar 0.714, maka setiap penambahan 1% nilai kompetensi digital, maka nilai Minat Berbisnis *Online* akan bertambah sebesar 0.714, koefisien regresi bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Dan nilai $\text{sig} < 0.05$ menginterpretasikan bahwa ada pengaruh positif antara kompetensi digital (X) terhadap Minat Berbisnis *Online* Remaja (Y), artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Pembahasan

Dari hasil penelitian, responden remaja di Kota Makassar lebih menyukai bekerja dibanding dengan berwirausaha, hal ini dibuktikan dengan banyaknya penelitian yang mengangkat tema terkait minat berbelanja *online*, berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh (Musyarrif & Andriansyah, 2023) terkait Pengaruh Pesan Iklan Tokopedia Edisi "Ciptakan Peluangmu" terhadap Minat Berbisnis *Online* pada Remaja di Masa Pandemi di Kota Makassar, yang menunjukkan besarnya pengaruh pesan iklan terhadap minat berbisnis *online* sebesar 49,1%. Dari hasil penelitian ini juga didapatkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kompetensi digital dengan minat berbisnis *online* remaja di Kota Makassar, adapun pengaruhnya sebesar 39,3%, dan 60,7% di pengaruhi faktor lain. Penelitian ini sejalan dengan yang dikaji oleh Putri & Jayatri, (2021), namun penelitian ini fokus pada minat berwirausaha mahasiswa, telah ditetapkan bahwa ada korelasi penting antara kemahiran dalam literasi digital dan kecenderungan kewirausahaan siswa.

Berdasarkan analisis data kompetensi digital remaja Kota Makassar menjadi faktor pendukung ketika berkaitan dengan kemampuan penggunaan perangkat keras dan lunak, seperti *smartphone*, dan aplikasi standar. Hal ini menunjukkan remaja sudah melek digital (Qurbani et al., 2020). Namun menariknya dalam penelitian ini motivasi remaja dalam berbisnis *online*, memulai berbisnis *online*, banyak yang bersikap netral. Terlebih ketika diarahkan pertanyaannya untuk menjalankan bisnis *online* mayoritas bersikap netral dalam arti remaja sangat kurang minatnya dalam berbisnis *online*. Namun jika kita melihat perkembangan digital, sesungguhnya dengan hadirnya teknologi kedalam sektor ekonomi/bisnis, maka akan banyak aspek bisnis yang dapat ditekan dan diminimalisir, seperti sewa tempat, iklan promosi di media sosial, dan lain-lainnya. Hal serupa dijelaskan dalam penelitian Agit et al., (2023) bahwa pentingnya literasi digital dalam meningkatkan daya saing dan perluasan perusahaan *online*. Organisasi diharuskan memanfaatkan teknologi informasi digital untuk mengakses pasar yang lebih luas dan meminimalkan pengeluaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan

antara kompetensi digital dengan minat berbisnis *online* sebesar 39,3%, dan sisanya 60,7% dipengaruhi faktor lain. Remaja di Kota Makassar cenderung lebih suka bekerja dibanding berwirausaha, sehingga terbaca dalam analisis data bahwa untuk minat berbisnis *online* remaja Kota Makassar lebih bersikap netral, terlebih dalam menjalankannya. Hal ini bisa dipengaruhi faktor lain seperti ketersediaan modal, takut dalam mengambil risiko kegagalan usaha, dll, Penelitian ini masih kurang menjangkau faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat, seperti faktor internal (psikologi) dan lain-lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Riset dan Teknologi Pendidikan Tinggi Republik Indonesia atas pendanaan hibah penelitian ini, serta seluruh tim yang terlibat dalam penyelesaian riset ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agit, A., Aisyah Julyana, S., & Ma'ruf, B. (2023). Tinjauan Literatur pada Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perkembangan Bisnis Online di Era Digital. *Seminar Nasional Amikom Surakarta (Semnasa) 2023, November*, 624–634. <https://ojs.amikomsolo.ac.id/index.php/semnasa/article/view/143>
- Amighini, A. (2021). *China after Covid-19: economic revival and challenges to the world*. Ledizioni.
- Anggresta, V., Maya, S., & Septariani, D. (2022). Pengaruh Literasi Digital Dan Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha. *Research and Development Journal of Education*, 8(1), 153. <https://doi.org/10.30998/rdje.v8i1.12090>
- Arifin, Z., Cindrakasih, R. R. R., Kertati, I., Dulame, I. M., Harto, B., Pratomo, Y. S., Bintariningtyas, S., Purwanto, R., Hastuti, D., & Nursanty, E. (2023). *Kebangkitan Bisnis UMKM Pasca Covid 19*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. *Apji.or.Od, June*, 10. apji.or.id
- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. (2023). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Makassar, 2010-2023*. BPS Kota Makassar. <https://makassarkota.bps.go.id/indicator/12/73/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-makassar.html>
- Dodel, M., Mesch, G., & Dodel, M. (2018). Inequality in digital skills and the adoption of online safety behaviors. *Information, Communication & Society*, 21(5), 712–728. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428652>
- Fitri, S. (2017). Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media. *NATURALISTIC: Jurnal Kajian Penelitian Dan Pendidikan Dan Pembelajaran*, 1(2), 118–123. <https://doi.org/https://doi.org/10.35568/naturalistic.v1i2.5>
- Hasanah, U. U., & Setiaji, K. (2019). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v13i2.17051>
- Jayanthi, R., & Dinaseviani, A. (2022). Kesenjangan Digital dan Solusi yang Diterapkan di Indonesia selama Pandemi COVID-19. *IPTEK-KOM*, 24(2), 187–200.
- Jotform Survei. (2023). *Kalkulator Ukuran Sampel*. www.Jotform.Com. <https://www.jotform.com/id/sample-size-calculator/>
- Juditha, C. (2017). Memahami Struktur Jaringan Media Sosial sebagai Cara Strategis Periklanan di Era Ekonomi Digital Understanding Social Media Network Structure as a Strategic Way of Advertising in Digital Economy Era. *Jurnal Pekommas*, 2(1), 99–114.
- Kadir, A., Hakim, M. R., & Syam, F. (2020). *Penggunaan dana zakat pada korban covid-19 perspektif maqashid syariah*. 1, 107–116.
- Khairunisa, N. A., & Sabaria, S. (2023). Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 4–12. <https://doi.org/10.24269/asset.v6i2.7807>
- Kominfo. (2016). *Menkominfo: E-Commerce Masa Depan Ekonomi Indonesia*. [Kominfo.Go.Id](http://www.kominfo.go.id). https://www.kominfo.go.id/content/detail/8451/menkominfo-e-commerce-masa-depan-ekonomi-indonesia/0/berita_satker
- Makdis, N. (2020). Penggunaan e-book pada era digital. *Al Maktabah*, 19(1).
- Mitrin, A., Rahman, R., Putra, N. D. D., Hang, U., Pekanbaru, T., & Literasi, M. (2023). Pelatihan Digital Parenting Sebagai Upaya Pencegahan Media Addicaton (Kecanduan Media) Pada Anak Di Kelurahan Sialang Munggu Kota Pekanbaru. *Journal, Communnity Development*, 4(5), 10615–10620.
- Musyarrif, & Andriansyah. (2023). Pengaruh Pesan Iklan Tokopedia Edisi “Ciptakan Peluangmu” terhadap Minat Berbisnis Online pada Remaja di Masa Pandemi di Kota Makassar. *Journal of Communication Sciences*, 5(2), 126–137.
- Nurhayati, S., Masri, A., & Falah, N. (2020). Implementasi Workshop Literasi Digital dalam Membangun Keberdayaan Ekonomi Masyarakat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(3), 348–359. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/2457>
- Putra, Y. M. P. (2016). *Minat Pemuda untuk Berwirausaha Disebut Masih Rendah*. [Republika.Co.Id](http://republika.co.id). <https://republika.co.id/berita/od1a0e284/minat-pemuda-untuk-berwirausaha-disebut-masih-rendah>
- Putri, D. Y., & Jayatri, F. (2021). Pengaruh Penguasaan Literasi Digital Serta Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Stkip PGRI Lumajang. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 9(2), 1–7. <https://doi.org/10.24127/pro.v9i2.4507>

- Qurbani, D., Mardiana, S., Nugroho, R. D., & Pamulang, U. (2020). *Meningkatkan Minat Dan Potensi Generasi Milenial Khususnya Siswa-Siswi SMK Darussalam Untuk Memulai Bisnis Online Dengan Sistem Dropship*. 100–104.
- Saputra, A., & Yana, R. H. (2019). *Remaja Kreatif-Produktif sebagai Treatment Pencegahan Terhadap Penyalahgunaan Narkoba pada Remaja di Pedesaan Berpikir merupakan proses mental yang akan menghasilkan*. *1*(1), 206–213.
- Schoolmedia, E. (2023). *Pasca Pandemi Pemulihan Ekonomi Indonesia Melesat Sehingga Naik Kelas*. <https://News.Schoolmedia.Id/>
<https://news.schoolmedia.id/lipsus/Pasca-Pandemi-Pemulihan-Ekonomi-Indonesia-Melesat-Sehingga-Naik-Kelas-3698>
- Ummah, A. H. (2020). Dakwah digital dan generasi milenial. *Tasamuh*, *18*(1), 54–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.20414/tasamuh.v18i1.2151>
- Zhang, Y., Cao, H., Zhang, W., & Wang, Y. (2023). How Digital Skills Influence on Digital Participation in China? The Mediating Roles of Online Interpersonal Communication and Online Immersion. *Sage*, *196*, 1–15. <https://doi.org/10.1177/21582440231218786>