

## Pengaruh Literasi Bisnis Digital Terhadap Intensi Berwirausaha Generasi Z Melalui Moderasi *Financial Technology*

Reni Hariyani<sup>1</sup>, Tio Prasetyo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Budi Luhur

e-mail: <sup>1</sup>reni.hariyani@budiluhur.ac.id, <sup>2</sup>tio.prasetyo@budiluhur.ac.id

Submit	Revised	Accepted	Available Online
25-12-2024	15-01-2025	06-03-2025	08-03-2025

**Abstrak** – Percepatan teknologi keuangan memberikan banyak perubahan pada transaksi bisnis bidang ekonomi di Indonesia. Kondisi ini diikuti dengan banyaknya pemutusan hubungan kerja karyawan di perusahaan. Salah satunya membuat generasi Z harus dapat beradaptasi dengan dunia wirausaha dan meningkatkan kemampuan literasi bisnis yang baik. Penelitian ini bertujuan yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh literasi bisnis digital terhadap intensi niat berwirausaha generasi Z serta untuk mengetahui peran moderasi *financial technology* pada pengaruh literasi bisnis digital terhadap intensi niat berwirausaha generasi Z. Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan distribusi kuesioner secara *online*. Teknik perhitungan jumlah sampel memakai rumus metode slovin dengan jumlah sampel yaitu 400 responden generasi Z wilayah Provinsi Jakarta. Hasil penelitian membuktikan bahwa literasi bisnis digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi niat berwirausaha generasi Z wilayah provinsi Jakarta. Selain itu hasil riset menunjukkan bahwa *financial technology* memoderasi pengaruh literasi bisnis digital terhadap intensi niat berwirausaha generasi Z wilayah provinsi Jakarta. Implikasi hasil penelitian ini dapat meningkatkan jumlah *entrepreneur* sukses yang berasal dari generasi Z di Indonesia dengan meningkatkan literasi bisnis digital dan penggunaan *financial technology* yang tepat guna.

**Kata Kunci:** Literasi Bisnis Digital, Intensi Berwirausaha, Generasi Z, *Financial Technology*

**Abstract** - The acceleration financial technology has many changes to economic business transactions in Indonesia. This condition was followed by many employee layoffs at company. One of them that generation Z must be able to adapt the world entrepreneurship and improve good business literacy skills. The aim this research to determine the influence digital business literacy generation Z entrepreneurial intentions and to determine the moderating role financial technology influence of digital business literacy generation Z entrepreneurial intentions. The research approach used quantitative methods by distributing questionnaires online. The sample calculation technique uses Slovin formula with a sample 400 generation Z people in the Provinsi Jakarta. The research results prove that digital business literacy has a positive and significant effect on the entrepreneurial intentions generation Z in the Provinsi Jakarta. Apart from that, research results show that financial technology moderates the influence digital business literacy on the entrepreneurial intentions generation Z in the Provinsi Jakarta. The implications of the results research can increase the number successful entrepreneurs from generation Z in Indonesia by increasing digital business literacy and appropriate use financial technology.

**Keywords :** Digital Business Literacy, Entrepreneurial Intentions, Generation Z, *Financial Technology*

### PENDAHULUAN

Akselarasi transformasi digital telah merambah dunia bisnis dan wirausaha di Indonesia. Adaptasi yang cepat di bidang teknologi keuangan dan media sosial memberikan angin segar untuk aktivitas ekonomi menjadi lebih cepat dan mudah. Kondisi inilah yang ‘dilihat’ oleh generasi Z yaitu mereka yang saat ini berusia 12 s.d. 27 tahun (Elysa Septiana, 2024). Kaum Gen Z memiliki obsesi untuk hidup sukses seperti *influencer*, *content creator* dan *youtuber* terkenal yang menjadi idola mereka melalui *platform digital* atau media sosial. Fenomena tersebut mencerminkan terjadinya pergeseran makna bekerja bagi generasi Z. Pekerjaan formal sudah tidak begitu

menarik bagi Gen Z. Waktu bekerja yang lebih fleksibel, tidak ada tekanan dalam pekerjaan, tidak terikat pada kewajiban menjadi sebuah ‘cita-cita baru’ bagi generasi Z saat ini. Kondisi ini didukung dengan fakta yaitu berdasarkan Survei *World Economic Forum* pada tahun 2019 dengan jumlah sebesar 35,5% kalangan para pemuda dengan rentang umur 15 sampai 35 tahun yang ada di Indonesia memiliki keinginan atau minat menjadi pengusaha (PMK, 2024). Data indeks tersebut termasuk jumlah persentase yang tertinggi dibandingkan dengan negara di wilayah ASEAN lainnya.

Sisi lain fakta terungkap dari data Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa mayoritas jumlah pengangguran berasal dari generasi Z (Assariy,

2024). Impian bonus demografi yang menguntungkan dapat menjadi sebuah beban demografi bagi Indonesia. Jumlah lulusan Sekolah Menengah Kejuruan menjadi penyumbang jumlah pengangguran terbesar di Indonesia (BPS, 2024). Salah satu strategi dalam upaya mengurangi jumlah pengangguran yaitu dengan cara menumbuhkan intensi (niat) berwirausaha sejak dini di kalangan generasi muda, salah satunya Gen Z. Intensi merupakan kebulatan niat dalam melakukan kegiatan tertentu atau dalam memberikan kontribusi dari suatu kondisi untuk masa depan (Yudhaningrum, 2021). Sehingga intensi berwirausaha dapat menjadi penyebab dari ikhtiar yang dilakukan dalam memunculkan kegiatan dalam berwirausaha (Gustmalo, 2024). Intensi niat berwirausaha diwujudkan sebagai sebuah tahapan langkah pertama dari langkah proses merintis bisnis atau usaha yang umumnya tidak instan, dan waktu yang lama (Yudhaningrum, 2021). Sehingga sangat jelas perbedaan antara minat dengan intensi, yaitu terletak pada fokus dan *action* implementasi dari usaha yang dilakukan. Minat cenderung mengarah kepada keinginan saja, sedangkan intensi fokus pada motivasi untuk melakukan usaha.

Perkembangan teknologi ekonomi digital di Indonesia mengalami kemajuan pesat. Salah satunya adopsi *financial technology* (*fintech*) yang merupakan suatu gebrakan inovasi pada bidang sektor teknologi keuangan. Pemahaman kemampuan dalam mengakses informasi mengenai bisnis secara digital atau melalui sosial media diperlukan dalam memunculkan niat berwirausaha. Selain itu tidak kalah pentingnya memahami literasi keuangan dalam menggunakan alat pembayaran secara digital dalam transaksi bisnis menjadi penentu niat berwirausaha. Kondisi tantangan yang harus dihadapi oleh generasi Z tidak mudah di era gempuran teknologi yang bisa berubah dengan sangat cepat. Tantangan yang dihadapi oleh calon pengusaha muda terbagi menjadi beberapa faktor yaitu kurangnya kompetensi mengenai pengetahuan bisnis atau kewirausahaan, tidak adanya dukungan keluarga, minimnya modal yang dimiliki, serta kurangnya *networking* bisnis (Peraturan Menteri, 2023). Beranjak dari masalah tersebut maka diperlukan literasi digital bisnis dan literasi keuangan dalam adopsi *fintech* dalam menumbuhkan intensi menjalankan kegiatan berwirausaha oleh generasi Z. Bisnis kreatif secara digital semakin berkembang di kalangan generasi Z. Data laporan "*e-Conomy SEA 2024*" menunjukkan fakta bahwa bisnis *electronic commerce* pada tahun 2024 mengalami peningkatan yang sangat signifikan di Indonesia mencapai Rp 1.026 Triliun (Riyanto, 2024). Angka tersebut mengalami kenaikan sebesar 13% dari tahun 2023. Kesuksesan tersebut berasal dari strategi marketing bisnis yang dilakukan oleh kalangan muda dengan memanfaatkan kecanggihan digital dan *fintech* melalui *platform marketplace* atau media sosial bisnisnya ditawarkan melalui siaran langsung (*live streaming*). Tren menjadi *digital entrepreneur* perlu memiliki kemampuan literasi

bisnis digital serta literasi keuangan dalam bentuk *fintech*. Literasi bisnis digital menjadi pondasi utama dalam menumbuhkan intensi berwirausaha di kalangan generasi Z. Hal ini untuk membangun dan meningkatkan pemahaman tentang keberadaan bisnis digital pada tataran pengembangan sumber daya manusia yaitu menjadi *digital entrepreneur*. Literasi digital merupakan sistem teknologi yang dapat membaca, kemudian menulis, serta mendaftarkan item dalam bentuk teks atau digital untuk diproses dan dimasukkan ke dalam mode digital (Hasan, 2021). Transaksi pembayaran jual beli produk atau jasa secara digital semakin praktis, mudah, cepat dan efektif. Beralihnya sistem keuangan tradisional menjadi menggunakan *fintech* dilakukan oleh masyarakat Indonesia saat ini. Perkembangan *fintech* yang sudah menjamur dan sudah ada di Indonesia memunculkan berbagai gebrakan inovasi dalam bentuk sebuah aplikasi khususnya dalam layanan keuangan yang memiliki fungsi sebagai sebuah alat transaksi pembayaran, sebagai alat penyimpanan uang, serta juga alat peminjaman uang (Purwanto, 2022). Fenomena praktik bisnis secara *online* memberikan dampak terhadap alat pembayaran dengan uang elektronik. Fakta menunjukkan bahwa transaksi uang elektronik (*Quick Response Indonesian Standard/ QRIS*) tumbuh sebesar 226,54% pada tahun 2024 (Sutrisno, 2024). Regulasi mengenai penerapan *fintech* di Indonesia, salah satunya diatur dalam Peraturan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia No. 18/17/PBI/2016 mengenai pembahasan Uang Elektronik (Peraturan Bank Indonesia, 2016). Tren pola pikir dan *habits* perilaku konsumen masyarakat dalam berbelanja secara *online* dengan melakukan transaksi bisnis secara digital semakin tinggi. Kondisi ini menjadi sebuah peluang bisnis bagi calon *entrepreneur* yang akan menjalankan usaha. Generasi milenial menjadi semakin termotivasi untuk memiliki intensi dalam berwirausaha. Kecenderungan untuk mendapatkan *profit* yang semakin tinggi sangat besar dengan kecanggihan teknologi di bidang bisnis dan alat pembayaran elektronik.

Intensi berwirausaha bagi generasi Z menghadapi tantangan baru dan permasalahan di era teknologi yang serba canggih ini. Semakin pesat dan berkembangnya informasi yang bisa diakses dengan mudah dan cepat dalam *platform digital* dan media sosial membuat gen Z harus dapat memilih dan memilah berita atau sumber informasi yang bermanfaat, khususnya mengenai pengetahuan literasi bisnis digital. Selain itu kemudahan dalam melakukan belanja *online* dapat mengubah perilaku keuangan konsumen menjadi konsumtif. Sehingga tanpa disadari terbentuk gaya hidup FOMO (*Fear of Missing Out*), kemudian YOLO (*You Only Live Once*), serta tren baru yaitu FOPO (*Fear of Other People's Opinions*) di kalangan remaja (Nugroho, 2024). Fenomena mencari pengakuan dan validasi dari teman sebaya dengan diikuti rasa kecemasan sosial, perasaan tertinggal serta tekanan hidup glamor pada generasi Z. Oleh karena itu dibutuhkan kemampuan untuk dapat menggunakan *financial*

*technology* dengan sebijak mungkin untuk dapat melihat peluang bisnis yang muncul dalam dunia wirausaha. Pola pikir generasi Z untuk menjadi seorang wirausaha dipengaruhi oleh kepribadian serta kondisi lingkungan demografis yang mendukung (Laksmi, 2024). Hal ini diperkuat dengan faktor-faktor kepribadian generasi Z dalam menumbuhkan intensi berwirausaha seperti keterbukaan terhadap informasi baru, ramah, serta tertarik dengan pengalaman yang baru (Weligodapola, 2023).

Penelitian sebelumnya memberikan hasil bahwa teknologi digital memberikan dampak yang positif dalam strategi meningkatkan minat menjalankan wirausaha di kalangan para mahasiswa program studi manajemen (Sahban, 2024). Selanjutnya hasil riset sebelumnya menunjukkan bahwa literasi dalam bentuk digital mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap intensi melakukan kegiatan wirausaha pada mahasiswa (Gustmalo, 2024). Hasil penelitian terdahulu membuktikan bahwa penguatan potensi kemampuan mahasiswa di bidang keterampilan bisnis dapat meningkatkan motivasi dalam berwirausaha (Yusuf, 2024). Hasil riset lain yang sejenis telah dilakukan oleh peneliti lain bahwa untuk memulai bisnis perlu persiapan keterampilan yang relevan bagi mahasiswa untuk melihat peluang bisnis (Marpaung, 2024). Kemudian riset sebelumnya membuktikan bahwa ekonomi digital memengaruhi secara signifikan terhadap peluang usaha yang dilakukan oleh mahasiswa (Hisyam, 2024).

Nilai yang mengandung kebaruan dalam penelitian ini yang membedakan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada 1) Variabel literasi yang digunakan fokus pada literasi bisnis digital; 2) Variabel *financial technology* yang digunakan fokus pada transaksi uang elektronik; 3) Sampel yang digunakan fokus pada generasi Z dengan kisaran umur 12 s.d 27 tahun. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh literasi bisnis digital terhadap intensi berwirausaha generasi Z, untuk mengetahui peran moderasi *financial technology* pada pengaruh literasi bisnis digital terhadap intensi berwirausaha generasi Z.

## METODE PENELITIAN

Metode dalam riset ini bersifat kuantitatif yang digunakan oleh penulis untuk mengetahui sejauh mana pengaruh literasi bisnis digital terhadap intensi berwirausaha generasi Z melalui moderasi *financial technology*. Data primer dan sekunder menjadi sumber dalam kajian riset ini. Untuk data primer didapatkan dari distribusi kuesioner secara online melalui *link google form*. Sedangkan untuk data sekunder berasal dari kajian pustaka jurnal ilmiah, peraturan dan referensi website pendukung. Penelitian ini menggunakan skala likert dalam teknik analisis data serta menggunakan program SPSS versi 26 *for windows*.

Generasi Z yang menjadi populasi dalam riset ini berasal dari wilayah Provinsi Jakarta yaitu berjumlah 2.678.252 Orang. Data ini didapatkan dari hasil sensus penduduk Biro Pusat Statistik 2020 yang diperbarui April 2024 (BPS, 2024) Usia generasi Z dalam penelitian ini adalah 12 tahun sampai dengan 27 tahun. Pengambilan sampel dalam riset ini memakai rumus slovin karena dinilai lebih tepat untuk menentukan jumlah sampel dengan jumlah populasi yang relatif besar (Firdaus, 2021). Sampel dalam riset ini yaitu sebesar 400 Orang generasi Z dari wilayah Provinsi Jakarta. Angka tersebut didapatkan dari perhitungan rumus slovin dengan tingkat presisi dalam menentukan sampel sebesar 5% (Sugiyono, 2019):

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$
$$n = \frac{2.678.252}{1+2.678.252 (0,05)^2} \dots\dots\dots(1)$$
$$n = 400$$

Keterangan:

- n = Jumlah data sampel yang dibutuhkan
- N = Jumlah data populasi wilayah provinsi Jakarta
- e = Tingkat kesalahan yang ditoleransi dalam riset

Variabel literasi bisnis digital menjadi variabel eksogen (X) dalam riset ini. Variabel intensi berwirausaha menjadi variabel endogen (Y). Serta variabel *financial technology* merupakan variabel moderasi dalam penelitian ini. Hipotesis yang disusun oleh peneliti dalam riset ini adalah sebagai berikut:

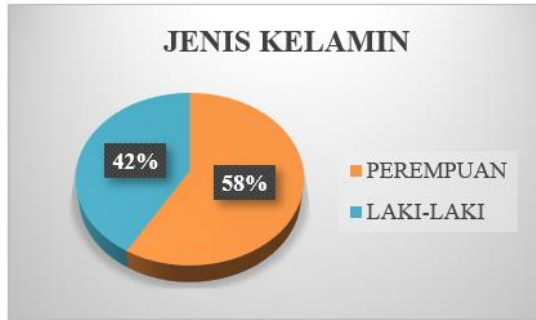
- H1: Literasi Bisnis Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Minat Berwirausaha Generasi Z Wilayah Provinsi Jakarta.
- H2: *Financial technology* memoderasi pengaruh Literasi Bisnis Digital terhadap Intensi Minat Berwirausaha Generasi Z Wilayah Provinsi Jakarta.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan klasifikasi jenis kelamin, usia, serta pendidikan/pekerjaan yaitu sebagai berikut:

### a. Karakteristik Jenis Kelamin

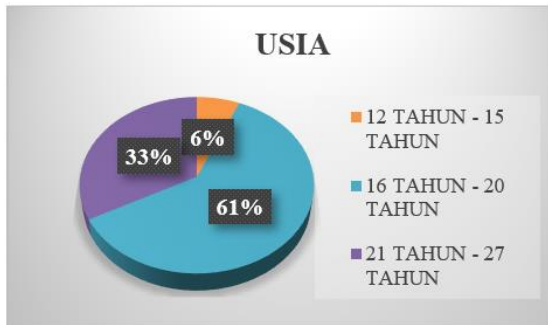
Klasifikasi jenis kelamin dalam penelitian ini yaitu laki-laki dan perempuan. Diperoleh hasil pengumpulan data bahwa responden jenis kelamin perempuan berjumlah 234 Orang (58%) dan jenis kelamin laki-laki berjumlah 166 Orang (42%). Mayoritas responden dalam riset ini berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan.



Gambar 1. Data Jenis Kelamin Responden

b. Karakteristik Usia

Klasifikasi usia generasi Z dalam penelitian ini terbagi menjadi usia 12 s.d 15 tahun berjumlah 26 Orang (7%), usia 16 s.d 20 tahun berjumlah 243 Orang (61%), dan usia 21 s.d 27 tahun berjumlah 131 Orang (33%). Mayoritas responden dalam riset ini berusia 16 s.d 20 tahun.



Gambar 2. Data Usia Responden

c. Karakteristik pendidikan atau pekerjaan

Klasifikasi pendidikan atau pekerjaan dari generasi Z dalam penelitian ini yaitu sedang menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) berjumlah 119 Orang (30%), sedang menempuh pendidikan Perguruan Tinggi berjumlah 236 Orang (59%), sebagai karyawan berjumlah 36 Orang (9%), dan sebagai wirausaha berjumlah 9 Orang (2%). Mayoritas responden dalam riset ini menempuh pendidikan pada perguruan tinggi (berkuliah).



Gambar 3. Data Pendidikan Responden

d. Hasil Pengujian Validitas

Tahap pengujian validitas untuk variabel literasi bisnis digital (X), variabel intensi berwirausaha generasi Z (Y), dan variabel moderasi yaitu *financial technology*. Dengan banyaknya data yaitu 400 sampel. Berdasarkan perhitungan didapatkan r tabel sebesar 0,101. Tampilan pengujian validitas untuk masing-masing variabel disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Validitas Literasi Bisnis Digital

Butir	r hitung	r Tabel	Keputusan
1	0,568	0,101	Valid
2	0,678	0,101	Valid
3	0,572	0,101	Valid
4	0,668	0,101	Valid
5	0,589	0,101	Valid
6	0,689	0,101	Valid
7	0,627	0,101	Valid
8	0,662	0,101	Valid

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Merujuk data tabel 1 untuk delapan item butir pernyataan didapatkan r hitung > r tabel. Dengan rujukan r hitung > r tabel dinyatakan valid (Sugiyono, 2019). Sehingga keputusan terkait uji validitas semua butir variabel literasi bisnis digital dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Validitas Intensi Berwirausaha

Butir	r hitung	r Tabel	Keputusan
1	0,627	0,101	Valid
2	0,714	0,101	Valid
3	0,679	0,101	Valid
4	0,370	0,101	Valid
5	0,651	0,101	Valid
6	0,500	0,101	Valid
7	0,466	0,101	Valid
8	0,471	0,101	Valid

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Merujuk data tabel 2 untuk delapan item butir pernyataan didapatkan r hitung > r tabel. Sehingga keputusan terkait uji validitas semua butir variabel intensi berwirausaha generasi Z dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Validitas *Financial technology*

Butir	r hitung	r Tabel	Keputusan
1	0,730	0,101	Valid
2	0,740	0,101	Valid
3	0,671	0,101	Valid
4	0,555	0,101	Valid
5	0,724	0,101	Valid
6	0,653	0,101	Valid
7	0,550	0,101	Valid

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Merujuk data tabel 3 untuk tujuh item butir pernyataan didapatkan r hitung > r tabel. Sehingga keputusan terkait uji validitas semua butir variabel *financial technology* dinyatakan valid.

e. Hasil Pengujian Reliabilitas

Tahap pengujian reliabilitas untuk mengukur

kuesioner dalam penelitian ini dapat diandalkan atau reliabel. Hasil pengujian disajikan pada tabel 4 di bawah ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Rujukan	Keputusan
Literasi bisnis digital	0,872	0,60	Reliabel
Intensi berwirausaha generasi Z	0,828	0,60	Reliabel
<i>financial technology</i>	0,872	0,60	Reliabel

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Merujuk pada tabel 4 seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai angka Cronbach's Alpha > 0,60 (Sugiyono, 2019) yang artinya variabel literasi bisnis digital, intensi berwirausaha generasi Z, dan *financial technology* sebagai variabel moderasi dapat diterima dengan memiliki Cronbach's Alpha yang baik.

#### f. Pengujian Regresi

Tahap yang dilakukan dalam riset ini untuk mengetahui pengaruh variabel literasi bisnis digital terhadap intensi berwirausaha generasi Z. Dengan variabel *financial technology* sebagai variabel moderasi. Berikut disajikan pada tabel 5 di bawah ini:

Tabel 5. Pengujian Signifikansi Regresi

Model	Sig.
1 Regression Residual Total	.000 <sup>b</sup>

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Merujuk pada tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa hasil pengujian regresi memiliki nilai signifikansi 0.000. Yaitu nilai Sig < 0.005 artinya variabel literasi bisnis digital memberikan pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha generasi Z. Hal ini sesuai dengan teori bahwa nilai sig < 0.005 dinyatakan berpengaruh signifikan (Sugiyono, 2019).

Tabel 6. Pengujian Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients B
1 (Constant)	15.306
Literasi_Bis_Dig	.626
Intensi_Wirausaha	.769

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Merujuk pada tabel 6 di atas dapat diketahui bahwa koefisien regresi pada riset ini memberikan tanda positif pada angka koefisien tersebut. Artinya jika variabel literasi bisnis digital mengalami kenaikan maka variabel intensi berwirausaha generasi Z juga akan mengalami kenaikan (Sugiyono, 2019). Sehingga artinya literasi bisnis digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha

generasi Z.

Tabel 7. Nilai R Square Tanpa Variabel Moderasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.520	.271	.269

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Merujuk pada tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai R Square sebelum dilakukan moderasi yaitu sebesar 0.271 atau 27.1%. Artinya intensi berwirausaha generasi Z dipengaruhi oleh literasi bisnis digital sebesar 27.1%.

Tabel 8. Nilai R Square dengan Variabel Moderasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.578	.335	.330

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Merujuk pada tabel 8 dapat dilihat bahwa nilai R Square sesudah dilakukan moderasi yaitu sebesar 0.335 atau 33.5%. Artinya *financial technology* memoderasi pengaruh literasi bisnis digital terhadap intensi berwirausaha generasi Z sebesar 33.5%. Terdapat kenaikan nilai R square sebelum dilibatkannya variabel moderasi *financial technology* dengan sesudah dilakukannya moderasi yaitu terdapat kenaikan sebesar 6.4% yang berasal dari 33.5% - 27.1%.

Pengaruh literasi bisnis digital terhadap intensi berwirausaha generasi Z wilayah provinsi Jakarta terbukti signifikan dan berpengaruh positif. Artinya hipotesis 1 pada penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan kekonsistenan dengan hasil riset sebelumnya yang dilakukan oleh Gustmaloe pada tahun 2024. Keterampilan serta kemampuan generasi Z dalam mempelajari bisnis secara digital memengaruhi intensi atau niat untuk menjalankan sebuah usaha. Semakin tinggi kemampuan literasi bisnis digital maka semakin meningkat intensi berwirausaha generasi Z wilayah provinsi Jakarta. Kondisi ini perlu mendapatkan perhatian yang khusus baik dari pemerintah atau lingkungan pendidikan untuk menekankan urgensinya literasi bisnis digital di kalangan generasi Z. Implikasi dari hasil riset ini yaitu intensi atau niat menjalankan wirausaha di kalangan generasi Z provinsi Wilayah Jakarta untuk menjadi seorang *entrepreneur* yang sukses dapat ditingkatkan dengan memfokuskan pada literasi bisnis digital dengan semaksimal mungkin. Sehingga secara tidak langsung akan memberikan kontribusi *financial* yang lebih mapan untuk diri pribadi serta memberikan kesejahteraan pada masyarakat Indonesia dengan meningkatnya kesempatan bekerja. *Financial technology* memoderasi pengaruh Literasi Bisnis Digital terhadap Intensi Berwirausaha Generasi Z Wilayah Provinsi Jakarta. Artinya hipotesis 2 pada penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan kekonsistenan dengan hasil riset sebelumnya yang dilakukan oleh Sahban pada tahun 2024. Kecanggihan transaksi uang elektronik menjadi

moderasi yang berpengaruh dalam literasi bisnis digital terhadap intensi berwirausaha generasi Z. Kondisi ini menjadi pembuktian bahwa kemajuan teknologi informasi dalam bidang keuangan yaitu *financial technology* mampu memoderasi pengaruh literasi bisnis digital terhadap intensi berwirausaha generasi Z. Teknologi keuangan memperkuat hubungan antara literasi bisnis digital terhadap intensi berwirausaha generasi Z provinsi wilayah Jakarta. Implikasi dari hasil riset ini yaitu intensi dalam menjalankan usaha bagi generasi Z dapat dipengaruhi dengan moderasi *financial technology*.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan dunia wirausaha di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dan menjadi daya tarik tersendiri bagi generasi Z. Saat ini generasi Z yang hidupnya sangat berdekatan dengan teknologi dan terbiasa hidup mandiri serta tidak ingin berada di bawah tekanan. Kemampuan literasi bisnis digital sangat diperlukan oleh generasi Z dalam menumbuhkan intensi berwirausaha. Kondisi ini didorong oleh kemudahan transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik melalui *financial technology* di Indonesia. Hasil penelitian membuktikan bahwa literasi bisnis digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha Generasi Z Wilayah Provinsi Jakarta. Selain itu hasil riset menunjukkan bahwa *Financial technology* memoderasi pengaruh Literasi Bisnis Digital terhadap Intensi Berwirausaha Generasi Z Wilayah Provinsi Jakarta. Oleh karena itu peran pemerintah dan pendidikan tinggi perlu memfokuskan pada urgensi literasi bisnis digital sejak dini untuk dapat menumbuhkan intensi atau niat dan keinginan generasi Z menjadi seorang *entrepreneur* yang berhasil.

## REFERENSI

- Assariy, A. (2024). Gen Z dan (Mis) konsepsi Work-Life Balance. *Detikcom*. <https://news.detik.com/kolom/d-7154593/gen-z-dan-mis-konsepsi-work-life-balance>
- BPS. (2024). *Infografis Statistik Demografi dan Sosial*. Badan Pusat Statistik. <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTA1NyMy/jumlah-penduduk-hasil-sensus-penduduk-2020-menurut-generasi-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- Elysa Septiana, A. D. (2024). Perubahan Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dan Generasi Z Terhadap Pembelian Consumer Goods Pada Era Digital Di Desa Beton. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 5(2), 248–261. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21927/ijma.2024.5\(2\).248-261](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21927/ijma.2024.5(2).248-261)
- Firdaus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0*. Bengkalis: DOTPLUS Publisher.
- Gustmalo. (2024). Pengaruh Literasi Digital dan Motivasi Terhadap Intensi Berwirausaha Digital dengan Penggunaan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(3), 649–666. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v3i3.3206>
- Hasan. (2021). Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian Entrepreneur. *Journal of Business Management Education*, 6(1), 28–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jbme.v6i1.34129>
- Hisyam. (2024). Analisis Peluang Wirausaha Mahasiswa di Tengah Perkembangan Ekonomi Era Digital (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.5606/jcsrpolitama.v2i3.3834>
- Peraturan Bank Indonesia, Pub. L. No. Nomor 18/40/PBI/2016, Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (2016).
- Laksmi, S. (2024). Analytical Study On Factors Shaping The Skill Development Towards Entrepreneurial Mindset Among Generation Z- Study Limited To Chennai City. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30 (5), 5421 – 5427. <https://doi.org/10.53555/kuey.v30i5.3791>
- Marpaung. (2024). Pengaruh dan Peluang Usaha Terhadap Kesiapan Mahasiswa Untuk Menjadi Wirausaha. *Moneter: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/moneter.v2i1.148>
- Peraturan Menteri, Peraturan Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional (2023).
- Nugroho, R. A. (2024). *3 Tren Belanja Warga RI: YOLO, FOMO & FOPO, Ah Sudahlah!* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20240926095649-4-574731/3-tren-belanja-warga-ri-yolo-fomo-fopo-ah-sudahlah>
- PMK, K. (2024). *Kewirausahaan Pemuda Berperan Untuk Wujudkan Indonesia Maju*. Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan. <https://www.kemenkopmk.go.id/kewirausahaan-pemuda-berperan-untuk-wujudkan-indonesia-maju>
- Purwanto. (2022). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan di Masyarakat. *Kompleksitas: Jurnal Manajemen, Organisasi*

- dan *Bisnis*, 11(1).  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.56486/kompleksitas.vol11no1.220>
- Riyanto, G. P. (2024). Bisnis E-commerce Indonesia 2024 Tembus Rp 1.026 Triliun, Didorong Tren Live Shopping. *Kompascom*.  
<https://tekno.kompas.com/read/2024/11/13/17335027/bisnis-e-commerce-indonesia-2024-tembus-rp-1026-triliun-didorong-tren-live>
- Sahban. (2024). Pengaruh Media Sosial dan Teknologi Digital Terhadap Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Manajemen Bisnis. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3).<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i3.31681>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2024). *Transaksi QRIS Melonjak 226,54%, Revolusi Pembayaran Digital di Indonesia*. Portal Informasi Indonesia.  
<https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8434/transaksi-qrisk-melonjak-226-54-revolusi-pembayaran-digital-di-indonesia>
- Weligodapola, M. (2023). Personality Traits Empower Entrepreneurial Intention Of Generation Z in Srilanka. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(89), 1–23.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s13731-023-00349-1>
- Yudhaningrum. (2021). Pengambilan Risiko dan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Dan Pengukuran Psikologi*, 10(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.21009/JPPP.101.05>
- Yusuf. (2024). Tantangan dan Peluang: Meningkatkan Motivasi Mahasiswa Menuju Wirausaha di Era Digital. *RECORD: Journal of Loyalty and Community Development*, 1(1).  
<https://ejournal.mediakunkun.com/index.php/record/article/view/61>