

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Kevin & Hardianto, (2024) Kewirausahaan (entrepreneurship) merupakan kegiatan mengembangkan usaha yang berlandaskan kreativitas dan inovasi untuk menciptakan produk atau jasa yang memiliki karakteristik baru serta berbeda dari yang telah tersedia sebelumnya. Melalui proses inovatif tersebut, sebuah usaha mampu menghadirkan nilai tambah, memberikan manfaat bagi masyarakat, menciptakan peluang kerja, serta berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan sosial (Firmansyah & Roosmawarni, 2019). Dalam pelaksanaannya, proses produksi memerlukan keterlibatan sumber daya manusia sehingga keberadaan suatu usaha dapat menyerap tenaga kerja dan membantu masyarakat memperoleh sumber penghasilan. Oleh karena itu, seorang wirausahawan dituntut memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan berbagai peluang yang ada agar dapat membangun usaha yang tidak hanya memberikan keuntungan bagi dirinya, tetapi juga menghasilkan manfaat ekonomi dan sosial bagi lingkungan sekitarnya. Maka dari itu, kewirausahaan harus dapat memanfaatkan peluang yang ada dalam menciptakan suatu usaha yang dapat menguntungkan bagi wiraswasta tersebut dan orang lain di sekitarnya. Era digital membawa perubahan besar dalam struktur ekonomi global. Digitalisasi tidak hanya memengaruhi cara perusahaan memasarkan produk atau layanan, tetapi juga membuka peluang baru bagi individu untuk menciptakan usaha sendiri. Kemampuan untuk memahami dan memanfaatkan teknologi digital menjadi salah satu keterampilan penting yang dibutuhkan entrepreneur modern. Selain itu, fenomena pengangguran tinggi dan perubahan preferensi generasi muda terhadap pekerjaan mandiri juga mendorong banyak orang mempertimbangkan wirausaha sebagai alternatif karier yang menjanjikan.

Menurut Florentina *et al.*, (2025) keputusan berwirausaha merujuk pada proses pemilihan dan penetapan tindakan untuk memulai atau melanjutkan usaha berdasarkan pertimbangan rasional dan keyakinan pribadi. Menurut Ralph C. Davis dalam (Rahmansyah & Lusinia, 2016), keputusan merupakan hasil pemecahan masalah secara tegas yang berkaitan dengan rencana atau tujuan. Dalam konteks wirausaha, keputusan ini mencerminkan kemauan untuk bertindak meskipun menghadapi ketidakpastian, serta keberanian dalam menghadapi risiko (Taufiq dan Indrayeni, 2022). Menurut Ayu Nuraeni (2020), mendefinisikan wirausahawan sebagai individu yang mampu melihat dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan kualitas hidup. Dalam indikator keputusan berwirausaha yang digunakan dalam penelitian ini, mengacu pada Budiarto *et al.*, (2023), yang mencakup berorientasi masa depan, ketertarikan untuk menjadi wirausaha, serta tekad untuk memulai dan melanjutkan usaha. Keputusan berwirausaha merupakan suatu pilihan strategis individu untuk memulai dan menjalankan usaha guna mencapai tujuan ekonomi dan sosial pribadi. Dalam konteks ini, keputusan berwirausaha tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan teknis semata, tetapi juga oleh faktor internal seperti motivasi serta ketersediaan modal usaha yang memadai. Oleh sebab itu, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berwirausaha menjadi sangat penting, terutama dalam upaya mendukung lahirnya entrepreneur baru yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan dinamika pasar.

Menurut Jurnal *et al.*, (2025) Literasi digital merupakan Literasi digital merujuk pada kompetensi individu dalam memperoleh, memahami, menelaah secara kritis, serta memanfaatkan informasi yang tersedia melalui berbagai media digital secara efektif, bijaksana, dan bertanggung jawab. Dalam bidang kewirausahaan, penguasaan literasi digital menjadi faktor penting yang mendukung mahasiswa dalam mengembangkan serta mengimplementasikan strategi bisnis berbasis teknologi. Kemampuan tersebut mencakup pemanfaatan pemasaran digital (digital marketing), perdagangan elektronik (e-commerce), serta penggunaan berbagai platform media sosial sebagai sarana promosi, komunikasi dengan pelanggan, dan pengembangan pasar secara lebih luas. Menurut Dinata (2021), mahasiswa yang memiliki literasi digital tinggi cenderung lebih komunikatif, mampu menyampaikan ide secara efektif, serta tanggap dalam memanfaatkan teknologi untuk kegiatan produktif. Sedangkan Menurut Penelitian dari Mulyati (2023) menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk berwirausaha, karena memungkinkan mereka mengakses informasi kewirausahaan dan memperluas jaringan bisnis. Namun, beberapa penelitian juga mencatat bahwa literasi digital belum cukup kuat memengaruhi niat berwirausaha tanpa dukungan faktor internal lain seperti efikasi diri. Hal ini disampaikan oleh Urbaningrum (2023) dalam penelitian (Darmanto *et al.* 2024) bahwa literasi digital secara parsial tidak signifikan terhadap keputusan berwirausaha kecuali bila dikombinasikan dengan efikasi diri dan literasi ekonomi.

Menurut Kevin & Hardianto, (2024) Motivasi merupakan kekuatan internal yang mendorong seseorang untuk berupaya secara optimal dalam mencapai tujuan tertentu, seperti memperoleh keuntungan, mewujudkan kebebasan dalam bekerja, merealisasikan cita-cita pribadi, serta mencapai kemandirian (Wardani & Dewi, 2021). Tingkat dan bentuk motivasi yang dimiliki setiap individu tidaklah sama karena dipengaruhi oleh kebutuhan, tujuan, dan nilai yang melatarbelakanginya. Sebagai faktor pendorong perilaku, motivasi memberikan arah sekaligus alasan bagi seseorang untuk bertindak sehingga semakin tinggi motivasi yang dimiliki, semakin besar pula komitmen dan usaha yang dilakukan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam konteks kewirausahaan, motivasi berwirausaha berperan penting dalam mendorong individu untuk memulai dan mengembangkan kegiatan usaha. Setiap individu memiliki gagasan bisnis, minat, serta alasan yang berbeda dalam menjalankan usaha. Individu yang memiliki motivasi berwirausaha yang kuat cenderung lebih peka terhadap peluang yang muncul dan memiliki keberanian untuk memanfaatkan peluang tersebut menjadi aktivitas bisnis yang bernilai. Dengan demikian, motivasi berwirausaha menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kesiapan seseorang dalam mengambil keputusan, menghadapi risiko, serta mengembangkan peluang usaha menjadi sumber keuntungan yang berkelanjutan.

Menurut Kevin & Hardianto, (2024) Modal usaha merupakan sumber daya finansial yang digunakan sebagai pembiayaan awal untuk mendirikan dan menjalankan suatu usaha. Ketersediaan modal menjadi salah satu faktor penting karena berperan dalam memenuhi berbagai kebutuhan operasional pada tahap awal pendirian usaha. Menurut Wirdasari (2009) sebagaimana dikutip dalam Sari dan Pravitasari (2022), modal usaha merupakan faktor utama sekaligus salah satu kendala yang paling sering dihadapi oleh para wirausahawan. Selain diperlukan untuk memulai kegiatan usaha, modal juga menjadi sumber daya yang mendukung keberlangsungan operasional serta pengembangan usaha agar dapat tumbuh dan bersaing

secara berkelanjutan.

Tabel 1. 1 Pra-Survei Keputusan Berwirausaha UMKM Food and Beverage di Kabupaten Jember

No	Indikator Keputusan Berwirausaha	Pernyataan	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)
1	Niat Memulai Usaha	Saya memutuskan berwirausaha karena melihat peluang pasar yang cukup besar di bidang F&B	83%	17%
2	Keyakinan Diri	Saya merasa yakin dapat menjalankan usaha karena memiliki motivasi kuat untuk mandiri secara ekonomi	80%	20%
3	Pemanfaatan Digital	Saya menggunakan media sosial/marketplace untuk promosi dan penjualan produk usaha	87%	13%
4	Kesiapan Modal	Saya memulai usaha setelah merasa memiliki modal awal yang cukup	78%	22%
5	Keberanian Mengambil Risiko	Saya berani memulai usaha meskipun terdapat risiko kerugian	75%	25%
6	Keberlanjutan Usaha	Saya berniat mengembangkan usaha ke depannya dengan memanfaatkan teknologi digital	85%	15%

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1.1 hasil *pra-survei* UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Jember, diketahui bahwa 83% responden memutuskan berwirausaha karena melihat peluang pasar F&B yang besar. Sebanyak 80% responden merasa yakin menjalankan usaha karena memiliki motivasi kuat untuk mandiri secara ekonomi. Dari sisi literasi digital, 87% responden telah memanfaatkan media sosial atau marketplace untuk promosi dan penjualan produk. Selanjutnya, 78% responden menyatakan memulai usaha setelah memiliki modal awal yang cukup, sementara 75% responden berani mengambil risiko meskipun terdapat potensi kerugian. Selain itu, 85% responden menyatakan berniat mengembangkan usahanya ke depan dengan memanfaatkan teknologi digital. Secara keseluruhan, hasil *pra-survei* ini menunjukkan bahwa keputusan berwirausaha UMKM F&B di Kabupaten Jember dipengaruhi oleh peluang pasar, motivasi, pemanfaatan digital, kesiapan modal, dan keberanian mengambil risiko, sehingga literasi digital, motivasi, dan modal usaha relevan untuk diteliti lebih lanjut pengaruhnya terhadap keputusan berwirausaha.

UMKM merupakan pilar perekonomian yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Namun, keberhasilan UMKM dalam mengambil keputusan berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk literasi digital, motivasi berwirausaha, dan ketersediaan modal (Halim, 2021). Di era digital, kemampuan memanfaatkan teknologi informasi menjadi penting dalam strategi pemasaran, transaksi, maupun inovasi produk (Rahayu & Day, 2017). Selain itu, motivasi dan modal menjadi faktor determinan dalam keberlanjutan usaha (Hisrich, Peters & Shepherd, 2017). Kecamatan

Sumbersari sebagai salah satu pusat UMKM di Kabupaten Jember memiliki potensi untuk diteliti lebih mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel tersebut mempengaruhi keputusan berwirausaha

Perkembangan UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, khususnya di Kabupaten Jember. Salah satu sektor UMKM yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah UMKM *food and beverage*, terutama di Kecamatan Summersari yang dikenal sebagai kawasan pendidikan, perdagangan, dan pusat aktivitas ekonomi masyarakat. Di era digital saat ini, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Literasi digital menjadi faktor penting dalam membantu pelaku usaha memanfaatkan media sosial, *marketplace*, dan teknologi digital lainnya untuk promosi, pemasaran, serta pengelolaan usaha. Pelaku UMKM dengan tingkat literasi digital yang baik cenderung memiliki kemampuan lebih besar dalam mengambil keputusan berwirausaha secara efektif. Selain literasi digital, motivasi berwirausaha juga berperan besar dalam mendorong individu untuk memulai dan mempertahankan usaha. Motivasi yang kuat, baik yang bersifat internal seperti keinginan untuk mandiri maupun eksternal seperti kebutuhan ekonomi, akan mempengaruhi keberanian pelaku UMKM dalam mengambil keputusan berwirausaha. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah modal usaha. Ketersediaan modal, baik modal sendiri maupun modal pinjaman, sering menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Keterbatasan modal dapat menghambat pengembangan usaha, sementara modal yang memadai dapat meningkatkan keberlanjutan dan skala usaha.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Justin & Handoyo, (2023) menemukan adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan orientasi kewirausahaan terhadap keputusan berwirausaha. Menurut Komara, (2024) Dalam konteks kewirausahaan kontemporer, beberapa studi terbaru menegaskan peran krusial literasi digital dalam membentuk kecakapan dan motivasi berwirausaha, di mana literasi digital terbukti meningkatkan motivasi dan minat berwirausaha melalui peningkatan keterampilan dan kesiapan pelaku bisnis di era digital (Suprianto *et al.*, 2024) serta berkontribusi pada perilaku kewirausahaan melalui peningkatan kesiapan penggunaan teknologi dalam kegiatan usaha (Ganefri *et al.*, 2024)

Perbedaan temuan tersebut menunjukkan adanya *research gap*, khususnya terkait bagaimana literasi digital, motivasi, dan modal usaha secara simultan memengaruhi keputusan berwirausaha. Berdasarkan *research gap* tersebut, *novelty* penelitian ini terletak pada pengintegrasian literasi digital, motivasi, dan modal usaha sebagai faktor penentu dalam pengambilan keputusan berwirausaha pada UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Jember. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya berfokus pada Keputusan berwirausaha, penelitian ini menitikberatkan pada keputusan berwirausaha sebagai tindakan nyata pelaku UMKM dalam memulai, mempertahankan, dan mengembangkan usaha. Selain itu, penelitian ini memposisikan literasi digital tidak hanya sebagai sarana pendukung operasional, tetapi sebagai kapabilitas strategis yang memengaruhi keyakinan dan keberanian pelaku usaha dalam mengambil keputusan kewirausahaan di era digital. Penelitian ini juga menjawab ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya terkait pengaruh modal usaha dengan mengujinya pada konteks UMKM sektor *Food and Beverage* yang memiliki karakteristik dinamis dan berbasis digital. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi empiris baru yang bersifat kontekstual dan relevan bagi pengembangan kewirausahaan UMKM berbasis digital di tingkat daerah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang mengenai pentingnya literasi digital, motivasi, dan modal usaha dalam memengaruhi keputusan berwirausaha, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah literasi digital berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha pada UMKM *food and beverage* di Kabupaten Jember?
2. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha pada UMKM *food and beverage* di Kabupaten Jember?
3. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha pada UMKM *food and beverage* di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh literasi digital terhadap Keputusan berwirausaha pada UMKM *Food And Beverage* di kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh motivasi terhadap Keputusan berwirausaha pada UMKM *Food And Beverage* di kabupaten Jember
3. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh Modal Usaha secara parsial terhadap Keputusan berwirausaha pada UMKM *Food And Beverage* di kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan manfaat penelitian yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang kewirausahaan dan ekonomi digital, khususnya mengenai:

- a. Pemahaman tentang peran literasi digital dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengambil keputusan berwirausaha di era transformasi digital.
- b. Penguatan teori-teori terkait motivasi berwirausaha sebagai faktor internal yang memengaruhi keberanian individu dalam memulai dan mengelola usaha.
- c. Pengujian kembali pengaruh modal usaha terhadap keputusan berwirausaha sebagai variabel eksternal yang sering menjadi kendala utama bagi UMKM.
- d. Menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang meneliti faktor-faktor determinan keputusan berwirausaha dalam konteks sektor Food and Beverage.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat nyata bagi pihak, antara lain:

a. Bagi Pelaku UMKM

Memberikan pemahaman tentang pentingnya literasi digital dalam pemasaran dan pengelolaan usaha, serta bagaimana motivasi dan modal usaha dapat memengaruhi keputusan dalam mengembangkan bisnis.

b. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Jember

Menjadi bahan pertambahan dalam merancang kebijakan dan program pemberdayaan UMKM, khususnya melalui peningkatan literasi digital dan akses pembiayaan

c. Bagi Lembaga Keuangan dan Pendamping UMKM

Menjadi dasar untuk menyusun strategi pendanaan, pelatihan dan pembinaan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM sektor *Food And Beverage*

d. Bagi Akademisi dan Peneliti

Menambah referensi empiris mengenai hubungan antara literasi digital, motivasi, dan modal usaha terhadap keputusan berwirausaha di tingkat lokal, serta dapat dijadikan dasar untuk penelitian lanjutan dengan variabel atau konteks yang berbeda.

