

ABSTRAK

IMAN FEBRIANSYAH. 2023. PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PELUANG USAHA DAN KEPERCAYAAN DIRI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA BERBASIS DIGITAL PADA GENERASI Z DI TASIKMALAYA.

Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh kembangnya beriringan dengan perkembangan digital. Tasikmalaya memiliki peluang yang sangat baik dalam hal digitalisasi, digitalisasi berperan penting bagi ekonomi masa depan. Tidak hanya untuk memperkuat usaha bahkan sangat berpotensi untuk memunculkan pengusaha-pengusaha baru. Potensi pemasaran yang luas dapat mempengaruhi tingkat usaha, adanya digitalisasi dapat memunculkan jenis usaha baru yang lebih fleksibel sehingga bisa dilakukan oleh siapa saja dan kapan saja. Salah satu bentuk usaha digital adalah perdagangan *online*, afiliasi, penyedia layanan jasa hingga *start-up*. Tujuan dari penelitian ini diharapkan menjadi dasar pengembangan dalam wirausaha digital.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Kelompok sasaran dalam penelitian ini adalah generasi Z muslim di wilaya Tasikmalaya yang pernah atau sedang menjalankan wirausaha berbasis digital. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive sampling* dengan 100 responden. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu deskriptif data dan pengujian hipotesis menggunakan uji korelasi, analisis regresi, uji t, dan uji F. Sedangkan untuk pengolahan data menggunakan SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan persepsi kemudahan, peluang usaha dan kepercayaan diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha berbasis digital pada generasi z di Tasikmalaya secara parsial maupun secara simultan. Dengan nilai koefisien determinasi secara parsial pada variabel persepsi kemudahan sebesar 0,483, nilai koefisien determinasi variabel peluang usaha sebesar 0,340, nilai koefisien determinasi variabel kepercayaan diri sebesar 0,558 dan nilai koefisien determinasi secara simultan sebesar 0,659.

Kesimpulan dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan, peluang usaha, dan kepercayaan diri berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap minat berwirausaha berbasis digital pada generasi z di Tasikmalaya.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Peluang Usaha, Kepercayaan Diri, Minat Berwirausaha Digital.

ABSTRACT

IMAN FEBRIANSYAH. 2023. THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF EASE, BUSINESS OPPORTUNITIES AND CONFIDENCE ON INTEREST IN DIGITAL-BASED ENTREPRENEURSHIP IN GENERATION Z IN TASIKMLAYA.

Generation Z is a generation whose development goes hand in hand with digital developments. Tasikmalaya has very good opportunities in terms of digitalization, digitalization plays an important role for the future economy. Not only to strengthen the business even has the potential to bring up new entrepreneurs. Extensive marketing potential can affect the level of business, digitalization can bring up new types of businesses that are more flexible so that anyone can do them at any time. One form of digital business is online trading, affiliates, service providers to start-ups. The purpose of this research is expected to be the basis for development in digital entrepreneurship.

The method used in this study is a quantitative research method with data collection techniques through questionnaires. The target group in this research is generation Z Muslims in the Tasikmalaya region who have or are currently running digital-based entrepreneurs. The sampling technique used purposive sampling with 100 respondents. The data analysis technique used was descriptive data and hypothesis testing using correlation testing, regression analysis, t-test, and F-test. Meanwhile, data processing used SPSS version 26.

The results showed that perceptions of ease, business opportunities and confidence had a positive and significant effect on the interest in digital-based entrepreneurship in the z generation in Tasikmalaya partially or simultaneously. With the coefficient of determination partially on the perceived of ease variable of 0.483, the coefficient of determination for the business opportunity variable is 0.340, the coefficient of determination for the confidence variable is 0.558 and the coefficient of determination simultaneously is 0.659.

The conclusion from these results can be seen that the variables perceived ease, business opportunity, and self-confidence partially or simultaneously influence the interest in digital-based entrepreneurship in generation z in Tasikmalaya.

Keywords: Perceived of Ease, Business Opportunities, Confidence, Interest in Digital Entrepreneurship.