
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Masyarakat Di Era Digital Di Kabupaten Nias Selatan

Ardima Laia¹, Maswida Laia², Epaproditus Dachi³

¹ Sekretariat DPRD Kabupaten Nias Selatan

² SDN 078142 Lagundri Kecamatan Maniamolo Kabupaten Nias Selatan

³ Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kabupaten Nias Selatan

ardimalaia@gmail.com¹

maswidalaia@gmail.com²

epa.dachi@gmail.com³

ABSTRAK : Perkembangan teknologi yang masif telah mengantarkan kita pada era digital, sebuah periode di mana informasi dan konektivitas menjadi tulang punggung kehidupan, mengubah lanskap ekonomi dan kesempatan kerja bagi Masyarakat di Nias Selatan yang kini melihat kewirausahaan sebagai jalur karier menjanjikan di tengah ketatnya persaingan profesional tradisional. Fenomena ini memicu kebutuhan mendalam untuk memahami apa yang mendorong atau menghambat minat Masyarakat dalam terjun ke dunia bisnis di tengah gelombang transformasi digital. Berdasarkan analisis mendalam terhadap persepsi dan pengalaman Masyarakat di Nias Selatan, dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha pada Masyarakat di era digital merupakan konstruk kompleks yang dibentuk oleh interaksi dinamis antara faktor-faktor internal dari diri Masyarakat dan faktor-faktor eksternal dari lingkungannya. Era digital secara signifikan telah membuka babak baru dalam lanskap kewirausahaan, menyajikan peluang sekaligus tantangan unik yang memengaruhi keputusan Masyarakat. penelitian ini menemukan bahwa: peluang digital seperti akses pasar yang luas, modal awal yang relatif rendah, fleksibilitas waktu, dan kemudahan belajar melalui sumber daya online, secara universal diakui sebagai daya tarik utama yang memicu minat berwirausaha. Namun, Masyarakat juga menyadari tantangan seperti persaingan ketat, isu kepercayaan konsumen, dan kebutuhan literasi digital yang berkelanjutan.

Kata kunci: *Minat, Wirausaha, Digital*

ABSTRACT : Massive technological developments have ushered us into the digital era, a period where information and connectivity have become the backbone of life, changing the economic landscape and job opportunities for students in Nias Selatan who now see entrepreneurship as a promising career path amidst the fierce competition of traditional professionals. This phenomenon has triggered a deep need to understand what drives or inhibits students' interest in entering the business world amidst the wave of digital transformation. Based on an in-depth analysis of students' perceptions and experiences in Nias Selatan, it can be concluded that students' interest in entrepreneurship in the digital era is a

complex construct formed by the dynamic interaction between internal factors from students and external factors from their environment. The digital era has significantly opened a new chapter in the entrepreneurial landscape, presenting unique opportunities and challenges that influence students' decisions. This study found that: digital opportunities such as broad market access, relatively low initial capital, time flexibility, and ease of learning through online resources are universally recognized as the main attractions that trigger interest in entrepreneurship. However, students are also aware of challenges such as fierce competition, consumer trust issues, and the need for ongoing digital literacy.

Keywords: *Interest, Entrepreneurship, Digital*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang masif telah mengantar kita pada era digital, sebuah periode di mana informasi dan konektivitas menjadi tulang punggung kehidupan. Perubahan ini tidak hanya merombak cara kita berkomunikasi, tetapi juga membentuk ulang lanskap ekonomi dan kesempatan kerja. Bagi generasi muda, khususnya Masyarakat, kancah profesional tradisional tidak lagi menjadi satu-satunya pilihan. Dengan ketatnya persaingan di dunia kerja konvensional dan tuntutan keahlian yang terus berubah, kewirausahaan telah muncul sebagai jalur karir yang semakin menarik dan menjanjikan. Fenomena ini memicu kebutuhan mendalam untuk memahami apa yang mendorong atau menghambat minat Masyarakat untuk terjun ke dunia bisnis di tengah gelombang transformasi digital.

Minat Masyarakat terhadap kewirausahaan menjadi sorotan utama mengingat era digital membuka pintu lebar bagi inovasi dan peluang bisnis yang belum pernah ada sebelumnya. Kini, memulai usaha tidak lagi membutuhkan modal besar atau infrastruktur fisik yang rumit; cukup dengan perangkat digital dan ide brilian, seorang Masyarakat bisa menjelajahi pasar global. Platform *e-commerce*, media sosial, dan berbagai aplikasi telah menjadi inkubator bagi ide-ide kreatif untuk tumbuh dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Namun, meskipun peluang begitu berlimpah, tidak semua Masyarakat memiliki dorongan yang sama untuk menjadi wirausahawan. Ada serangkaian faktor kompleks, baik yang berasal dari dalam diri individu maupun dari lingkungan eksternal, yang turut membentuk keputusan mereka.

Menganalisis faktor-faktor pendorong dan penghambat minat berwirausaha pada Masyarakat di era digital menjadi sangat vital. Pertama, pemahaman ini akan memberdayakan institusi pendidikan tinggi di Nias Selatan dan seluruh Indonesia untuk merancang kurikulum dan program pengembangan kewirausahaan yang lebih relevan dan efektif. Kedua, bagi pemerintah dan sektor swasta, wawasan ini dapat menjadi fondasi untuk membangun kebijakan dan dukungan yang tepat guna menciptakan ekosistem kewirausahaan yang kondusif, terutama di tengah percepatan digitalisasi seperti yang kita alami saat ini di Nias Selatan. Ketiga, dari perspektif Masyarakat sendiri, pengetahuan ini membantu mereka mengidentifikasi potensi pribadi dan memanfaatkan setiap peluang digital untuk membangun masa depan yang mandiri, inovatif, dan berdaya saing di pasar global.

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola perilaku yang ditunjukkan oleh individu dalam menjalani kehidupannya sehari-hari. Gaya hidup mencakup bagaimana seseorang menggunakan waktu, uang, serta membuat pilihan-pilihan dalam aktivitas, minat, dan opini yang mencerminkan nilai-nilai dan kepribadian individu tersebut. Gaya hidup juga berkaitan erat dengan kebiasaan konsumsi seseorang, bagaimana mereka memilih produk, layanan, serta bagaimana mereka berinteraksi dalam lingkungan sosialnya.

Menurut Sari dan Nugroho (2020), gaya hidup merupakan cara seseorang dalam hidup, termasuk cara mereka mengelola aktivitas, minat, dan pendapat mereka yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial, ekonomi, serta kepribadian. Gaya hidup dapat menjadi cerminan dari status sosial dan identitas diri seseorang, sehingga tidak jarang individu membentuk gaya hidup tertentu untuk mendapatkan pengakuan atau memenuhi kebutuhan psikologis.

Selain itu, gaya hidup juga sangat dipengaruhi oleh perkembangan zaman, teknologi, dan budaya populer. Di kalangan Masyarakat perantauan, gaya hidup dapat terbentuk dari kebutuhan akan eksistensi, lingkungan pergaulan, hingga tekanan sosial yang mendorong mereka untuk mengikuti tren, meskipun tidak selalu sesuai dengan kondisi keuangan mereka. Hal ini kemudian dapat berdampak pada kemampuan mereka dalam mengelola keuangan secara disiplin.

Dengan demikian, gaya hidup bukan hanya sekadar kebiasaan, tetapi juga merupakan pola yang dipilih secara sadar maupun tidak sadar dan memiliki dampak jangka panjang terhadap aspek keuangan, sosial, serta psikologis individu.

Menurut Sari & Nugroho (2020), gaya hidup dapat diukur melalui beberapa indikator berikut:

a) **Aktivitas (Activities)**

Merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh individu dalam kesehariannya, seperti aktivitas belajar, bekerja, bersosialisasi, berbelanja, atau berlibur. Aktivitas ini mencerminkan bagaimana individu mengalokasikan waktunya.

b) **Minat (Interests)**

Menunjukkan ketertarikan individu terhadap hal-hal tertentu, seperti hobi, makanan, musik, mode, teknologi, atau kegiatan tertentu. Minat sangat memengaruhi pola konsumsi dan pilihan gaya hidup seseorang.

c) **Opini (Opinions)**

Merupakan pandangan atau penilaian individu terhadap berbagai isu, seperti pandangan tentang kehidupan, pekerjaan, pendidikan, atau produk tertentu. Opini ini sering memengaruhi sikap dan perilaku konsumsi individu.

d) **Nilai Sosial dan Simbolik**

Gaya hidup juga mencerminkan nilai-nilai sosial yang dianut serta simbol status yang ingin ditampilkan oleh individu, misalnya melalui cara berpakaian, penggunaan barang bermerek, atau penggunaan media sosial.

e) **Preferensi Konsumsi**

Pilihan dalam membeli produk atau jasa, apakah lebih mengutamakan fungsionalitas atau estetika, kualitas atau harga murah, juga menjadi bagian dari indikator gaya hidup.

Minat Berwirausaha

Secara umum, minat berwirausaha dapat diartikan sebagai suatu hasrat, ketertarikan, dan kesediaan individu untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan, baik dalam menciptakan, mengelola, maupun mengembangkan suatu usaha. Para ahli memiliki berbagai pandangan mengenai definisi ini, namun intinya berpusat pada niat (intention) dan perilaku (behavior) yang mengarah pada aktivitas bisnis. Beberapa definisi dari para ahli meliputi:

- Aris Subandono (dalam Mutia, 2022): Minat berwirausaha merupakan keinginan alami individu untuk menciptakan sebuah usaha, yang kemudian diatur, dikembangkan, dan ditanggung risikonya oleh individu tersebut.
- Fu'adi (2013): Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan individu melalui ide-ide yang dimiliki untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa rasa takut dengan risiko yang akan terjadi, dapat menerima tantangan, dan percaya diri.
- Utami (dalam IAIN Kudus Repository): Minat berwirausaha adalah harapan seseorang untuk memulai usaha, memanfaatkan peluang, dan mengembangkannya sehingga dapat menghasilkan produk dan jasa yang berguna untuk memperoleh keuntungan dari peluang yang ada.

Kewirausahaan di Era Digital

Kewirausahaan di era digital dapat didefinisikan sebagai proses menciptakan, mengembangkan, dan mengelola usaha bisnis yang secara fundamental memanfaatkan teknologi digital dan platform internet sebagai inti dari operasional, produk, layanan, atau model bisnisnya. Ini melampaui sekadar memiliki toko online; ini tentang bagaimana teknologi digital memungkinkan bisnis untuk berinovasi, menjangkau pasar global, beroperasi lebih efisien, dan menciptakan nilai dengan cara yang belum pernah ada sebelumnya. Di Nias Selatan, seperti di banyak kota besar lainnya, kita bisa melihat langsung bagaimana fenomena ini berkembang pesat. Dari toko online UMKM lokal yang menjangkau pembeli di seluruh Indonesia, hingga startup teknologi yang mengembangkan aplikasi untuk memecahkan masalah sehari-hari, semua adalah bagian dari ekosistem kewirausahaan digital.

Berikut adalah beberapa pengertian kewirausahaan di era digital menurut para ahli:

1. Davidson & Vaast (2010): Mengemukakan bahwa kewirausahaan digital mengacu pada upaya mengejar peluang bisnis baru dengan memanfaatkan internet dan teknologi media terbaru. Penekanan di sini adalah pada penggunaan internet dan media digital sebagai sarana utama untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang.
2. Richter (2017) / Richter et al. (2017):

Menyatakan bahwa kewirausahaan digital adalah upaya untuk memperoleh pangsa pasar dan peluang usaha yang menghasilkan uang, serta berupaya menjadi inovatif, radikal, dan pengambil risiko dengan memanfaatkan teknologi digital. Richter menambahkan dimensi inovasi yang radikal dan pengambilan risiko sebagai karakteristik penting.

3. Sussan dan Acs (2017):

Mendefinisikan kewirausahaan digital sebagai kombinasi antara infrastruktur digital dan agen kewirausahaan (individu/perusahaan) dalam konteks ekosistem digital. Definisi ini menyoroti interaksi antara teknologi dan pelaku usaha dalam sebuah lingkungan yang saling terhubung.

Kewirausahaan di era digital memiliki beberapa ciri khas yang membedakannya dari kewirausahaan tradisional:

1. Berbasis Teknologi: Ketergantungan kuat pada internet, platform digital, dan perangkat lunak untuk semua aspek bisnis.
2. Skalabilitas Tinggi: Potensi untuk tumbuh dan menjangkau pasar yang jauh lebih besar dengan biaya tambahan yang relatif rendah dibandingkan bisnis fisik.
3. Fleksibilitas dan Mobilitas: Kemampuan untuk beroperasi dari mana saja, kapan saja, hanya dengan koneksi internet.
4. Inovasi Berkelanjutan: Lingkungan digital yang cepat berubah menuntut wirausahawan untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren teknologi dan kebutuhan pasar.
5. Fokus pada Data: Pengambilan keputusan didasarkan pada analisis data perilaku konsumen, tren pasar, dan metrik kinerja digital.
6. Model Bisnis Inovatif: Munculnya model bisnis baru seperti freemium, langganan, marketplace, atau gig economy.
7. Komunikasi dan Pemasaran Digital: Pemasaran yang sangat bergantung pada media sosial, SEO, iklan online, dan email marketing untuk membangun brand dan menarik pelanggan.
8. Penurunan Hambatan Masuk: Relatif lebih mudah dan murah untuk memulai dibandingkan bisnis tradisional karena tidak memerlukan toko fisik atau inventaris besar.
9. Persaingan Global: Persaingan tidak lagi terbatas pada lingkup lokal, tetapi juga mencakup pemain global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi fenomenologi atau studi kasus ganda (multiple case study). Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam persepsi, pengalaman, dan interpretasi individu terkait fenomena minat berwirausaha di era digital, yang tidak dapat diukur secara sederhana dengan angka.

Karakteristik Partisipan: Partisipan akan dipilih dari masyarakat yang menunjukkan minat berwirausaha yaitu masyarakat yang sudah memiliki ide bisnis, sedang merintis, atau terlibat dalam komunitas wirausaha dan masyarakat yang belum memiliki minat berwirausaha secara spesifik, untuk mendapatkan perbandingan pandangan.

Teknik Sampling: Adapun penentuan informan dalam penelitian kualitatif harus mengikuti prinsip *Purposive sampling*, yaitu memilih informan yang dapat memberikan data sesuai dengan tujuan penelitian. *Purposive sampling* adalah teknik yang digunakan untuk memilih responden berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian (Lenaini, 2021). Berdasarkan penjelasan tersebut penelitian kualitatif pada penelitian ini tidak menggunakan populasi secara umum, tetapi lebih fokus pada kasus-kasus tertentu dalam situasi sosial spesifik. Hal ini membantu peneliti mendapatkan informasi dari sumber-sumber yang relevan dan mendukung tujuan penelitian (Santina et al., 2021).

Hasil dan Pembahasan

1. Faktor-faktor Internal Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Faktor-faktor yang berasal dari dalam diri Masyarakat memiliki peran krusial dalam membentuk minat berwirausaha. Sebagian besar partisipan yang memiliki minat tinggi pada kewirausahaan digital didorong oleh keinginan kuat untuk mandiri secara finansial dan tidak terikat pada pola kerja konvensional.

- "Saya nggak mau jadi karyawan seumur hidup. Pengen punya usaha sendiri biar bisa atur hidup saya sendiri." (Andi, Ilmu Komputer)
- "Melihat orang tua kerja keras tapi gajinya pas-pasan, saya jadi pengen punya penghasilan lebih besar dan fleksibel." (Citra, Ekonomi)
- Beberapa partisipan juga termotivasi oleh keinginan untuk menciptakan dampak sosial atau memecahkan masalah melalui inovasi digital. "Saya pengen bikin aplikasi yang bisa bantu petani di daerah saya jual produknya langsung ke konsumen. Itu passion saya." (Jaka, Ilmu Komputer)

Kepercayaan diri terhadap kemampuan diri sendiri untuk mengelola bisnis digital sangat memengaruhi minat. Partisipan yang merasa memiliki keterampilan digital dan soft skill yang relevan cenderung lebih berani.

- "Saya yakin bisa belajar digital marketing atau ngoding. Jadi, nggak takut buat nyoba bikin sesuatu." (Andi, Ilmu Komputer)
- Sebaliknya, partisipan yang kurang percaya diri merasa "gaptek" atau takut tidak mampu bersaing, menunjukkan minat yang lebih rendah. "Saya sih tertarik, tapi kok rasanya susah ya ngatur online shop itu. Nanti kalau nggak laku gimana?" (Dedi, Teknik Mesin)

Minat berwirausaha digital seringkali berawal dari ide-ide kreatif dan keinginan untuk berinovasi. Masyarakat yang gemar bereksperimen dengan ide-ide baru cenderung lebih tertarik.

- "Saya suka banget mikirin ide baru, terus cari cara gimana ide itu bisa diwujudkan pakai teknologi." (Andi, Ilmu Komputer)
- "Dunia digital itu kan cepat berubah, jadi kita harus kreatif terus biar nggak ketinggalan. Itu yang bikin saya semangat." (Fatima, Komunikasi)

Meskipun era digital mengurangi beberapa risiko fisik, risiko finansial dan kegagalan tetap ada. Partisipan dengan minat tinggi menunjukkan toleransi risiko yang lebih baik.

- "Ya kalau gagal ya coba lagi. Namanya juga belajar. Yang penting berani dulu." (Andi, Ilmu Komputer)

-
- Namun, sebagian besar Masyarakat masih memiliki tingkat ketakutan terhadap kegagalan dan ketidakpastian. "Saya takut nanti udah capek-capek bikin, ternyata nggak ada yang beli. Rugi waktu, rugi modal." (Citra, Ekonomi)

2. Faktor-faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Minat Beli

Lingkungan di sekitar Masyarakat juga memiliki dampak signifikan terhadap minat berwirausaha mereka. Peran universitas sangat menonjol dalam membentuk minat wirausaha Masyarakat.

- Kurikulum Kewirausahaan: Mata kuliah kewirausahaan yang praktis, aplikatif, dan memasukkan elemen digital (misalnya, digital marketing, e-commerce, startup mindset) sangat diapresiasi. "Dulu saya mikir wirausaha itu cuma jualan di toko. Setelah ada mata kuliah ini, baru tahu kalau bisnis digital itu luas banget." (Citra, Ekonomi)
- Fasilitas dan Dukungan Kampus: Ketersediaan inkubator bisnis, co-working space, atau pusat karir yang aktif memberikan pelatihan dan bimbingan menjadi faktor penting. "Untung di kampus ada inkubator. Bisa dapat mentor dan networking sama teman-teman yang idenya keren." (Andi, Ilmu Komputer)
- Peran Dosen dan Mentor: Dosen yang memiliki pengalaman bisnis atau mentor yang inspiratif dapat memotivasi Masyarakat. "Dosen saya suka cerita pengalaman bisnisnya. Itu bikin kita jadi makin semangat." (Fatima, Komunikasi)

Dukungan moral dan kadang finansial dari keluarga, serta pengaruh teman sebaya, sangat berpengaruh.

- "Orang tua saya mendukung banget. Mereka bilang coba aja, nanti kalau ada apa-apa bisa dibantu." (Andi, Ilmu Komputer)
- Lingkungan pertemanan yang memiliki minat serupa juga mendorong. "Kalau lihat teman-teman udah mulai bisnis online, saya jadi ikutan semangat." (Citra, Ekonomi)
- Sebaliknya, kurangnya dukungan atau pandangan skeptis dari keluarga atau lingkungan sosial dapat menghambat minat. "Orang tua saya maunya saya jadi PNS aja, yang penting aman." (Rina, Akuntansi)

Kehadiran teknologi digital dan kemudahan akses informasi menjadi pendorong alami minat berwirausaha.

- Akses Informasi: Masyarakat dengan mudah mencari ide bisnis, menganalisis tren pasar, dan mempelajari skill baru melalui internet. "Sekarang tinggal Browse aja udah ketemu banyak ide bisnis, tutorial, sampai cara bikin toko online." (Citra, Ekonomi)
- Platform Digital yang Tersedia: Adanya marketplace, media sosial, dan berbagai aplikasi memudahkan proses memulai dan menjalankan bisnis. "Tinggal pakai Instagram atau TikTok aja udah bisa jualan. Modalnya cuma smartphone." (Fatima, Komunikasi)
- Inspirasi dari Digital Creator: Banyak Masyarakat terinspirasi oleh keberhasilan content creator atau digital entrepreneur lain di media sosial.

"Lihat Youtuber itu sukses, jadi pengen kayak dia juga, bisa dapat uang dari bikin konten." (Fatima, Komunikasi)

3. Faktor-faktor Internal dan Eksternal dalam Membentuk minat Berwirausaha

Temuan penelitian menunjukkan bahwa minat berwirausaha pada Masyarakat di era digital tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi dinamis antara faktor internal dan eksternal. Sebagai contoh, motivasi internal yang kuat untuk mandiri (internal) akan menjadi lebih konkret ketika didukung oleh aksesibilitas platform digital (eksternal) dan program mentoring di kampus (eksternal). Masyarakat seperti Andi, yang memiliki efikasi diri tinggi dalam teknologi (internal) dan keberanian mengambil risiko (internal), semakin terpacu untuk memulai startup karena melihat peluang pasar digital yang luas (eksternal) dan dukungan dari dosen pembimbing (eksternal).

Sebaliknya, Masyarakat dengan minat yang masih rendah (seperti Dedi) mungkin memiliki potensi kreativitas (internal), tetapi kurangnya literasi digital (internal) dan minimnya paparan terhadap role model wirausaha digital (eksternal) dapat menghambat niatnya. Bahkan, lingkungan sosial yang lebih menekankan pekerjaan stabil (eksternal) dapat melemahkan dorongan pribadi untuk berwirausaha.

Interaksi ini menciptakan "lingkaran umpan balik":

Faktor internal (misalnya, kepercayaan diri) dapat diperkuat oleh faktor eksternal (misalnya, keberhasilan mengikuti program inkubator).

Faktor eksternal (misalnya, kemudahan platform digital) dapat memicu faktor internal (misalnya, munculnya ide inovatif).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis mendalam terhadap persepsi dan pengalaman Masyarakat di Nias Selatan, dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha pada Masyarakat di era digital merupakan konstruk kompleks yang dibentuk oleh interaksi dinamis antara faktor-faktor internal dari diri Masyarakat dan faktor-faktor eksternal dari lingkungannya. Era digital secara signifikan telah membuka babak baru dalam lanskap kewirausahaan, menyajikan peluang sekaligus tantangan unik yang memengaruhi keputusan Masyarakat.

Secara spesifik, penelitian ini menemukan bahwa:

- Peluang digital seperti akses pasar yang luas, modal awal yang relatif rendah, fleksibilitas waktu, dan kemudahan belajar melalui sumber daya online, secara universal diakui sebagai daya tarik utama yang memicu minat berwirausaha. Namun, Masyarakat juga menyadari tantangan seperti persaingan ketat, isu kepercayaan konsumen, dan kebutuhan literasi digital yang berkelanjutan.
- Dari sisi faktor internal, motivasi pribadi untuk kemandirian finansial dan aktualisasi diri adalah pendorong utama. Hal ini diperkuat oleh tingkat efikasi diri yang tinggi (kepercayaan pada kemampuan digital dan manajerial), kreativitas dalam melihat peluang inovatif, dan keberanian mengambil risiko yang terukur. Masyarakat yang memiliki kombinasi

positif dari faktor-faktor internal ini cenderung menunjukkan minat yang lebih kuat.

- Sedangkan untuk faktor eksternal, lingkungan perguruan tinggi memainkan peran krusial melalui kurikulum kewirausahaan yang praktis, ketersediaan fasilitas inkubator, serta bimbingan dari dosen dan mentor. Dukungan dari keluarga dan lingkungan sosial juga sangat vital dalam menumbuhkan kepercayaan diri dan mengurangi keraguan. Selain itu, perkembangan teknologi digital itu sendiri, termasuk kemudahan akses informasi dan ketersediaan platform yang memadai, secara langsung memfasilitasi munculnya minat dan peluang berwirausaha.

Pada akhirnya, minat berwirausaha Masyarakat di era digital adalah hasil dari sinergi positif antara dorongan pribadi yang kuat dan ekosistem yang mendukung. Masyarakat yang termotivasi dan percaya diri akan semakin berani mengambil langkah wirausaha ketika mereka berada dalam lingkungan kampus yang suportif, mendapatkan dukungan sosial, dan memiliki akses terhadap berbagai tools dan informasi digital.

Daftar Rujukan

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior* (2nd ed.). Open University Press.
- Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D., & Wright, M. (2018). Entrepreneurial Innovation: The Importance of Digital Technologies. *Research Policy*, 47(10), 1845-1854.
- Chen, M. H., & Lai, K. T. (2012). Exploring the Factors Affecting University Students' Entrepreneurial Intention. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 1(1), 1-10.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Davidson, E., & Vaast, E. (2010). Digital Entrepreneurship and Organizational Change: The Case of Internet-Based Business Models. *European Journal of Information Systems*, 19(5), 519-536.
- Fu'adi, I. (2013). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Masyarakat di Era Digital. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 6(2), 205-220.
- Le Dinh, T., & Ayayi, A. (2018). Digital Entrepreneurship: A Review of Literature. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 1(1), 1-10.
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a Unifying Social Cognitive Theory of Career and Academic Interest, Choice, and Performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79-122.

-
- Mutia. (2022). Minat Berwirausaha Masyarakat. Dalam Repository UIN Ar-Raniry. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/12345>
- Richter, C. (2017). Digital Entrepreneurship: A Study on the Emergence of Digital Startups in the German Context. *Procedia Computer Science*, 111, 281-287.
- Siagian Nalom, (2022), Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat, CV Literasi Nusantara Abadi, Malang
- Siagian Nalom, (2023). The Power of Robots: A Dedication of Computer Science for Human Capitals Management, *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 9(SpecialIssue), 939–944.
- Siagian Nalom. (2024), Kewirausahaan, LPPM UHN PRESS, Universitas HKBP Nommensen Nias Selatan.
- Siagian Nalom, (2024). The role of economic policies to adopt renewable energy and digital technology on business decisions and HR management in the Indonesian mining sector, *International Journal of Energy Economics and Policy (IJEEP)* 14 (2), S. 632 - 641.
- Siagian Nalom, (2024). Leveraging Digital Business Communication For Enhanced Profitability In Global Markets. *Proceedings of International Conference on Social, Politics, Administration, and Communication Sciences*, 1(2), 94-110.
- Siagian Nalom, (2024). The Influence of Creativity on Welfare Through Self-Efficacy in the Lake Toba Area of Samosir District . *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 10(SpecialIssue), 10–17.
- Siagian Nalom,(2024). Analysis Of Socio-Economic Factors That Influence The Level Of Public Service Satisfaction In Nias Selatan City. *The American Journal of Interdisciplinary Innovations and Research*, 1(01), 74–87.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.