

PENGARUH LITERASI KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP MINAT TECHNOPRENEURSHIP PADA PELAKU UMKM DI KAWASAN TANGGA 2001 GUNUNG DEMPO KOTA PAGARALAM

Alfigy Tamara¹, Ahmad Feriyansyah², Yulia Misrania³

^{1,2,3}Universitas Lembah Dempo

alfigytamara89@gmail.com¹, feriyansyah@lembahdempo.ac.id²,
yuliamisrania@lembahdempo.ac.id³

Abstract

The purpose of this study is to analyze the influence of entrepreneurial literacy and Entrepreneurial motivation on technopreneurship interest among MSMEs in the Tangga 2001 area of Gunung Dempo, Pagaralam City. The population used in this Study was all MSMEs in the Tangga 2001 tourist area of Pagaralam City, totaling Approximately 40 individuals. This study used multiple linear regression. The type Of research used in this study was associative research with a quantitative approach. The data analysis method used was multiple linear regression analysis using SPSS STATISTIC 25 (2025). The results of the study indicate that the variables, Entrepreneurial Literacy and Entrepreneurial Motivation, have a negative but Significant influence on Technopreneurship Interest among MSMEs in the Tangga 2001 Gunung Dempo Area, Pagaralam City.

Keywords: *Entrepreneurial Literacy and Motivation, Technopreneurship Interest.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Literasi Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Technopreneurship Pada Pelaku Umkm Di Kawasan Tangga 2001 Gunung Dempo Kota Pagaralam Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang berada di kawasan wisata tangga 2001 kota pagaralam yang berjumlah sekitar 40 orang, dengan menggunakan regresi linier berganda Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian Asosiatif dengan Pendekatan Kuantitatif. Untuk metode analisis data metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS STATISTICK25 (2025). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel, Literasi Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Berpengaruh negatif namun signifikan Terhadap Minat Technopreneurship Pada Pelaku Umkm Di Kawasan Tangga 2001 Gunung Dempo Kota Pagaralam.

Kata Kunci : Literasi Dan Motivasi Berwira Usaha, Minat Technopreneurship.

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi daerah karena mampu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Di Kota Pagar Alam,

salah satu kawasan yang memiliki perkembangan UMKM cukup pesat adalah kawasan wisata Tangga 2001 Gunung Dempo. Kawasan ini menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat melalui berbagai jenis usaha seperti kuliner, oleh-oleh, kerajinan, produk herbal, serta jasa pendukung pariwisata.

Perkembangan teknologi informasi pada era digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing usaha. Penggunaan media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, dan berbagai aplikasi bisnis menjadi sarana penting dalam memperluas pasar serta meningkatkan efisiensi operasional. Konsep kewirausahaan berbasis teknologi atau technopreneurship menjadi salah satu pendekatan yang dapat membantu UMKM bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Meskipun demikian, masih terdapat berbagai kendala yang menyebabkan rendahnya minat pelaku UMKM dalam menerapkan technopreneurship. Berdasarkan hasil observasi awal terhadap 40 pelaku UMKM di kawasan Tangga 2001 Gunung Dempo, sebagian besar pelaku usaha masih menjalankan kegiatan usaha secara konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Rendahnya kemampuan dalam memahami konsep kewirausahaan modern dan penggunaan teknologi menjadi salah satu faktor yang menghambat proses transformasi digital UMKM.

Literasi kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami konsep kewirausahaan, mengenali peluang usaha, mengelola sumber daya, serta mengambil keputusan bisnis secara tepat. Pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi kewirausahaan yang tinggi cenderung lebih siap menghadapi perubahan lingkungan usaha dan mampu memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan kualitas bisnisnya.

Selain literasi kewirausahaan, motivasi berwirausaha juga menjadi faktor penting dalam membentuk minat seseorang untuk mengembangkan usaha. Motivasi yang tinggi akan mendorong pelaku UMKM untuk lebih kreatif, inovatif, dan berani melakukan perubahan, termasuk dalam mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat technopreneurship pada pelaku UMKM di kawasan Tangga 2001 Gunung Dempo Kota Pagar Alam. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku UMKM maupun pihak terkait dalam menyusun program peningkatan kapasitas dan transformasi digital UMKM.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Literasi Kewirausahaan

Literasi kewirausahaan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep, prinsip, dan praktik kewirausahaan yang dapat diterapkan dalam kegiatan usaha. Literasi kewirausahaan mencakup pengetahuan mengenai pengelolaan usaha, kemampuan mengidentifikasi peluang bisnis, pengambilan keputusan, pengelolaan risiko, hingga kemampuan berinovasi. Pelaku UMKM yang memiliki literasi kewirausahaan yang baik akan lebih mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis dan memanfaatkan peluang yang muncul.

Dalam era digital, literasi kewirausahaan tidak hanya terbatas pada kemampuan mengelola usaha secara konvensional, tetapi juga mencakup kemampuan memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha. Penggunaan media sosial, marketplace, aplikasi keuangan, dan berbagai platform digital dapat meningkatkan efektivitas operasional serta memperluas jangkauan pemasaran UMKM.

B. Motivasi Berwirausaha

Motivasi berwirausaha merupakan dorongan yang berasal dari dalam diri maupun lingkungan yang menyebabkan seseorang memiliki keinginan untuk menjalankan, mempertahankan, dan mengembangkan usaha. Motivasi yang tinggi dapat mendorong pelaku usaha untuk lebih percaya diri, berani mengambil risiko, serta mampu menciptakan inovasi dalam menghadapi persaingan bisnis.

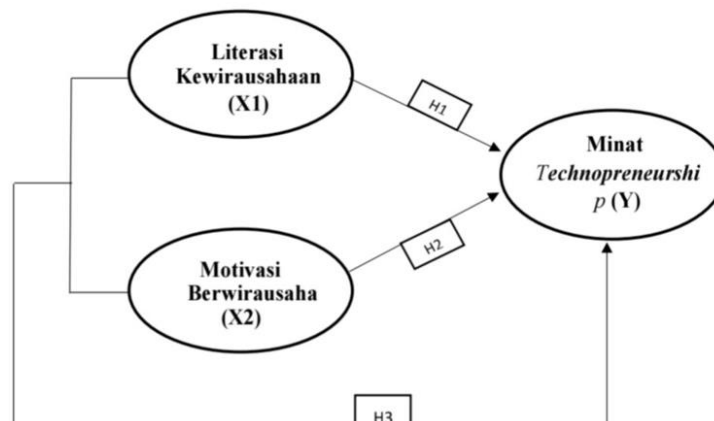
Pelaku UMKM yang memiliki motivasi berwirausaha tinggi akan memiliki keinginan yang lebih besar untuk meningkatkan kualitas usaha melalui berbagai cara, termasuk pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, motivasi menjadi salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan minat pelaku usaha dalam mengembangkan technopreneurship.

C. Minat Technopreneurship

Minat technopreneurship merupakan ketertarikan dan kesiapan individu untuk menjalankan kegiatan usaha dengan memanfaatkan teknologi sebagai sarana utama dalam menciptakan inovasi, meningkatkan efisiensi usaha, serta memperluas akses pasar. Technopreneurship menjadi konsep yang relevan dalam perkembangan ekonomi digital karena memungkinkan pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis secara lebih modern dan kompetitif.

Minat technopreneurship pada pelaku UMKM dapat terlihat dari keinginan menggunakan teknologi digital dalam pemasaran, pengelolaan transaksi, pengembangan produk, serta komunikasi dengan konsumen. Tingginya minat terhadap technopreneurship akan membantu UMKM menjadi lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

D. Kerangka Pemikiran



E. Hubungan Antar Variabel

Literasi kewirausahaan yang baik akan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memahami manfaat teknologi untuk pengembangan usaha. Semakin tinggi tingkat literasi kewirausahaan, maka semakin besar peluang pelaku usaha untuk tertarik menerapkan konsep technopreneurship.

Selain itu, motivasi berwirausaha juga memiliki peran dalam meningkatkan minat technopreneurship. Pelaku usaha yang memiliki semangat tinggi untuk berkembang cenderung lebih terbuka terhadap inovasi dan perubahan, termasuk penggunaan teknologi digital dalam menjalankan usahanya. Dengan demikian, literasi kewirausahaan dan motivasi berwirausaha diduga memiliki pengaruh terhadap minat technopreneurship pada pelaku UMKM.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen, yaitu literasi kewirausahaan dan motivasi berwirausaha, terhadap variabel dependen, yaitu minat technopreneurship.

Penelitian dilakukan di kawasan wisata Tangga 2001 Gunung Dempo Kota Pagar Alam. Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM yang berada di kawasan tersebut sebanyak

40 pelaku usaha. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sampel jenuh, sehingga seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian.

Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen, laporan terkait UMKM, serta berbagai sumber literatur yang mendukung penelitian.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS Statistic versi 25. Pengujian data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap 40 pelaku UMKM yang berada di kawasan Tangga 2001 Gunung Dempo Kota Pagar Alam. Karakteristik responden menunjukkan bahwa pelaku usaha berasal dari berbagai bidang usaha, seperti kuliner, oleh-oleh, kerajinan, produk herbal, minuman, serta jasa yang mendukung aktivitas pariwisata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM di kawasan Tangga 2001 memiliki potensi yang besar untuk berkembang melalui penerapan inovasi dan teknologi digital.

Berdasarkan hasil pengolahan data, seluruh instrumen penelitian yang digunakan telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian. Selanjutnya, hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa data penelitian memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi linear berganda.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel literasi kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat technopreneurship. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel literasi kewirausahaan dan motivasi berwirausaha memiliki pengaruh terhadap minat technopreneurship pada pelaku UMKM di Kawasan Tangga 2001 Gunung Dempo Kota Pagar Alam.

Pada pengujian secara parsial (uji t), literasi kewirausahaan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat technopreneurship. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman pelaku UMKM mengenai pengelolaan usaha, kemampuan mengenali peluang,

serta pemanfaatan teknologi, maka semakin tinggi pula ketertarikan pelaku usaha untuk mengembangkan usaha berbasis teknologi.

Variabel motivasi berwirausaha juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat technopreneurship. Pelaku UMKM yang memiliki dorongan kuat untuk berkembang, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan inovasi akan lebih terbuka terhadap pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usahanya.

Secara simultan (uji F), literasi kewirausahaan dan motivasi berwirausaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat technopreneurship. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan kewirausahaan yang disertai motivasi yang kuat menjadi faktor penting dalam mendorong transformasi digital UMKM.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan mempunyai peranan penting dalam meningkatkan minat technopreneurship pada pelaku UMKM. Pengetahuan mengenai perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, strategi pemasaran, serta kemampuan membaca peluang bisnis memberikan kesiapan kepada pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana pengembangan bisnis.

Temuan ini sejalan dengan konsep bahwa pelaku usaha yang memiliki tingkat literasi kewirausahaan yang baik akan lebih mudah beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis dan lebih siap menerima inovasi teknologi. Dalam era digital, kemampuan memanfaatkan media sosial, marketplace, dan aplikasi digital menjadi salah satu bentuk penerapan literasi kewirausahaan dalam kegiatan usaha.

Selain itu, motivasi berwirausaha juga menjadi faktor yang mampu meningkatkan minat technopreneurship. Motivasi memberikan dorongan kepada pelaku usaha untuk terus belajar, berinovasi, serta melakukan perubahan demi mencapai keberhasilan usaha. Pelaku UMKM yang memiliki motivasi tinggi cenderung lebih berani mencoba strategi baru termasuk penggunaan teknologi digital.

Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa keberhasilan penerapan technopreneurship tidak hanya bergantung pada kemampuan teknis penggunaan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh kesiapan mental, pengetahuan kewirausahaan, dan keinginan pelaku usaha untuk terus berkembang. Oleh karena itu, peningkatan pelatihan kewirausahaan dan pendampingan transformasi digital menjadi langkah yang penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di kawasan wisata Tangga 2001 Gunung Dempo.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa literasi kewirausahaan dan motivasi berwirausaha memiliki pengaruh terhadap minat technopreneurship pada pelaku UMKM di Kawasan Tangga 2001 Gunung Dempo Kota Pagar Alam. Semakin baik tingkat literasi kewirausahaan dan semakin tinggi motivasi berwirausaha, maka semakin besar pula kesiapan dan ketertarikan pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha berbasis teknologi.

Peningkatan minat technopreneurship dapat dilakukan melalui program pelatihan kewirausahaan, peningkatan kemampuan digital, serta pendampingan dalam penggunaan berbagai platform teknologi seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi pendukung usaha. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriwan, V., Asmilita, V., Zhafran, M., Syiaful, A., & Megawati. 2023. Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Memaksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmiah MultidisiplinAnsir*, 2(1), 155–166. <https://doi.org/10.62861/JIMAT>.
- Anwar, K., Yunus, M., & Alfin, R. 2023. Digital Marketing sebagai Solusi Pemasaran di Era Digital untuk Meningkatkan Omzet Penjualan UMKM. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(2), 404–414. <https://doi.org/10.33474/JIPEMAS.V6I2.19149>
- Bukhama, S., Hanggara, P. T., & Syawli, A. 2024. Pengaruh Adopsi E-Commerce dan E-Payment terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 8(4), 112–120.
- Elvera & Astarina, Y. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Becker, G. S. 2021. *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Darmawan, D., & Prasetyo, E. 2021. Literasi Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(2), 85–94.
- Hadiyati, E. 2020. Kreativitas dan Inovasi dalam Technopreneurship. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 1–10.

- Kotler, P., & Keller, K. L. 2022. *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.65
- Lestari, R., & Wijaya, T. 2020. Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Entrepreneurship. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 45–56.
- Maulana, R., & Nugroho, A. 2021. Peran Literasi Digital dalam Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 98–107.
- Nugroho, A., & Rahmawati, D. 2022. Technopreneurship sebagai Strategi Daya Saing UMKM. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 7(1), 33–42.
- OECD. 2021. *Entrepreneurship at a Glance 2021*. Paris: OECD Publishing.
- Putri, N. A., & Hidayat, T. 2023. Literasi Kewirausahaan dan Minat Technopreneurship pada UMKM. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 210–220.
- Rahman, A., & Sari, M. 2024. Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Technopreneurship UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 55–66.
- Santoso, B. 2020. *Digital Marketing untuk UMKM*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Shane, S. 2020. *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Cengage Learning.
- Siregar, H., & Lubis, R. 2021. Minat Technopreneurship di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 9(2), 144–152.
- Suharyono. 2022. *Motivasi Berwirausaha dalam Perspektif Ekonomi Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tambunan, T. 2020. *UMKM di Indonesia: Tantangan dan Perkembangan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wahyuni, S., & Kurniawan, R. 2023. Media Sosial sebagai Sarana Pengembangan Technopreneurship UMKM. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 6(1), 77–88.
- Yuliana, I., & Fadli, M. 2024. Literasi Digital dan Technopreneurship UMKM Lokal. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 2(2), 101–112
- Andriwan, V., Asmita, V., Zhafran, M., Syiaful, A., & Megawati. 2023. Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Memaksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ansir*, 2(1), 155–166. <https://doi.org/10.62861/JIMAT>.

- Anwar, K., Yunus, M., & Alfin, R. 2023. Digital Marketing sebagai Solusi Pemasaran di Era Digital untuk Meningkatkan Omzet Penjualan UMKM. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(2), 404–414. <https://doi.org/10.33474/JIPEMAS.V6I2.19149>
- Bukhama, S., Hanggara, P. T., & Syawli, A. 2024. Pengaruh Adopsi E-Commerce dan E-Payment terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 8(4), 112–120.
- Elvera & Astarina, Y. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Becker, G. S. 2021. *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Darmawan, D., & Prasetyo, E. 2021. Literasi Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(2), 85–94.
- Hadiyati, E. 2020. Kreativitas dan Inovasi dalam Technopreneurship. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 1–10.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2022. *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson Education.
- 65 Lestari, R., & Wijaya, T. 2020. Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Entrepreneurship. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 45–56.
- Maulana, R., & Nugroho, A. 2021. Peran Literasi Digital dalam Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 98–107.
- Nugroho, A., & Rahmawati, D. 2022. Technopreneurship sebagai Strategi Daya Saing UMKM. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 7(1), 33–42.
- OECD. 2021. *Entrepreneurship at a Glance 2021*. Paris: OECD Publishing.
- Putri, N. A., & Hidayat, T. 2023. Literasi Kewirausahaan dan Minat Technopreneurship pada UMKM. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 210–220.
- Rahman, A., & Sari, M. 2024. Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Technopreneurship UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 55–66.
- Santoso, B. 2020. *Digital Marketing untuk UMKM*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Shane, S. 2020. *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Cengage Learning.

- Siregar, H., & Lubis, R. 2021. Minat Technopreneurship di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 9(2), 144–152.
- Suharyono. 2022. Motivasi Berwirausaha dalam Perspektif Ekonomi Digital. Yogyakarta: Deepublish.
- Tambunan, T. 2020. *UMKM di Indonesia: Tantangan dan Perkembangan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wahyuni, S., & Kurniawan, R. 2023. Media Sosial sebagai Sarana Pengembangan Technopreneurship UMKM. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 6(1), 77–88.
- Yuliana, I., & Fadli, M. 2024. Literasi Digital dan Technopreneurship UMKM Lokal. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 2(2), 101–112.
- Andriwan, V., Asmilita, V., Zhafran, M., Syiaful, A., & Megawati. 2023. Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Memaksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ansir*, 2(1), 155–166. <https://doi.org/10.62861/JIMAT>.
- Anwar, K., Yunus, M., & Alfin, R. 2023. Digital Marketing sebagai Solusi Pemasaran di Era Digital untuk Meningkatkan Omzet Penjualan UMKM. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(2), 404–414. <https://doi.org/10.33474/JIPEMAS.V6I2.19149>
- Bukhama, S., Hanggara, P. T., & Syawli, A. 2024. Pengaruh Adopsi E-Commerce dan E-Payment terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 8(4), 112–120.
- Elvera & Astarina, Y. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Becker, G. S. 2021. *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Darmawan, D., & Prasetyo, E. 2021. Literasi Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(2), 85–94.
- Hadiyati, E. 2020. Kreativitas dan Inovasi dalam Technopreneurship. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 1–10.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2022. *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson Education. 65
- Lestari, R., & Wijaya, T. 2020. Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Entrepreneurship. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 45–56.
- Maulana, R., & Nugroho, A. 2021. Peran Literasi Digital dalam Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 98–107.

- Nugroho, A., & Rahmawati, D. 2022. Technopreneurship sebagai Strategi Daya Saing UMKM. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 7(1), 33–42.
- OECD. 2021. *Entrepreneurship at a Glance 2021*. Paris: OECD Publishing.
- Putri, N. A., & Hidayat, T. 2023. Literasi Kewirausahaan dan Minat Technopreneurship pada UMKM. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 210–220.
- Rahman, A., & Sari, M. 2024. Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Technopreneurship UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 55–66.
- Santoso, B. 2020. *Digital Marketing untuk UMKM*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Shane, S. 2020. *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Cengage Learning.
- Siregar, H., & Lubis, R. 2021. Minat Technopreneurship di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 9(2), 144–152.
- Suharyono. 2022. *Motivasi Berwirausaha dalam Perspektif Ekonomi Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tambunan, T. 2020. *UMKM di Indonesia: Tantangan dan Perkembangan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wahyuni, S., & Kurniawan, R. 2023. Media Sosial sebagai Sarana Pengembangan Technopreneurship UMKM. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 6(1), 77–88.
- Yuliana, I., & Fadli, M. 2024. Literasi Digital dan Technopreneurship UMKM Lokal. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 2(2), 101–112.