

PENGARUH LITERASI KEWIRAUSAHAAN DAN LITERASI BISNIS DIGITAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA UKM *ENTREPRENEUR* UNIVERSITAS JAMBI

Muhammad Fadlan¹, Sigit Indrawijaya², Novita Ekasari³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Email koresponden: fadhlanm76@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menghasilkan gambaran minat menjadi wirausaha pada Mahasiswa UKM Entrepreneur Universitas Jambi serta menguji pengaruh literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital terhadap minat menjadi wirausaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Sampel penelitian diambil sebanyak 68 orang. Data yang digunakan primer yang diperoleh melalui kuesioner dengan skala ordinal. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan software SPSS 25. Hasil penelitian membuktikan bahwa tingkat literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital berada pada kategori tinggi. Sedangkan literasi kewirausahaan terbukti berpengaruh terhadap minat menjadi wirausaha, sementara literasi bisnis digital tidak berpengaruh namun signifikan.

Kata Kunci : Literasi kewirausahaan, Literasi Bisnis Digital, Minat Berwirausaha

PENDAHULUAN

Pemerintah saat ini sedang mengupayakan berbagai program untuk menambah jumlah wirausahawan dari bidang pendidikan, khususnya Mahasiswa. Mahasiswa merupakan penggerak suatu bangsa yang memiliki peran vital dalam membawa perubahan dunia ke arah yang positif. Memegang gelar mahasiswa adalah suatu kehormatan dan tantangan, dengan tanggung jawab dan kewajiban yang lebih besar. Adapun menurut pendapat Widayanto (2011), organisasi adalah tempat dimana mahasiswa dapat mengembangkan pikiran dalam organisasi dan kehidupan sosial mereka. Universitas Jambi telah menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan jumlah *entrepreneur* muda.

Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) adalah organisasi kemahasiswaan yang membina minat dan bakat mahasiswa. UKM dibentuk sebagai wadah untuk mengembangkan bakat, prestasi, minat, nalar, dan kreativitas sesuai peraturan rektor. UKM *Entrepreneur* sendiri didirikan oleh seorang mahasiswa Universitas Jambi yang prihatin terhadap tingginya angka pengangguran dan rendahnya minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Melalui UKM ini, mahasiswa berusaha memaksimalkan potensi yang mereka miliki. Saat ini, perguruan tinggi menyediakan wadah seperti UKM *Entrepreneur* untuk

mendukung pengembangan potensi mahasiswa. UKM Entrepreneur berdiri pada 7 Mei 2012 dengan tujuan memperluas pengetahuan tentang kewirausahaan dan mendorong mahasiswa terjun langsung ke dunia usaha sehingga dapat membantu meningkatkan perekonomian Indonesia.

Minat berwirausaha adalah keinginan dan ketertarikan seseorang untuk memulai berwirausaha secara mandiri dengan kerja keras dan disiplin untuk masuk ke dalam dunia bisnis dengan rasa senang menjalankan bisnisnya tanpa ada tekanan atas resiko yang akan dihadapi (Farida & Nurkhin, 2016). Dibutuhkan adanya literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital untuk setiap mahasiswa guna meningkatkan minat berwirausaha, namun pada hakikatnya keputusan untuk memulai wirausaha atau tidak muncul dari dalam diri seseorang yang dikaitkan dengan beberapa faktor, salah satunya ada tidaknya informasi tentang literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital.

Literasi kewirausahaan mengacu pada kemampuan untuk memahami, mengembangkan, dan mengelola suatu usaha. Mahasiswa yang memiliki literasi kewirausahaan yang baik cenderung lebih siap dan termotivasi untuk memulai usaha sendiri. Mahasiswa dengan literasi kewirausahaan yang tinggi dapat memiliki persepsi yang lebih positif terhadap resiko dan peluang dalam berwirausaha.

Hendrawan & Sirine (2017) literasi kewirausahaan adalah intelektual yang diperoleh dan dimiliki seorang individu melalui pendidikan kewirausahaan yang nantinya bisa membantu seorang individu melakukan inovasi dan terjun dalam bidang wirausaha. Walaupun demikian, pengetahuan kewirausahaan bukan menjadi satu-satunya faktor penentu efektifnya pengelolaan kewirausahaan, pengetahuan penting untuk mempersiapkan calon wirasuahawan, namun demikian pengetahuan tidak serta merta akan melahirkan seorang wirasuahawan.

Sedangkan, literasi bisnis digital mencakup pemahaman tentang teknologi informasi dan digitalisasi dalam konteks bisnis. Mahasiswa yang menguasai literasi bisnis digital dapat memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan dan memasarkan produk atau jasa mereka. Kemahiran dalam literasi bisnis digital dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar untuk usaha UKM yang didirikan oleh mahasiswa. Literasi bisnis digital merupakan kecakapan seorang individu dalam penggunaan suatu teknologi digital pada suatu tingkat, baik itu suatu penciptaan, suatu kolaborasi, dan pencarian suatu informasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Kewirausahaan

Literasi kewirausahaan merupakan pemahaman dasar yang harus dimiliki jika seseorang ingin membentuk sebuah perusahaan (Oehler, Höfer, & Schalkowski, 2015). Terdapat beberapa indikator terjadinya literasi kewirausahaan (Hasan et al., 2021) diantaranya, yaitu : 1) Kecakapan dalam pengoptimalan biaya, 2) Kecakapan dalam mengorganisasikan usaha dengan penuh ketelitian, 3) Memiliki pribadi yang supel dan pandai bergaul, 4) Ulet dan bersungguh-sungguh, 5) Berani mengambil resiko.

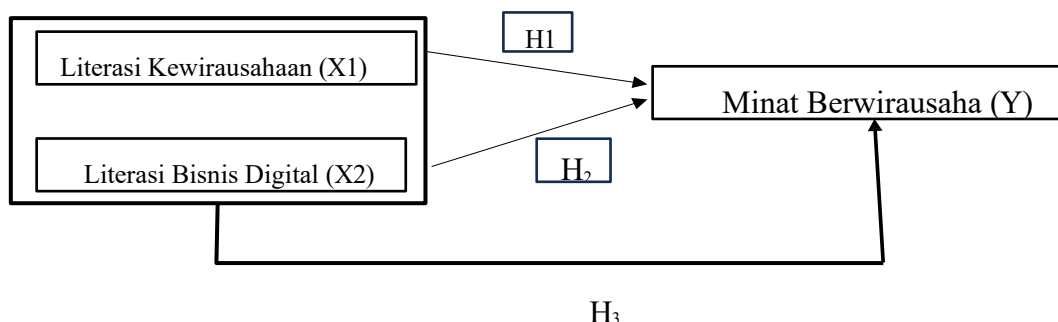
Literasi Bisnis Digital

Literasi bisnis digital merupakan suatu kemampuan ataupun pengetahuan secara luas yang dimiliki individu dalam aspek pemanfaatan teknologi-teknologi digital untuk keberlangsungan usahanya (Hasan et al., 2021). Terdapat beberapa indikator literasi bisnis digital (Hasan et al., 2021) antara lain : 1) Menjadikan media sebagai referensi untuk menemukan ide usaha, 2) Kemampuan menggunakan suatu media digital secara kreatif untuk mengendalikan dan memilah informasi yang diperoleh sebagai referensi untuk usahanya, 3) Keterampilan individu menggunakan media digital dalam menjalankan usahanya, 4) Memasarkan produk melalui sosial media.

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah keinginan dan ketertarikan seseorang untuk memulai berwirausaha secara mandiri dengan kerja keras dan disiplin untuk masuk ke dalam dunia bisnis dengan rasa senang menjalankan bisnisnya tanpa ada tekanan atas risiko yang akan dihadapi (Dzulfikri & Kusworo, 2017). Beberapa indikator dalam menentukan minat berwirausaha menurut (Farida & Nurkhin, 2016) adalah sebagai berikut : (1) Perasaan senang, (2) Ketertarikan, (3) Keterlibatan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka kerangka pemikiran dapat diuraikan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

————→ : Simultan

————→ : Parsial

Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

H1 : Literasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

H2 : Literasi bisnis digital berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

H3 : Literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian ini karena data yang didapat bersifat kuantitatif/statistik. Selain itu, Penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan objek dan hasil penelitian.

Populasi Dan Sampel

Seluruh anggota UKM *Entrepreneur* Universitas Jambi baik yang sudah memiliki usaha maupun anggota UKM yang belum memiliki usaha yang terdiri dari tujuh fakultas dan angkatan berbeda digunakan sebagai populasi penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 68 responden dari jumlah populasi yang ada pada UKM *Entrepreneur* Universitas Jambi.

Metode Analisis data

Analisis data dilakukan secara deskriptif & kuantitatif dengan menggunakan metode analisis SPSS versi 21 dengan metode analisis regresi berganda dan melakukan uji validitas, reliabilitas sehingga hasilnya layak untuk digeneralisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN DATA RESPONDEN

Berdasarkan jenis kelamin perempuan mendominasi, terlihat dari jumlah respondennya, sebanyak 47 responden atau 69,1% merupakan perempuan dan sebanyak 21 responden atau 30,9% merupakan laki-laki. Berdasarkan usia pada penelitian ini yaitu 18-21 tahun dengan umur responden yang paling dominan yaitu pada usia 18-21 tahun dengan

jumlah responden sebanyak 40 orang (58,8%), kemudian usia 22-25 tahun dengan jumlah responden sebanyak 28 orang (41,2%). Berdasarkan fakultas responden yang paling dominan yaitu FEB dengan jumlah responden sebanyak 36 orang (52,9%), kemudian FP dengan 15 orang (22,1%), FKIP 9 orang (13,2%), FST 6 orang (8,8%), FAPET dan FH 1 orang (1,5%), FKIK 0 orang (0%).

Berdasarkan tingkat studi (semester) responden yang paling dominan yaitu semester 5-8 dengan jumlah responden sebanyak 65 orang (95,6%), kemudian semester 1-3 dengan responden 3 orang (4,4%). Berdasarkan literasi kewirausahaan responden yang paling dominan yaitu lebih dari 1 tahun dengan jumlah responden sebanyak 31 orang (45,5%), kurang dari 1 tahun 21 orang (31%), 1 tahun 16 orang (23,5%). Berdasarkan literasi bisnis digital paling banyak responden yaitu Ya, pernah sebanyak 57 orang (83,8%), kemudian Tidak, belum pernah responden sebanyak 11 orang (16,2%).

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan tiga variabel utama dalam penelitian ini yaitu Literasi Kewirausahaan, Literasi Bisnis Digital, dan Minat Berwirausaha. Teknik ini membandingkan r-hitung dengan r-tabel. Item kuisioner dinyatakan valid apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar dari r table maka instrumen valid. Pada penelitian ini nilai signifikan 0.05 dengan $(n) = 68$, $df = n-2$, maka di dapatkan r table sebesar 0.201. didapatkan r hitung untuk seluruh pertanyaan pada kuisioner dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Literasi Kewirausahaan (X1)	1	0.613	0.201	Valid
	2	0.739	0.201	Valid
	3	0.725	0.201	Valid
	4	0.608	0.201	Valid
	5	0.672	0.201	Valid
	6	0.763	0.201	Valid
	7	0.769	0.201	Valid
	8	0.744	0.201	Valid
Literasi Bisnis Digital (X2)	1	0.782	0.201	Valid
	2	0.790	0.201	Valid
	3	0.860	0.201	Valid
	4	0.897	0.201	Valid
	5	0.877	0.201	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	1	0.830	0.201	Valid
	2	0.874	0.201	Valid
	3	0.864	0.201	Valid
	4	0.888	0.201	Valid
	5	0.859	0.201	Valid
	6	0.892	0.201	Valid

Sumber : Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat keseluruhan indikator variabel Literasi Kewirausahaan Literasi Bisnis Digital, dan Minat Berwirausaha yang terdiri dari pertanyaan untuk masing-masing variabel dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari pada r tabel 0,201.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas terkait dengan kendala alat ukur, seberapa jauh alat ukur dapat menghasilkan hasil yang kurang lebih sama ketika diterapkan pada sampel yang sama. Untuk reliabilitas dari data penelitian menggunakan Cronbach's Alpha Coefficients dengan bantuan software SPSS 25. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Semakin besar alphanya mendekati satu maka reliabilitas datanya semakin terpercaya.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Batas Pengukuran	N of Items	Kriteria
Literasi Kewirausahaan (X1)	0.850	0.60	8	Reliable
Literasi Bisnis Digital (X2)	0.897	0.60	5	Reliable
Minat Berwirausaha (Y)	0.934	0.60	6	Reliable

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa variabel Literasi Kewirausahaan, Literasi Bisnis Digital, dan Minat Berwirausaha memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini berstatus reliabel.

Uji Regresi Linier Berganda

Metode analisis data dengan menerapkan regresi linear berganda dengan data panel menjadi suatu pilihan yang patut digunakan. Melalui analisis ini dapat dilihat pengaruh antar kedua variabel yaitu variabel bebas (Independent Variable) yang terdiri dari Literasi Kewirausahaan (X1) dan Literasi Bisnis Digital (X2) dan variabel terikat (Dependent Variable) yaitu Minat Berwirausaha. Hasil pengolahan data menggunakan regresi linear berganda dengan data panel selengkapnya terdapat pada lampiran dan dijelaskan lebih lanjut di bawah ini:

Tabel 3 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17,005	3,787		4,491	,000
1 Total_X1	,210	,121	,230	1,729	,088
Total_X2	,077	,136	,075	,568	,572

Sumber: Data Diolah (2025)

Dari nilai-nilai koefisien yang terdapat pada tabel persamaan regresi linear berganda yang disusun untuk penelitian ini adalah:

$$\text{Log } Y = 17,005 + 0,210 X_1 + 0,077 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Berwirausaha

b = Koefisien Regresi

a = Konstanta

X₁ = Literasi Kewirausahaan

X₂ = Literasi Bisnis Digital

e = Tingkat kesalahan

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstan sebesar 17,005 memberi arti bahwa apabila Literasi Kewirausahaan (X₁) dan Literasi Bisnis Digital (X₂), di asumsikan = 0, maka Minat menjadi Wirausaha (Y) secara konstan bernilai 17,005.
2. Nilai koefisien regresi variabel Inovasi Produk (X₁) sebesar 0,210 artinya apabila variabel Literasi Kewirausahaan (X₁) mengalami kenaikan sebesar 1%, sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Minat menjadi wirausaha akan mengalami kenaikan sebesar 0,210.

3. Nilai koefisien regresi variabel Literasi Bisnis Digital (X_2) sebesar 0,077 memberikan artinya apabila variabel Literasi Bisnis Digital (X_2) mengalami kenaikan sebesar 1%, sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Minat Berwirausaha akan mengalami kenaikan sebesar 0,077.

Pengujian Hipotesis Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini:

Tabel 4 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65,328	2	32,664	2,585	,083 ^b
	Residual	821,437	65	12,637		
	Total	886,765	67			

Sumber: Data diolah

Hasil perhitungan menggunakan program spss dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Dapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 2,585 dengan membandingkan F_{tabel} $\alpha = 0,05$, didapat F_{tabel} sebesar 2,00. F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($2,585 > 2,00$), artinya ada pengaruh namun tidak signifikan yaitu sebesar 0.083 atau 8,3% dari variabel independen yaitu Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis Digital secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Minat menjadi Wirausaha, maka H_3 diterima secara simultan berpengaruh.

Uji T (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan menguji koefisien variabel tersebut, pada Mahasiswa UKM *Entrepreneur* Universitas Jambi. Hasil pengujian Uji t dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17,005	3,787		4,491	,000
1 Total_X1	,240	,109	,263	2,213	,030
Total_X2	,181	,124	,176	1,454	,051

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, dari tabel Coefficients tersebut, menampilkan hasil signifikansi sebagai variabel Literasi Kewirausahaan (X1) dengan signifikansi 0,030. Jumlah tersebut tentu dapat dikatakan berpengaruh karna lebih kecil dari nilai signifikansi $\alpha=5\%$ atau 0,05. Besaran pengaruh hasil uji parsial dapat dilihat pada Standardized Coefficients Beta variabel Literasi Kewirausahaan (X1) dengan nilai 0,263 atau 26,3%. Sehingga dapat disimpulkan H1 diterima dengan kata lain, variabel literasi kewirausahaan memberikan pengaruh positif secara parsial namun tidak signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa UKM Entrepreneur Universitas Jambi.
- b) Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, dari tabel Coefficients tersebut, menampilkan hasil signifikansi variabel Literasi Bisnis Digital (X2) dengan signifikansi 0,151. Jumlah tersebut tentu dapat dikatakan tidak berpengaruh karna lebih besar dari nilai signifikansi $\alpha=5\%$ atau 0,05. Besaran pengaruh hasil uji parsial dapat dilihat pada Standardized Coefficients Beta variabel Literasi Bisnis Digital (X2) dengan nilai 0,173 atau 17,3%. Maka dapat disimpulkan H2 ditolak, dengan kata lain variabel literasi bisnis digital secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa UKM Entrepreneur Universitas Jambi.

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,263 ^a	0,74	,055	3,537

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,069 yang artinya bahwa variabelitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis Digital dalam penelitian ini sebesar 7,4% sedangkan sisanya 92,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital hanya berkontribusi sebesar 7,4% terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Walaupun nilai persentasenya kecil, temuan ini penting karena menunjukkan bahwa literasi bukanlah satu-satunya faktor penentu. Masih terdapat 92,6% variabel lain yang lebih dominan seperti motivasi intrinsik, dukungan keluarga, pengaruh lingkungan sosial, ketersediaan modal, serta dukungan institusi Pendidikan. Iffan (2014) menunjukkan bahwa motivasi wirausaha berpengaruh terhadap peningkatan minat berwirausaha. Semakin tinggi motivasi wirausaha, maka semakin besar keberanian untuk mengambil tindakan melumcurkan bisnis baru berdasarkan minat berwirausaha.

PEMBAHASAN**Pengaruh Literasi Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha (H1)**

Berdasarkan pengujian secara parsial, terlihat bahwa pada model regresi, dari tabel Coefficients tersebut, menampilkan hasil signifikansi sebagai variabel Literasi Kewirausahaan (X1) dengan signifikansi 0,030. Jumlah tersebut tentu dapat dikatakan berpengaruh karna lebih kecil dari nilai signifikansi $\alpha=5\%$ atau 0,05. Besaran pengaruh

hasil uji parsial dapat dilihat pada Standardized Coefficients Beta variabel Literasi Kewirausahaan (X1) dengan nilai 0,263 atau 26,3%.

Dengan demikian dapat diketahui dan dianalisis bahwa terdapat pengaruh positif antara literasi kewirausahaan terhadap minat berwirausaha namun tidak signifikan. Hal ini berarti bahwa semakin baik literasi kewirausahaan mahasiswa, maka semakin tinggi kecenderungan mereka untuk berminat menjadi wirausaha, meskipun pengaruh tersebut tidak cukup kuat secara statistic. Temuan ini mengindikasikan bahwa literasi kewirausahaan bukanlah satu-satunya faktor penentu, melainkan terdapat faktor lain yang lebih dominan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh IJAEB, Universitas Tarumanegara yang menyebutkan bahwa literasi kewirausahaan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Pengaruh signifikan muncul lewat variabel mediasi (attitudes). Jadi, meskipun Pendidikan kewirausahaan sendiri positif, ia tidak mencapai taraf signifikansi secara langsung dalam model penelitian.

Pengaruh Literasi Bisnis Digital Terhadap Minat Berwirausaha (H2)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, dari tabel Coefficients tersebut, menampilkan hasil signifikansi variabel Literasi Bisnis Digital (X2) dengan signifikansi 0,151. Jumlah tersebut tentu dapat dikatakan tidak berpengaruh karena lebih besar dari nilai signifikansi $\alpha=5\%$ atau 0,05. Besaran pengaruh hasil uji parsial dapat dilihat pada Standardized Coefficients Beta variabel Literasi Bisnis Digital (X2) dengan nilai 0,173 atau 17,3%. Maka dapat disimpulkan H2 ditolak, dengan kata lain variabel literasi bisnis digital secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa UKM Entrepreneur Universitas Jambi.

Berdasarkan hasil penelitian, literasi bisnis digital tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa mengenai pemanfaatan teknologi digital belum cukup untuk mendorong munculnya minat berwirausaha. Dengan demikian, literasi bisnis digital dapat dipandang sebagai faktor pendukung ketika seseorang sudah memiliki minat berwirausaha, bukan sebagai faktor utama yang membentuk minat tersebut.

Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh *International Conference On Business Management And Accounting Yang Berjudul Digital And Entrepreneurial Literacy In Increasing Students Entrepreneurial In The Technological Era* yang menemukan bahwa literasi bisnis kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap minat berwirausaha, sedangkan literasi digital tidak mempunyai pengaruh yang signifikan.

Pengaruh Literasi Kewirausaha dan Literasi Bisnis Digital Terhadap Minat Berwirausaha (H3)

Secara simultan, Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis Digital berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha. Berdasarkan uji F, pada model regresi diperoleh nilai signifikan sebesar $0,083 > 0,05$ (taraf signifikansi). Selain itu dapat dilihat juga hasil perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} yang menunjukkan F_{hitung} sebesar 2,585 dengan membandingkan F_{tabel} $\alpha=0,05$, didapat F_{tabel} sebesar 2,00. F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($2,585 > 2,00$). Sehingga dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif antara literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital secara simultan namun tidak signifikan.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi hanya 7,4% Pengaruh Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis Digital terhadap Minat Berwirausaha dan 92,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian ini didukung oleh Fitri (2025) dalam penelitiannya yang berjudul *The Influence of Entrepreneurship Literacy and Digital Literacy on Entrepreneurial Interest among Generation Z Student* menyebutkan bahwa literasi kewirausahaan dan literasi bisnis digital positif dan signifikan mempengaruhi minat berwirausaha Gen Z.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara uji t (parsial) pada model regresi diperoleh bahwa variable Literasi Kewirausahaan (X1) memberikan pengaruh positif secara parsial dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa UKM Entrepreneur Universitas Jambi.
2. Secara uji t (parsial) pada model regresi, diperoleh bahwa Literasi Bisnis Digital (X2) secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa UKM Entrepreneur Universitas Jambi.
3. Secara simultan (Uji F) pada model regresi terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen yaitu Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis terhadap

mahasiswa UKM Entrepreneur Universitas Jambi. Hasil perhitungan menggunakan program spss menyatakan ada pengaruh signifikan dari variabel independen yaitu Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis Digital secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Minat Berwirausaha, maka H3 diterima secara simultan berpengaruh.

SARAN

Dengan adanya berbagai keterbatasan yang telah disampaikan diatas dan keterbatasan peneliti dalam menggali data yang diperlukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

- 1.1 Mahasiswa diharapkan dapat lebih proaktif dalam mengembangkan keterampilan sosial dan komunikasi, baik melalui kegiatan organisasi, seminar, maupun kolaborasi antar mahasiswa. Hal ini penting karena sikap supel dan kemampuan bergaul merupakan modal utama dalam membangun jejaring yang mendukung peningkatan literasi kewirausahaan.
- 1.2 Perlu adanya peningkatan literasi digital agar mahasiswa lebih percaya diri dalam mengembangkan ide bisnis berbasis teknologi.

2. Bagi Perguruan Tinggi

- 2.1 Perguruan tinggi sebaiknya memberikan wadah yang lebih variative untuk melatih keterampilan interpersonal mahasiswa, misalnya melalui program mentoring, kegiatan kewirausahaan berbasis tim, atau pelatihan soft skill yang terintegrasi dengan kurikulum. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya mendapat pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan sosial yang menunjang kewirausahaan.
- 2.2 Kurikulum kewirausahaan bisa diperkaya dengan pendekatan praktis dalam pemanfaatan teknologi, bukan hanya teori.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

3.1 Disarankan untuk meneliti lebih lanjut faktor-faktor lain yang mempengaruhi literasi kewirausahaan, seperti motivasi berprestasi, pengalaman organisasi, maupun dukungan lingkungan keluarga, sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

3.2 Peneliti selanjutnya bisa membandingkan minat mahasiswa dari latar belakang jurusan berbeda untuk melihat apakah sikap tersebut berlaku umum atau hanya pada kelompok tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Dzulfikri, A., & Kusworo, B. (2017). Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa di Surabaya. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik)*, 5(2), 183–200.
- Farida, S., & Nurkhin, A. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Program Keahlian Akuntansi. *Economic Education Analysis Journal*, 5(1), 273–289.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 25 (Kesembilan). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M., Santoso, S., Syahfitri, S., Amalia, A., Karoma, K., & Selviana, S. (2021). Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian Entrepreneur. *Journal of Business Management Education*, 6(1), 28–39.
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 2(3), 291–314.
- Kemenperin. (2018). Menperin Minta Perguruan Tinggi Bikin Lokakarya Penumbuhan Wirausaha. Diambil dari <https://kemenperin.go.id/artikel/20012/ghs>
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia. (2020). Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Diambil dari <https://peraturan.bpk.go.id/Details/163703/permendikbud-no-3-tahun-2020>
- Oehler, A., Höfer, A., & Schalkowski, H. (2015). Entrepreneurial Education and Knowledge: Empirical Evidence on a Sample of German Undergraduate Students. *The Journal of Technology Transfer*, 40(3), 536–557.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D (Cetakan 24).



Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Supriyadi, E. (2014). SPSS + Amos: Perangkat Lunak Statistik. Jakarta: In Media.

Widayanto, A. (2011). Karakteristik Prestasi Akademik Mahasiswa Aktivis Organisasi Intrakampus di Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.