



Pengaruh Digital Literacy, Penggunaan E-Commerce dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Digital (*Digital Entrepreneurship*)

Marsella Yunisia*, Akhmad Suharto, Pawestri Winahyu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember

Abstrak: Penelitian ini dapat menguji dampak literacy digital, tren ini merupakan bisnis e-commerce dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha digital pada mahasiswa di Kabupaten Jember. Literasi digital sangat penting pada era digital teknologi, dan tren ini juga membentuk cara pandang untuk dunia bisnis digital. Studi ini mengeksplorasi dengan pengaruh dari variabel digital literacy, variabel penggunaan e-commerce dan variabel efikasi diri terhadap minat berwirausaha digital dapat dilakukan oleh mahasiswa di perguruan tinggi Kabupaten Jember. Penelitian ini dapat diharapkan akan mengungkapkan faktor-faktor penting yang mempengaruhi minat berwirausaha digital ini di kalangan mahasiswa, serta pemahaman digital dalam berbisnis sangat penting pada saat ini. Penelitian ini berjenis kuantitatif yang dapat dilakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar ke responden. Mahasiswa Angkatan 2021 di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember yaitu sejumlah 7.432 mahasiswa sebagai populasi penelitian ini. Penelitian ini menghasilkan jumlah sampel pada penelitian ini 380 mahasiswa dan teknik sampling yang digunakan oleh penelitian adalah *proportionate stratified random sampling*. Pengujian regresi linier berganda akan menjadi analisis data yang terpilih oleh penelitian. Hasil dari penelitian ini telah di temukan bahwa: (1) variable Digital literacy memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha digital. (2) variable penggunaan e-commerce memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha digital. (3) variable efikasi diri memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha digital.

Kata kunci: Literasi Digital, E-Commerce, Efikasi Diri, Minat Berwirausaha.

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2791>

*Correspondence: Marsella Yunisia

Email: marsellayunisia2@gmail.com

Received: 10-05-2025

Accepted: 14-06-2025

Published: 30-07-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study examines the impact of digital literacy, e-commerce business trends, and self-efficacy on digital entrepreneurship interest among students in Jember Regency. Digital literacy is crucial in the digital technology era, and this trend also shapes perspectives on the digital business world. This study explores the influence of digital literacy, e-commerce usage, and self-efficacy on digital entrepreneurship interest among students at universities in Jember Regency. This study is expected to reveal important factors influencing digital entrepreneurship interest among students, as well as the importance of digital understanding in business today. This study is quantitative, with data collection using questionnaires distributed to respondents. The population of this study was 7,432 students from the Class of 2021 at universities in Jember Regency. This study resulted in a sample size of 380 students, and the sampling technique used was proportionate stratified random sampling. Multiple linear regression testing was the selected data analysis method. The results of this study have found that: (1) the variable Digital literacy has a significant influence on interest in digital entrepreneurship. (2) the variable of e-commerce use has a significant influence on interest in digital entrepreneurship. (3) the variable of self-efficacy has a significant influence on interest in digital entrepreneurship.

Keywords: Digital Literacy, E-Commerce, Self-Efficacy, Entrepreneurship Interest

Pendahuluan

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Salah satu fenomena yang paling menonjol adalah pesatnya perkembangan E-commerce, yang memudahkan transaksi jual beli dan membuka peluang usaha baru tanpa batasan ruang maupun waktu. Di Indonesia, tren ini semakin populer seiring meningkatnya penggunaan internet yang mencapai 196,7 juta pengguna pada 2020 (APJII, 2020). Platform digital kini memungkinkan siapa saja, termasuk generasi muda, untuk memulai bisnis dengan modal yang relatif rendah melalui media sosial, marketplace, atau menjadi konten kreator.

Pandemi COVID-19 mempercepat adopsi teknologi digital di berbagai sektor, termasuk pendidikan dan ekonomi. Mahasiswa, yang awalnya hanya menggunakan teknologi untuk pembelajaran daring, mulai memanfaatkannya untuk merambah dunia bisnis online. Banyak yang mencoba menjadi reseller, dropshipper, hingga menciptakan produk digital. Data Bank Indonesia mencatat lonjakan konsumen E-commerce hingga 51% pada Agustus 2020, sementara jumlah pelaku bisnis online meningkat 38,3% dibandingkan tahun sebelumnya. Transformasi ini menunjukkan adanya peluang besar dalam pengembangan kewirausahaan digital (digital entrepreneurship).

Kabupaten Jember, sebagai salah satu daerah dengan pertumbuhan pendidikan dan ekonomi yang pesat di wilayah Keresidenan Besuki, juga menunjukkan tren serupa. Peran aktif mahasiswa di Jember turut mendorong perkembangan wirausaha digital. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember, sekitar 15% dari 420.000 pelaku usaha berasal dari kalangan mahasiswa. Namun, hasil pra-survei terhadap mahasiswa angkatan 2021 menunjukkan bahwa meskipun 50% sudah memanfaatkan platform digital untuk usaha, separuh lainnya masih menjadikan teknologi sebatas sarana hiburan dan komunikasi.

Literasi digital, penggunaan E-commerce, dan efikasi diri menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi minat mahasiswa untuk terjun ke dunia kewirausahaan digital. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan mengakses informasi, tetapi juga pemahaman terhadap teknologi, keamanan siber, dan analisis data (Gilster, 1997). Sementara itu, efikasi diri, atau keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya, berperan penting dalam membentuk sikap dan kesiapan menghadapi tantangan bisnis digital (Bandura, 1973).

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Angkatan 2021 di perguruan tinggi di Kabupaten Jember, yang merupakan generasi yang mengalami perkuliahan daring sejak awal pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara simultan pengaruh literasi digital, penggunaan E-commerce, dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha digital. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi landasan bagi perguruan tinggi dan pemangku kebijakan dalam merancang program yang mendukung pengembangan keterampilan kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa.

Hipotesis utama dalam penelitian ini adalah :

1. Literasi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha digital.

Menurut studi Empathanussa dan Hardingrum (2023), terdapat korelasi antara pemahaman kewirausahaan dan ketertarikan untuk berwirausaha. Hal ini disebabkan kemampuan seseorang dalam menjalankan kegiatan bisnis secara kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan potensi diri, yang pada akhirnya memberikan manfaat ketika memasuki dunia usaha. Pemahaman kewirausahaan dinilai sebagai fondasi penting sebelum memulai bisnis, sebab individu yang telah menguasainya cenderung lebih mudah menjalankan usaha dibandingkan mereka yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan di bidang ini. Temuan serupa diperkuat oleh Benediktus Solisty Nasri (2024)

2. Penggunaan e-commerce berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha digital.

Menurut Sengkey, G. T. dkk. (dalam Trifena et al., 2022), E-commerce merupakan bagian dari e-business yang berfokus pada transaksi jual beli produk atau jasa melalui pertukaran data digital. Aktivitas ini memungkinkan konsumen dan perusahaan melakukan transaksi bisnis secara online dengan menggunakan perangkat elektronik seperti komputer atau smartpone. Secara lebih luas, E-commerce juga mencakup proses produksi, distribusi, pemasaran, hingga pengiriman barang/jasa, sekaligus menghubungkan penjual dan pembeli dari berbagai belahan dunia tanpa batas geografis. Penelitian Fernando & Handoyo (2022) menguatkan bahwa E-commerce memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha digital.

3. Efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha digital.

Menurut Cempaka Widyawati & Mujiati (2021), efikasi diri memiliki kaitan dengan minat berwirausaha digital. Dalam kewirausahaan digital, efikasi diri merujuk pada keyakinan seseorang akan kemampuannya untuk sukses sebagai wirausahawan, termasuk dalam hal mengenali peluang bisnis, menangani risiko, dan mengelola usaha secara efisien. Efikasi diri juga mencerminkan kepercayaan individu dalam mengorganisir tugas, meraih tujuan, serta menghadapi tantangan, yang turut memengaruhi produktivitas kerja, tingkat stres, dan kesehatan mental pekerja. Temuan Surismawaty et al. (2024)

Kesimpulan utama penelitian diharapkan dapat mengonfirmasi atau menolak hipotesis tersebut, sekaligus memberikan wawasan baru tentang interaksi antara ketiga variabel dalam konteks lokal. Temuan ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang kewirausahaan digital.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan berbagai pendekatan kuantitatif dengan metode berbagai survei untuk menguji pengaruh literasi digital (X1), penggunaan e-commerce (X2), dan efikasi diri (X3) terhadap minat berwirausaha digital (Y) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kabupaten Jember angkatan 2021. Populasi penelitian ini mempunyai jumlah 7.432 mahasiswa dari enam perguruan tinggi, dengan sampel sebanyak 380 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin (tingkat kesalahan 5%). Teknik

pengambilan sampel dapat dilakukan secara proportionate stratified random sampling untuk memastikan representasi yang proporsional dari berbagai institusi.

Data dikumpulkan melalui kuesioner online berbasis Google Forms, yang terdiri dari empat bagian: (1) literasi digital (4 indikator: navigasi hiperteks, evaluasi konten, pencarian internet, penyusunan pengetahuan), (2) penggunaan e-commerce (4 indikator : efisiensi biaya, reputasi, pemasaran, kemudahan berbisnis), (3) efikasi diri (3 indikator : keyakinan kemampuan, aspirasi tinggi, kegigihan), dan (4) minat berwirausaha digital (4 indikator : perasaan senang, ketertarikan, perhatian, keterlibatan). Skala pengukuran menggunakan Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju). Sebelum disebar, kuesioner diuji validitas dan reliabilitas terhadap 30 responden di luar sampel, dengan hasil Cronbach's alpha > 0.7 untuk semua variabel, memastikan konsistensi internal. Analisis data dilakukan dengan software SPSS 26.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Data

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

| Variabel | Indikator | R hitung | R Tabel | Keterangan |
|--------------------|-----------|----------|---------|------------|
| Digital Literacy | X1.1 | 0,606 | 0,1006 | Valid |
| | X1.2 | 0,566 | 0,1006 | Valid |
| | X1.3 | 0,576 | 0,1006 | Valid |
| | X1.4 | 0,619 | 0,1006 | Valid |
| E-Commerce | X2.1 | 0,671 | 0,1006 | Valid |
| | X2.2 | 0,566 | 0,1006 | Valid |
| | X2.3 | 0,617 | 0,1006 | Valid |
| | X2.4 | 0,643 | 0,1006 | Valid |
| Efikasi Diri | X3.1 | 0,755 | 0,1006 | Valid |
| | X3.2 | 0,538 | 0,1006 | Valid |
| | X3.3 | 0,734 | 0,1006 | Valid |
| Minat Berwirausaha | Y1.1 | 0,693 | 0,1006 | Valid |
| | Y1.2 | 0,592 | 0,1006 | Valid |
| | Y1.3 | 0,606 | 0,1006 | Valid |
| | Y1.4 | 0,550 | 0,1006 | Valid |

Sumber: data diolah, Juni 2025

Berdasarkan hasil uji validitas yang tertera pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada variabel Digital Literacy (X1.1–X1.4), E-Commerce (X2.1–X2.4), Edukasi Duit (X3.1–X3.3), dan variabel dependen (Y1.1) dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai R hitung setiap indikator yang lebih besar dibandingkan dengan nilai R tabel sebesar 0,1006. Sebagai contoh, indikator X1.1 memiliki R hitung 0,606, X2.1 sebesar 0,671, dan X3.1 mencapai 0,755. Nilai-nilai tersebut dapat membuktikan bahwa semua item pertanyaan atau pernyataan dalam instrumen penelitian dapat mengukur apa yang seharusnya diukur, sehingga layak dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Hasil ini memperkuat reliabilitas instrumen penelitian dalam mengumpulkan data yang akurat dan relevan.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach Alpha | Cut Of Value | Keterangan |
|--------------------|----------------|--------------|------------|
| Digital Literacy | 0,713 | 0,7 | Reliable |
| E-Commerce | 0,737 | 0,7 | Reliable |
| Efikasi Diri | 0,765 | 0,7 | Reliable |
| Minat Berwirausaha | 0,730 | 0,7 | Reliable |

Sumber: data diolah, Juni 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian memenuhi kriteria reliabel. Nilai Cronbach Alpha untuk Digital Literacy sebesar 0,713, E-Commerce 0,737, Efikasi Diri 0,765, dan Minat Berwirausaha 0,730, semuanya berada di atas nilai Cut Of Value sebesar 0,7. Hal ini dapat menunjukkan bahwa instrumen penelitian ini memiliki konsistensi internal yang tinggi, artinya setiap butir pertanyaan atau pernyataan dalam variabel-variabel tersebut saling berdekatan dan mampu mengukur konstruk yang sama secara konsisten. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat mengandalkan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini. Hasil ini diperkuat validitas temuan penelitian dan mendukung kesimpulan yang akan dihasilkan.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | | Unstandardized Residual |
|------------------------------------|-------------------------|-------------|-------------------------|
| N | | | 380 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | | .0000000 |
| | Std. Deviation | | .13165000 |
| Most Extreme Differences | Absolute | | .063 |
| | Positive | | .063 |
| | Negative | | -.058 |
| Test Statistic | | | .063 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | | .001 ^c |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig. | | | .094 ^d |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .086 |
| | | Upper Bound | .101 |

Sumber: data diolah, Juni 2025

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, terdapat nilai statistik uji sebesar 0,063 dengan signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) 0,001, yang menunjukkan bahwa data residual tidak dapat terdistribusi normal secara signifikan pada tingkat kepercayaan 95% ($p < 0,05$). Namun, hasil yang didapat Monte Carlo Simulation dengan 99% Confidence Interval menghasilkan p-value 0,094, yang lebih besar dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas Ketika mendapatkan

menggunakan pendekatan simulasi ini. Perbedaan terjadi karena uji Kolmogorov-Smirnov sangat sensitif terhadap ukuran sampel besar, sedangkan metode Monte Carlo dapat memberikan dampak estimasi yang lebih stabil dengan simulasi acak. Dengan demikian, meskipun uji klasik menunjukkan ketidak normalan, hasil simulasi Monte Carlo mendukung hasil residual dapat dianggap terdistribusi normal untuk keperluan analisis parametrik lebih lanjut

Uji Multikolonieritas

Tabel 4. Uji Multikolonieritas

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 2.523 | .444 | | | 5.688 | .000 | | |
| TotalX1 | .315 | .049 | .317 | | 6.414 | .000 | .545 | 1.835 |
| TotalX2 | .284 | .045 | .308 | | 6.304 | .000 | .559 | 1.790 |
| TotalX3 | .223 | .057 | .195 | | 3.917 | .000 | .538 | 1.859 |

Sumber: data diolah Juni 2025

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas pada Tabel 4, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi. Hal ini dapat ditunjukkan oleh nilai *Tolerance* yang seluruhnya berada di atas batas kritis 0,10 (TotalX1 = 0,545; TotalX2 = 0,559; TotalX3 = 0,538) serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang berada di bawah 10 (TotalX1 = 1,835; TotalX2 = 1,790; TotalX3 = 1,859). Nilai VIF yang jauh di bawah 10 indikasi tidak adanya korelasi tinggi antar variabel independen, sehingga dapat memenuhi model asumsi bebas multikolonieritas. Dengan demikian, ketiga variabel (TotalX1, TotalX2, dan TotalX3) dapat digunakan secara bersamaan dalam menganalisis regresi mengganggu keakuratan estimasi tanpa koefisien. Hasil ini memperkuat validitas model penelitian untuk pengujian hipotesis lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardize | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|--------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | d | | |
| | | | | Coefficients | | |
| | | Beta | | | | |
| 1 | (Constant) | 1.006 | .301 | | 3.341 | .001 |
| | TotalX1 | .034 | .033 | .072 | 1.033 | .302 |
| | TotalX2 | .003 | .031 | .007 | .108 | .914 |
| | TotalX3 | -.050 | .039 | -.091 | -1.297 | .195 |

Sumber: data diolah, Juni 2025

Hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 5 menunjukkan model regresi yang diuji bahwa tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (Sig.) untuk setiap variabel independen (TotalX1, TotalX2, dan TotalX3) yang lebih besar dari 0,05, yaitu masing-masing sebesar 0,302, 0,914, dan 0,195. Karena nilai ini dapat menghasilkan signifikansi tersebut di atas tingkat alpha 0,05, dapat disimpulkan

bahwa tidak ada bukti statistik yang menunjukkan ketidaksamaan *variance residual* antar pengamatan. Dengan ini, model regresi dapat memenuhi asumsi homoskedastisitas (*variance residual yang konstan*) yang layak digunakan untuk analisis lebih lanjut (Ghozali 2016). Hasil ini dapat memperkuat kesimpulan bahwa model regresi yang dibangun telah memenuhi asumsi klasik dan dapat diandalkan untuk pengujian hipotesis.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.523 | .444 | | 5.688 | .000 |
| | TotalX1 | .315 | .049 | .317 | 6.414 | .000 |
| | TotalX2 | .284 | .045 | .308 | 6.304 | .000 |
| | TotalX3 | .223 | .057 | .195 | 3.917 | .000 |

Sumber: data diolah, Juni 2025

Berikut ini adalah narasi singkat hasil uji regresi linier berganda yang dapat dilampirkan dalam skripsi Anda:

a. Konstanta (Constant) Minat Berwirausaha Y

Nilai konstanta sebesar 2.523 dengan signifikansi 0.000 menunjukkan bahwa ketika semua variabel independen (Digital Literacy, E-Commerce, dan Efikasi Diri) bernilai nol, nilai variabel dependen (Minat Berwirausaha) tetap signifikan secara statistik.

b. Variabel Digital Literacy X1

Koefisien regresi untuk variabel Digital Literacy sebesar 0.315 dengan nilai signifikansi 0.000 mengindikasikan bahwa variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Setiap di kenaikan satu unit variabel Digital Literacy X1 akan dapat meningkatkan variabel dependen sebesar 0.315 unit, dengan asumsi variabel lain tetap.

c. Variabel E-Commerce X2

E-Commerce X2 memiliki berbagai koefisien regresi 0.284 dan signifikansi 0.000, yang berarti variabel ini juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Kenaikan satu unit E-Commerce X2 dapat meningkatkan variabel dependen sebesar 0.284 unit, dengan variabel lain dianggap konstan.

d. Variabel Efikasi Diri X3

Dengan koefisien 0.223 dan signifikansi 0.000, Efikasi Diri X3 memberikan berbagai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Setiap penambahan satu unit Efikasi Diri X3 akan menaikkan variabel dependen sebesar 0.223 unit, asalkan tidak ada perubahan pada variabel independen lainnya

Uji Hipotesis (Uji T)

Tabel 7. Uji Hipotesis (Uji T)

| Variabel | T Hitung | T Tabel | Nilai Signifikansi | Sig <5% |
|------------------|----------|---------|--------------------|---------|
| Digital Literacy | 6.414 | 1,966 | 0,000 | 0,05 |
| E-Commerce | 6.304 | 1,966 | 0,000 | 0,05 |
| Efikasi Diri | 3.917 | 1,966 | 0,000 | 0,05 |

Sumber: data diolah, Juni 2025

Berdasarkan hasil uji T pada tabel diatas berikut adalah hasil pembahasan:

- Hasil uji hipotesis untuk variabel Digital Literacy dapat menunjukkan berbagai nilai T Hitung sebesar 6,414 yang jauh lebih besar dibandingkan T Tabel 1,966 dengan tingkat signifikansi 0,000. Kondisi saat ini secara jelas membuktikan bahwa Digital Literacy memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, sehingga mempunyai hipotesis alternatif (Ha) yang menyatakan adanya pengaruh positif dan diterima, sementara hipotesis nol (H0) yang menyatakan tidak ada pengaruh ditolak.
- Pada variabel E-Commerce, hasil pengujian dapat menunjukkan nilai T Hitung mencapai 6,304 yang juga secara signifikan juga melampaui nilai T Tabel 1,966 dengan berbagai tingkat signifikansi 0,000. Temuan ini memberikan bukti kuat bahwa E-Commerce dan memberikan pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen, sehingga hipotesis alternatif (Ha) yang diajukan dapat diterima sepenuhnya.
- Untuk variabel Efikasi Diri, hasil uji statistik menunjukkan nilai T Hitung 3,917 yang tetap lebih tinggi dari T Tabel 1,966 dengan signifikansi 0,000. Hasil ini juga mengkonfirmasi bahwa Efikasi Diri dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, sehingga hipotesis alternatif (Ha) terbukti kebenarannya dan hipotesis nol (H0) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh harus ditolak.

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi (R2)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | R Square Change | Change Statistics | | | Sig. F Change |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-----------------|-------------------|-----|-----|---------------|
| | | | | | | F Change | df1 | df2 | |
| 1 | .669 ^a | .447 | .443 | 1.460 | .447 | 101.453 | 3 | 376 | .000 |

Sumber: data diolah Juni 2025

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (R²) pada Tabel 6, memperoleh nilai R Square sebesar 0.669 yang ditunjukkan bahwa 66.9% variasi dalam variabel dependen dan dapat dijelaskan variabel independen model regresi yang digunakan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0.443 mengindikasikan bahwa adanya jumlah yang sesuai setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen, kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 44.3%. Hasil ini bisa ditunjukkan bahwa model regresi yang dibangun memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variasi variabel dependen, meskipun masih terdapat 33.1% faktor lain di luar model yang turut memengaruhi variabel dependen. Nilai Std. Error of the Estimate sebesar 1.460 model ini menunjukkan tingkat kesalahan prediksi model yang relatif rendah. Secara keseluruhan,

model ini dinilai layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut karena telah memenuhi kriteria koefisien determinasi yang memadai (Imam Ghozali 2016).

Pembahasan

Pengaruh Digital Literacy terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian digital literacy menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha digital. Hal ini bisa di buktikan dengan nilai T hitung sebesar 6,414 yang besar dari table (1,966) dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan sejalan dengan adanya teori Gilster (1997) dalam (Proboyekti 2003) menyatakan bahwa literasi digital kemampuan kritis yang merupakan mengakses, menggunakan informasi digital, memahami yang menjadi pondasi penting untuk diri seseorang yang memulai dan mengembangkan usaha di era digital. Hasil uji regresi menunjukkan adanya koefisien positif sebesar 0,315, yang menyatakan semakin tinggi literasi digital mahasiswa, maka minat wirausahanya akan semakin tinggi juga.

Lebih lanjut, data deskriptif dapat memperlihatkan meskipun mayoritas responden (47,1%) dapat membedakan hyperlink dengan teks biasa. Meskipun terdapat 39,2% yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut, tetapi menunjukkan adanya variasi dan Tingkat pemahaman teknis di kalangan mahasiswa. Di sisi lain, 50,3% responden mendapatkan cukup mampu mengumpulkan informasi digital, namun hanya 20,8% yang percaya diri dalam hal ini. Hal ini mengidentifikasikan keberadaan literasi digital mahasiswa saat ini berada di Tingkat menengah, di mana mereka lebih memiliki dasar-dasar kemampuan digital tetapi masih memerlukan peningkatan dalam aspek-aspek yang dapat lebih kompleks seperti verifikasi informasi (hanya 44,2% cukup setuju dan mampu memastikan adanya keabsahan konten online. Kondisi ini sama dengan pendapat Bluckingham (2006) dalam (Fatmawati 2022)) menegaskan bahwa literasi digital tidak hanya mencakup keterampilan teknis, tapi juga kemampuan kritis dalam mengevaluasi dan menggunakan informasi secara bertanggung jawab.

Ketertarikan dari temuan ini adalah perlunya integrasi pelatihan literasi digital jauh lebih komprehensif kurikulum dalam kewirausahaan, khususnya pada aspek analisis konten, keamanan digital, dan pemanfaatan alat-alat digital untuk bisnis. Dengan demikian, minat berwirausaha digital mahasiswa hanya tumbuh tidak kuantitas, tetapi didukung oleh kualitas kompetensi yang mumpuni. Hasil ini mendukung sejalan dengan adanya penelitian terdahulu dilakukan oleh (Putri and Jayatri 2021) hasil penelitian juga menunjukkan adanya literasi digital secara parsial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa kelas STKIP PGRI Lumajang, Jordan & Dyna (2017) mengungkapkan adanya kemampuan untuk menggunakan teknologi dan informasi dari piranti digital secara efektif dan efisiensi dalam berbagai konteks seperti akademik, karir dan kehidupan sehari-hari, selain ini ada beberapa bentuk literasi yaitu, computer, visual, media, komunikasi dan informasi. Dengan enam keterampilan literasi dasar tersebut.

Pengaruh Penggunaan E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha

Variabel penggunaan e-commerce sudah terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha digital dengan nilai T hitung sebesar 6,304 menunjukkan bahwa adanya intensif mahasiswa yang semakin memanfaatkan platform e-commerce, semakin tinggi minat mereka terjun ke dunia wirausaha digital. Temuan ini sejalan dengan adanya *technology acceptance Model (TAM)* yang dapat dikembangkan oleh Davis (1989) dalam penelitian (Fatmawati 2015), menyatakan adanya kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan dapat manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dari berbagai suatu kemudahan teknologi menjadi faktor kunci dalam mengadopsi perilaku baru, termasuk dalam kewirausahaan digital. Dalam konteks ini mahasiswa yang terbiasa berinteraksi dalam market place seperti Tokopedia, shoop, atau media social bisnis Instagram. Tiktok shop lebih cenderung percaya diri dalam memulai usaha dikarenakan telah memahami mekanisme transaksi, pemasaran digital, dan manajemen pelanggan secara langsung.

Data deskriptif dapat memperlihatkan bahwa 40,8% responden yang menyatakan "cukup setuju" dalam aktif mempromosikan produk melalui media social atau platform digital, sementara 17,9% menyatakan bahwa "Setuju" tetapi di sisi lain 44,7% responden mengakui cukup sulit dalam memahami system bisnis online, dan 22,1% merasa sangat kesulitan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan menjadi pendorong minat berwirausaha melalui e-commerce, masih ada tantangan teknis seperti pemahaman tentang algoritma platform, strategi, atau logistic penetapan harga yang perlu dibenahi melalui pelatihan lebih mendalam.

Implikasi praktis ini adalah adanya perlu perguruan tinggi atau pihak terkait yang menyediakan workshop khususnya e-commerce tidak hanya mencakup teori, tetapi juga praktik langsung dalam mengembangkan pembuatan toko online, analisis competitor, dan manajemen risiko digital. Selain itu kolaborasi antara pelaku usaha digital lokal dengan contoh nyata (*role mode*) bagi setiap mahasiswa. Hasil penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya (Asy'Ari and Shulthoni 2023), dengan dibuktikan terdapat adanya variabel e-commerce berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha selama pandemi covid-19 berlangsung pada mahasiswa S1 Akuntansi sekaligus menegaskan bahwa *E-Commerce* bukan hanya alat transaksi, tetapi juga pemicu mindset kewirausahaan di kalangan generasi muda.

Pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan adanya efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha digital, menghasilkan nilai T hitung sebesar 3,917 melebihi T table (1,966) dengan Tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Penemuan ini memperkuat adanya teori (Albert. Bandura 1997) menyatakan bahwa efikasi diri atau keyakinan individu terhadap kemampuan untuk mencapai tujuan dengan faktor yang kritis dalam menentukan keberhasilan seseorang untuk mengambil wirausaha Koefisien regresi positif sebesar 0,223 mengidentifikasi adanya peningkatan efikasi diri akan mendorong minat berwirausaha digital, meskipun berpengaruh sedikit lebih rendah dibandingkan variabel digital literacy dan e-commerce. Hal ini dapat dijelaskan melalui data deskriptif menunjukkan bahwa

meskipun 41,8% responden mengaku cukup sering dan merasa ragu (cukup setuju), yang mayoritas (53,7%) yang memiliki aspirasi tinggi dalam berorganisasi dan 41,3% cukup yakin untuk kegigihan mereka dalam mengelolah usaha.

Temuan ini menggaris bawahi pentingnya aspek psikologis dalam kewirausahaan digital, yang Dimana kepercayaan diri mendorong utama dalam menghadapi ketidakpastian bisnis online. Seperti reponden yang percaya diri dalam mengelolah usaha (20,3% setuju) kecenderungan lebih tertarik untuk terjun ke wirausaha digital dibandingkan dengan yang masih ragu. Namun, masih terdapat 37,9% responden yang tidak yakin dengan kemampuan mereka (tidak setuju+ sangat tidak setuju), program pelatihan menunjukkan adanya ruang pengembangan yang tidak hanya focus pada keterampilan teknis tetapi juga dengan Pembangunan mental wirausaha, hasil ini sejalan dengan penelitian Kruger & Carsud (1993) menekankan bahwa efikasi diri berperan untuk mediator antara pengetahuan kewirausahaan dan Tindakan nyata. Untuk itu, insititusi Pendidikan dapat memanfaatkan penemuan ini dengan merancang kurikulum yang menggabungkan pelatihan keterampilan digital dengan penemuan mindset kewirausahaan, seperti melalui simulais bisnis atau mentorship. Hasil penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya (Purwaningsih, dkk 2023) dengan hasil simpulan yang didapatkan bahwa hipotesis diterima dan memperlihatkan bahwa efikasi diri mempunyai pengaruh yang secara simultan terhadap minat berwirausaha. Pada hasil penelitian yang digunakan untuk menegaskan variable efikasi diri sangat berperan dalam mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Dengan kata lain. Semakin besar minat berwirausaha yang mereka miliki. Ini menunjukkan pentingnya memperkuat dan membangun efikasi diri mahasiswa sebagai salah satu cara untuk mendorong minat mereka dalam berwirausaha.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis, penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi digital, penggunaan e-commerce, dan efikasi diri secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa di Kabupaten Jember. Implikasi penting yang dapat disimpulkan bahwa pengembangan kurikulum dan pendidikan kewirausahaan digital, peran efikasi diri terhadap bahan korsel intervensi, dan peluang penguatan melalui berbagai praktik lapang yang merefleksikan bahwa mahasiswa yang aktif menggunakan e-commerce terlihat dengan potensi kewirausahaan digital yang memicu terjadinya minat. Rekomendasi praktis mengadakan workshop dan pelatihan digital entrepreneurship, kolaborasi dengan pemerintahan dan pangku dan dukung kepentingan lokal, pemanfaatan terhadap inkubator dan program mahasiswa. Saran untuk penelitian selanjutnya dengan menelaah dampak dari digital literacy terhadap prokrastinasi dan self-efficacy akademik, memeperluas penelitian di berbagai fakultas atau di daerah lain, penelitian jangka panjang untuk melihat adanya perubahan didalam minat dan perilaku wirausaha digital pada mahasiswa.

Referensi

- Adicondro, N., & Purnamasari, A. (2011). Efikasi Diri, Dukungan Sosial Keluarga Dan Self Regulated Learning Pada Siswa Kelas VIII. *HUMANITAS: Indonesian Psychological Journal*, 8(1), 17. <https://doi.org/10.26555/humanitas.v8i1.448>
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di PT. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory Of Planned Behavior*.
- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Amalina, N., & Rasyida, Z. (2023). Minat Entrepreneur pada Mahasiswa Muslim: Inspirasi dari AL-QUR'AN dan Hadits tentang Motivasi Berdagang. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 1(2), 44–52. <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/JAHE>
- APJII. (2020). *Survei Penetrasi Internet Di Indonesia*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Asy'Ari, Auligya, & Moch. Shulthoni. (2023). Pengaruh E-Commerce, Sistem Informasi Akuntansi, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Selama Pandemi COVID-19 (Studi Empiris Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 13(2), 229–239. <https://doi.org/10.23887/jiah.v13i2.59793>
- Azmi, A. H., Rachma, N., & Budi, A. (2019). Pengaruh Kebebasan Dalam Bekerja, Lingkungan Keluarga dan Keberanian Mengambil Risiko terhadap Minat Berwirausaha. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 110(9), 1689–1699. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/8394>
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. W.H. Freeman.
- Bandura, Albert. (1997). *Self-Efficacy - The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman and Company.
- Benediktus Solisty Nasri. (2024). Pengaruh Literasi Digital dan Penggunaan E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha Digital pada Generasi Z. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 305–316. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i3.2419>
- Cempaka Widyawati, N. P., & Mujati, N. W. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Kewirausahaan Dengan Efikasi Diri Kewirausahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(11), 1116. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i11.p04>

- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 510–518.
- Darwis, M., Kumar, R., Niswaty, R., & Nasrullah, M. (2021). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 3(1), 31. <https://doi.org/10.32493/fb.v3i1.2021.31-41.8694>
- Deany Fitri, T., & Handari Adji, W. (2024). Pengaruh Shopeepaylater terhadap Daya Beli dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Politeknik Piksi Ganesha Bandung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 3601–3614. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1137>
- Ekonomi, P. L., Digital, L., Efikasi, D., Minat, T., & Mahasiswa, B. (2024). Pengaruh Literasi Ekonomi, Literasi Digital dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa, 6, 171–185.
- Fatmawati, Endang. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 9(1), 1–13. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>
- Fatmawati. (2022). Model Literasi Media Pendekatan Local Wisdom Masyarakat Melayu. ResearchGate. https://www.researchgate.net/profile/Adrian-Wijanarko/publication/352471771_Branding_Konsep_dan_Studi_Merek_Lokal/links/60caa9ae299bf1cd71d53502/Branding-Konsep-dan-Studi-Merek-Lokal.pdf
- Fernando, F., & Handoyo, S. E. (2022). Pengaruh Literasi Digital dan E-Commerce terhadap Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(1), 99–110.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. Wiley.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2008). *Sistem Informasi Manajemen*. Salemba Empat.
- Laudon, Kenneth C., & Laudon, J. P. (2008). *Sistem Informasi Manajemen 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mawaddah, H. (2021). Analisis Efikasi Diri pada Mahasiswa Psikologi Unimal. *Jurnal Psikologi Terapan (JPT)*, 2(2), 19. <https://doi.org/10.29103/jpt.v2i2.3633>
- Mulyati, S. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Digital Literacy Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Efikasi Diri Sebagai Mediator. *Jurnal*

-
- Pendidikan Ekonomi (JUPE), 11(2), 222–230.
<https://doi.org/10.26740/jupe.v11n2.p222-230>
- Nanda, A. D., & Sudiana, K. (2022). Pengaruh Digital Literacy dan Locus of Control terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(1), 49.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i1.366>
- Nurhayati, S., Masri, A., & Falah, N. (2020). Implementasi Workshop Literasi Digital dalam Membangun Keberdayaan Ekonomi Masyarakat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(3), 348–359. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/2457>
- Pratiwi, N., & Pritanova, N. (2017). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Psikologis Anak dan Remaja. *Semantik*, 6(1), 11. <https://doi.org/10.22460/semantik.v6i1p11-24.250>
- Proboyekti, Umi. (2003). Digital-Literacy-Kemampuan-Penting-Bagi. *Buletin Informatika*, 4(1), 32–37.
- Purwaningsih, Dewi, Karlina, E., & Tukiran, M. (2023). Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Research and Development Journal of Education*, 9(2), 1194. <https://doi.org/10.30998/rdje.v9i2.20789>
- Putri, D. Y., & Jayatri, F. (2021). Pengaruh Penguasaan Literasi Digital serta Mata Kuliah Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STKIP PGRI Lumajang. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 9(2), 1–7.
<https://doi.org/10.24127/pro.v9i2.4507>