

## **Pengaruh Literasi Wirausaha, Literasi Digital dan Lingkungan Keluarga dalam Dunia Bisnis Digital terhadap Minat Wirausaha di Kalangan Mahasiswa Feb Ums**

**Andrian Maulana Ferdianto\*, Atwal Arifin**

Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

Email: b200210264@student.ums.ac.id\*, atwal\_arifin@ums.ac.id

### **Abstrak**

Dalam era digital saat ini, pengembangan minat wirausaha sangat penting untuk meningkatkan kompetensi dan kemandirian mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi wirausaha, literasi digital, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta (FEB UMS). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden mahasiswa FEB UMS yang dipilih menggunakan metode slovin. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi literasi wirausaha ( $X_1$ ), literasi digital ( $X_2$ ), dan lingkungan keluarga ( $X_3$ ), sedangkan variabel dependen adalah minat wirausaha ( $Y$ ). Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, serta uji F, uji t, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, literasi wirausaha ( $X_1$ ), literasi digital ( $X_2$ ), dan lingkungan keluarga ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat wirausaha mahasiswa. Variabel lingkungan keluarga ( $X_3$ ) yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Literasi wirausaha ( $X_1$ ) dan literasi digital ( $X_2$ ) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara individu. Temuan ini mengindikasikan bahwa dukungan, dorongan, dan pola asuh dari keluarga memainkan peran utama dalam membentuk minat wirausaha mahasiswa, sedangkan tingkat literasi wirausaha dan penguasaan teknologi digital tidak memberikan kontribusi signifikan secara langsung. Kesimpulannya, lingkungan keluarga ( $X_3$ ) merupakan faktor dominan yang memengaruhi minat wirausaha mahasiswa FEB UMS. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi keluarga, lembaga pendidikan, dan pihak terkait untuk mendorong pengembangan potensi wirausaha mahasiswa dengan memberikan dukungan yang lebih terfokus pada lingkungan keluarga.

**Kata kunci:** literasi wirausaha, literasi digital, lingkungan keluarga, minat wirausaha, mahasiswa

### Abstract

*This study aims to analyze the effect of entrepreneurial literacy, digital literacy, and family environment on entrepreneurial interest among students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Surakarta (FEB UMS). In today's digital era, developing entrepreneurial interest is very important to increase the competence and independence of students as the next generation of the nation. This research uses a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents of FEB UMS students selected using the slovin method. The independent variables in this study include entrepreneurial literacy ( $X_1$ ), digital literacy ( $X_2$ ), and family environment ( $X_3$ ), while the dependent variable is entrepreneurial interest ( $Y$ ). Data analysis was carried out using validity test, reliability test, classical assumption test, multiple regression analysis, as well as  $F$  test,  $t$  test, and coefficient of determination ( $R^2$ ). The results showed that simultaneously, entrepreneurial literacy ( $X_1$ ), digital literacy ( $X_2$ ), and family environment ( $X_3$ ) had a significant effect on student entrepreneurial interest. However, partially, only the family environment variable ( $X_3$ ) has a significant influence on student entrepreneurial interest. Meanwhile, entrepreneurial literacy ( $X_1$ ) and digital literacy ( $X_2$ ) did not show a significant effect individually. This finding indicates that support, encouragement, and parenting from the family play a major role in shaping students' entrepreneurial interest, while the level of entrepreneurial literacy and mastery of digital technology do not make a significant contribution directly. In conclusion, the family environment ( $X_3$ ) is the dominant factor influencing the entrepreneurial interest of FEB UMS students. The results of this study are expected to be a reference for families, educational institutions, and related parties to encourage the development of student entrepreneurial potential by providing support that is more focused on the family environment.*

**Keywords:** *entrepreneurial literacy, digital literacy, family environment, entrepreneurial interest, university students.*

### Pendahuluan

Perkembangan dunia digital telah memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis (Maulidina, 2024). Digitalisasi telah menciptakan peluang baru yang tidak terbayangkan sebelumnya, memungkinkan siapa pun yang memiliki akses ke internet untuk memulai dan mengembangkan usaha dengan modal yang relatif lebih kecil dibandingkan dengan bisnis konvensional (Meilinda et al., 2020). Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara berbisnis, dari metode pemasaran hingga pengelolaan operasional (Suryaputra & Mukhsin, 2023). Hal ini membuka peluang bagi generasi muda, khususnya pelajar, untuk terjun ke dunia wirausaha digital (Nurdiyah, 2023).

Transformasi digital tidak hanya mempengaruhi cara perusahaan besar beroperasi tetapi juga memberikan kesempatan bagi individu untuk memulai usaha dari rumah (Lolanda Hamim Annisa, 2023). Dengan adanya teknologi digital, proses

bisnis menjadi lebih efisien dan efektif, memungkinkan pengusaha pemula untuk bersaing dengan perusahaan yang lebih besar (Firdaus, 2022). Banyak platform digital yang memberikan kemudahan dalam mengakses pasar global, sehingga produk lokal dapat dikenal lebih luas (Asikin & Fadilah, 2024). Penggunaan teknologi dalam bisnis memungkinkan pengusaha untuk mengumpulkan dan menganalisis data dengan cepat, sehingga dapat mengambil keputusan yang lebih tepat. Dengan demikian, era digital memberikan potensi besar bagi siswa untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan mereka (Flew et al., 2019).

Era digital telah membawa dampak besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor bisnis. Kemajuan informasi teknologi dan komunikasi yang cepat telah membuka peluang baru bagi para pengusaha untuk mengembangkan bisnis mereka secara lebih luas dan efisien. Saat ini, bisnis digital telah menjadi tren yang tidak dapat diabaikan, terutama di kalangan generasi muda seperti mahasiswa pemula. Transformasi ini terlihat dengan munculnya berbagai model bisnis inovatif yang memanfaatkan teknologi digital, seperti e-commerce, platform ekonomi berbagi, fintech, dan lainnya.

Dibalik pertumbuhan yang cepat ini, keberhasilan dalam menjalankan bisnis digital tidak hanya bergantung pada kecanggihan teknologi, tetapi juga pada berbagai faktor internal dan eksternal yang kompleks. Salah satu aspek yang menarik untuk diteliti adalah karakteristik wirausahawan pribadi digital. Sifat-sifat seperti ketekunan, kreativitas, kemampuan beradaptasi, dan ketahanan sering kali dikaitkan dengan kesuksesan dalam menjalankan bisnis. Dalam konteks bisnis digital, karakteristik ini mungkin memiliki perbedaan tertentu mengingat sifatnya yang lebih dinamis dan tanpa batas. Misalnya, kemampuan berpikir cepat dan responsif terhadap perubahan menjadi sangat penting.

Wirausahawan digital harus mampu merespons dengan cepat terhadap umpan balik pelanggan, perubahan tren pasar, dan perkembangan teknologi terbaru (Basuki & Suwarno, 2021). Selain itu, kemampuan multitasking dan manajemen waktu yang efektif juga menjadi ciri khas yang diperlukan, mengingat banyaknya aspek yang harus dikelola secara bersamaan dalam bisnis digital kewirausahaan di era digital yang semakin maju, karena banyak bisnis dan pekerjaan saat ini menggunakan teknologi digital sebagai bagian dari operasinya (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Minat wirausaha di kalangan mahasiswa menjadi topik yang penting untuk diteliti karena mahasiswa merupakan agen perubahan yang memiliki potensi besar untuk menggerakkan perekonomian (Saebah & Asikin, 2022). Mereka memiliki akses ke pendidikan tinggi, teknologi, dan jaringan yang luas, sehingga mampu berinovasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar. Meningkatnya minat wirausaha di kalangan mahasiswa diharapkan dapat menciptakan generasi

## Pengaruh Literasi Wirausaha, Literasi Digital, dan Lingkungan Keluarga dalam Dunia Bisnis Digital terhadap Minat Wirausaha di Kalangan Mahasiswa Feb Ums

muda yang mandiri secara finansial, kreatif, dan mampu memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan perekonomian negara.

Mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan wirausaha cenderung memiliki keterampilan manajemen waktu yang lebih baik dan kemampuan untuk mengatasi tekanan. Mereka juga belajar untuk menjadi pemimpin yang efektif, yang dapat memotivasi dan mengelola tim mereka sendiri. Partisipasi dalam wirausaha membantu mahasiswa mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan solusi masalah, yang sangat berharga dalam karir mereka. Selain itu, wirausaha memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan teoritis mereka dalam situasi praktis, memperkuat pemahaman mereka tentang konsep-konsep bisnis.

Pentingnya minat wirausaha mahasiswa tidak dapat dipandang sebelah mata. Mahasiswa yang memiliki minat dan keterampilan wirausaha cenderung lebih proaktif dalam mencari peluang, berani mengambil risiko, dan mampu mengatasi tantangan yang ada dalam dunia bisnis. Mereka tidak hanya menjadi pencari kerja, tetapi juga pencipta lapangan kerja yang dapat memberikan dampak sosial dan ekonomi yang luas. Oleh karena itu, meningkatkan minat wirausaha di kalangan mahasiswa merupakan langkah strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.

Mahasiswa yang berwirausaha juga berkontribusi dalam menciptakan inovasi produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan pasar. Dengan berwirausaha, siswa dapat meningkatkan keterampilan interpersonal mereka melalui interaksi dengan berbagai pemangku kepentingan. Wirausaha juga mengajarkan siswa pentingnya tanggung jawab dan ketekunan dalam mencapai tujuan mereka. Selain itu, pengalaman berwirausaha membantu siswa mengembangkan jaringan profesional yang dapat bermanfaat di masa depan. Oleh karena itu, minat wirausaha di kalangan mahasiswa harus didukung dan ditingkatkan melalui berbagai program dan inisiatif yang relevan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat wirausaha mahasiswa adalah literasi wirausaha. Literasi wirausaha mengacu pada pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memulai dan mengelola usaha. Literasi ini mencakup pemahaman tentang konsep-konsep dasar bisnis, kemampuan mengidentifikasi peluang, merencanakan usaha, mengelola keuangan, dan melakukan pemasaran.

Mahasiswa yang memiliki wirausaha literasi yang cenderung lebih percaya diri dan siap untuk memulai usaha sendiri. Literasi wirausaha membantu mahasiswa memahami dinamika pasar dan bagaimana mengembangkan strategi bisnis yang efektif. Dengan literasi yang baik, mahasiswa dapat mengidentifikasi risiko dan peluang dalam bisnis mereka, serta mengembangkan rencana bisnis yang solid. Literasi wirausaha juga mencakup pemahaman tentang peraturan dan

peraturan yang relevan, yang penting untuk memastikan bahwa usaha mereka mematuhi hukum. Selain itu, wirausaha literasi mengajarkan mahasiswa tentang pentingnya etika bisnis dan tanggung jawab sosial. Dengan wirausaha literasi yang kuat, mahasiswa dapat menjadi pengusaha yang lebih kompeten dan bertanggung jawab.

Selain literasi wirausaha, literasi digital juga memainkan peran penting dalam mendorong minat wirausaha di era digital. Literasi digital mencakup kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif dan efisien dalam konteks bisnis. Ini termasuk penggunaan media sosial untuk pemasaran, analisis data untuk pengambilan keputusan, serta pemahaman tentang keamanan dan privasi digital. Mahasiswa yang memiliki literasi digital yang tinggi akan lebih mudah beradaptasi dengan perubahan teknologi dan memanfaatkan peluang yang ada dalam dunia bisnis digital.

Literasi digital memungkinkan siswa untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif melalui berbagai platform online. Dengan literasi digital, mahasiswa dapat mengoptimalkan penggunaan alat digital untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional. Selain itu, literasi digital membantu mahasiswa memahami tren dan inovasi teknologi yang dapat diterapkan dalam bisnis mereka. Literasi digital juga penting untuk menjaga keamanan informasi bisnis dan melindungi privasi pelanggan. Dengan literasi digital yang baik, mahasiswa dapat membangun bisnis yang lebih modern dan kompetitif di pasar global.

Lingkungan keluarga juga memiliki peran yang signifikan dalam membentuk minat wirausaha mahasiswa. Dukungan keluarga, baik dalam bentuk motivasi, modal, maupun jaringan, dapat memberikan dorongan yang kuat bagi mahasiswa untuk memulai usaha. Keluarga yang memiliki latar belakang wirausaha cenderung menanamkan nilai-nilai kewirausahaan sejak dini, sehingga anak-anak mereka lebih terbuka terhadap peluang usaha dan memiliki pola pikir wirausaha yang kuat. Lingkungan keluarga yang mendukung juga membantu siswa mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk sukses dalam wirausaha. Keluarga yang mendukung juga dapat memberikan bimbingan dan nasihat yang berharga berdasarkan pengalaman mereka sendiri dalam berwirausaha. Selain itu, dukungan finansial dari keluarga dapat membantu siswa mengatasi hambatan awal dalam memulai usaha.

Penelitian terdahulu menyoroti pentingnya literasi wirausaha, literasi digital, dan lingkungan keluarga dalam mendukung minat wirausaha secara umum. Sebaliknya, penelitian ini fokus pada pengaruh faktor ketiga tersebut dalam konteks dunia bisnis digital terhadap minat wirausaha. Hasil penelitian diharapkan memberikan wawasan yang berbeda.

## Pengaruh Literasi Wirausaha, Literasi Digital, dan Lingkungan Keluarga dalam Dunia Bisnis Digital terhadap Minat Wirausaha di Kalangan Mahasiswa Feb Ums

Penelitian terdahulu memberikan wawasan tentang peran literasi wirausaha, literasi digital, dan lingkungan keluarga dalam mendukung minat wirausaha di kalangan mahasiswa Universitas Tunas Pembangunan Surakarta. Sedangkan, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan tentang pengaruh faktor ketiga tersebut dalam konteks dunia bisnis digital terhadap minat wirausaha mahasiswa FEB UMS, serta memberikan kontribusi dalam pengembangan program pendidikan kewirausahaan di era digital. Penelitian ini berfokus pada pengaruh tiga faktor utama: literasi wirausaha, literasi digital, dan lingkungan keluarga dalam konteks bisnis digital terhadap minat wirausaha di kalangan mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Fakultas Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi wirausaha, literasi digital, dan lingkungan keluarga terhadap minat wirausaha mahasiswa FEB UMS, serta memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan minat wirausaha di kalangan mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dengan menambah referensi akademik terkait kewirausahaan di era digital, manfaat praktis bagi mahasiswa, keluarga, dan lembaga pendidikan dalam mendorong potensi wirausaha, serta manfaat sosial dengan mendukung pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa untuk berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan menciptakan generasi muda yang inovatif, adaptif, dan mandiri.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh literasi wirausaha, literasi digital, dan lingkungan keluarga terhadap dunia bisnis digital di kalangan mahasiswa FEB UMS. Metode penelitian kuantitatif dipilih karena penelitian ini melibatkan pengukuran variabel-variabel yang berhubungan dengan fenomena yang diteliti, serta memerlukan analisis statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier, yang akan membantu dalam menentukan hubungan dan pengaruh antar variabel.

Penelitian dilakukan di wilayah kampus II FEB UMS. Pemilihan tempat ini didasarkan pada keaktifan mahasiswa dalam berbisnis digital dan pertumbuhan ekonomi digital yang signifikan di kawasan tersebut. Waktu pelaksanaan penelitian adalah disaat penyebaran kuisioner kepada responden berlangsung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta (FEB UMS) yang terdaftar pada tahun akademik 2021/2022. Mahasiswa FEB UMS dipilih sebagai populasi penelitian karena mereka merupakan kelompok yang diharapkan memiliki potensi besar dalam dunia bisnis digital.

Pemilihan sampel dilakukan dengan tujuan agar penelitian dapat dilakukan dengan lebih efisien dan mendalam, mengingat keterbatasan sumber daya yang ada. Pemilihan sampel menggunakan teknik convenience. Teknik ini sering digunakan ketika peneliti memiliki keterbatasan waktu, biaya, atau sumber daya. Sampel yang dipilih mungkin tidak sepenuhnya mewakili populasi yang lebih besar, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi dengan akurasi tinggi ke seluruh populasi.

Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini akan menggunakan metode slovin yaitu sebuah rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel yang diperlukan dari suatu populasi dengan mempertimbangkan tingkat presisi atau margin kesalahan yang diinginkan. Rumus ini sering digunakan dalam penelitian survei untuk menentukan berapa banyak responden yang harus diambil agar hasil survei dapat diandalkan dan representatif terhadap populasi.

#### Variabel Independen

Literasi Wirausaha (X1): Pemahaman Mahasiswa tentang: 1. Pengetahuan dasar Kewirausahaan, 2. Faktor faktor yang berpengaruh dan mempengaruhi, dan 3. Unsur Pokok Kewirausahaan (Hanifa Shulfa, 2023).

Literasi Digital (X2): Pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam 1. menggunakan teknologi digital untuk mendukung bisnis mereka, 2. Pemahaman tentang pengetahuan dasar digital (Ulfa Uswatun Hasanah, 2019) dan (anisah Muliani et al, 2021).

Lingkungan Keluarga (X3): 1. Pengaruh Pengalaman keluarga dalam bisnis dan 2. dukungan yang diberikan oleh keluarga terhadap kegiatan bisnis digital mahasiswa. (Hanifa shulfa, 2023).

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel independen dalam suatu penelitian. Variabel ini menjadi fokus utama penelitian karena menunjukkan pengukuran terhadap mahasiswa tentang 1. Kemampuan Berinovasi, 2 Kreativitas dan 3. Pengendalian Resiko. Dalam konteks penelitian ini, variabel dependennya adalah (Y): Minat Wirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta (FEB UMS). (Mutinda Teguh et al, 2023).

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden. Kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator dari masing-masing variabel yang diteliti. Penggunaan kuesioner memungkinkan pengumpulan data yang sistematis dan terstruktur, serta memudahkan dalam analisis statistik.

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas

#### *Literasi Wirausaha (X1)*

**Tabel 1. Uji Validitas Literasi Wirausaha**

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.514**	.450**	.484**	.490**	.377**	.371**	.743**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.514**	1	.363**	.324**	.460**	.438**	.504**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.450**	.363**	1	.311**	.338**	.362**	.420**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.484**	.324**	.311**	1	.544**	.497**	.388**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.002		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.490**	.460**	.338**	.544**	1	.454**	.494**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.377**	.438**	.362**	.497**	.454**	1	.462**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.371**	.504**	.420**	.388**	.494**	.462**	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.743**	.717**	.647**	.708**	.756**	.703**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Kriteria pengujian validitas adalah jika nilai korelasi ( $r$ ) > 0,3 maka instrumen dianggap valid.

Intepretasi:

X1.1: Nilai korelasi sebesar 0.743, dengan signifikansi 0.000. Ini menunjukkan bahwa item X1.1 memiliki korelasi yang kuat dan valid serta relevan untuk variabel X1

X1.2: Nilai korelasi sebesar 0.717, dengan signifikansi 0.000. Korelasi ini kuat dan valid, menunjukkan bahwa X1.2 relevan untuk variabel X1.

X1.3: Nilai korelasi sebesar 0.647, dengan signifikansi 0.000. Korelasi cukup kuat dan signifikan, menunjukkan bahwa X1.3 valid.

X1.4: Nilai korelasi sebesar 0.708, dengan signifikansi 0.000. Korelasi ini kuat dan signifikan, menunjukkan bahwa X1.4 valid dalam mengukur variabel.

X1.5: Nilai korelasi sebesar 0.756, dengan signifikansi 0.000. Ini adalah salah satu korelasi terkuat, menunjukkan bahwa X1.5 sangat valid untuk digunakan.

X1.6: Nilai korelasi sebesar 0.703, dengan signifikansi 0.000. Korelasi ini kuat, menunjukkan bahwa X1.6 valid dalam mengukur variabel.

X1.7: Nilai korelasi sebesar 0.733, dengan signifikansi 0.000. Ini adalah nilai korelasi tertinggi, menunjukkan bahwa X1.7 memiliki validitas yang sangat kuat untuk mengukur variabel X1.

**Literasi Digital (X2)**

**Tabel 2. Uji Validitas Literasi Digital**

		Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.404**	.454**	.419**	.471**	.359**	.232*	.747**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.020	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.404**	1	.418**	.316**	.443**	.183	.171	.653**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.068	.088	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.454**	.418**	1	.385**	.317**	.265**	.210*	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.008	.036	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.419**	.316**	.385**	1	.397**	.398**	.125	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.214	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.471**	.443**	.317**	.397**	1	.241*	.146	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.016	.148	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.359**	.183**	.265**	.398**	.241*	1	.190	.578**
	Sig. (2-tailed)	.000	.068	.008	.000	.016		.058	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.232*	.171	.210*	.125	.146	.190	1	.474**
	Sig. (2-tailed)	.020	.088	.036	.214	.148	.058		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.747**	.653**	.679**	.681**	.669**	.578**	.474**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Kriteria pengujian validitas adalah jika nilai korelasi (r) > 0,3 maka instrumen dianggap valid.

Intepretasi :

X2.1: Nilai korelasi sebesar 0.747, dengan signifikansi 0.000. Ini adalah nilai korelasi tertinggi, menunjukkan bahwa X2.1 memiliki validitas yang sangat kuat untuk mengukur variabel X2.

X2.2 : Nilai korelasi sebesar 0.653, dengan signifikansi 0.000. Korelasi kuat dan signifikan, menunjukkan bahwa X2.2 valid.

X2.3 : Nilai korelasi sebesar 0.679, dengan signifikansi 0.000. Korelasi kuat dan signifikan, menunjukkan bahwa X2.3 valid.

X2.4 : Nilai korelasi sebesar 0.681, dengan signifikansi 0.000. Korelasi kuat dan signifikan, menunjukkan bahwa X2.4 valid.

X2.5 : Nilai korelasi sebesar 0.669, dengan signifikansi 0.000. Korelasi kuat dan signifikan, menunjukkan bahwa X2.5 valid.

X2.6 : Nilai korelasi sebesar 0.578, dengan signifikansi 0.000. Ini menunjukkan bahwa item X2.6 memiliki korelasi yang cukup kuat dan valid.

X2.7 : Nilai korelasi sebesar 0.474, dengan signifikansi 0.000. Ini menunjukkan bahwa item X2.7 memiliki korelasi yang cukup kuat dan valid.

**Lingkungan Keluarga (X3)**

**Tabel 3 Uji Validitas Lingkungan Keluarga**

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.370**	.353**	.277**	.157	.684**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.005	.119	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.370**	1	.418**	.204*	.147	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.042	.144	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.353**	.418**	1	.264**	.090	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.008	.375	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.277**	.204*	.264**	1	.338**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.005	.042	.008		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.157	.147	.090	.338**	1	.539**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.684**	.689**	.641**	.643**	.539**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)  
 \* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Kriteria pengujian validitas adalah jika nilai korelasi ( $r$ ) > 0,3 maka instrumen dianggap valid.

Intepretasi:

X3.1 : Nilai korelasi sebesar 0.684, dengan signifikansi 0.000. Korelasi kuat dan signifikan, menunjukkan bahwa X3.1 valid.

X3.2 : Nilai korelasi sebesar 0.689, dengan signifikansi 0.000. Korelasi kuat dan signifikan, menunjukkan bahwa X3.2 valid.

X3.3 : Nilai korelasi sebesar 0.641, dengan signifikansi 0.000. Korelasi ini kuat, menunjukkan bahwa X3.3 valid.

X3.4: Nilai korelasi sebesar 0.643, dengan signifikansi 0.000. Korelasi ini kuat, menunjukkan bahwa X3.4 valid.

X3.5 : Nilai korelasi sebesar 0.539, dengan signifikansi 0.000. Ini menunjukkan bahwa item X3.5 memiliki korelasi yang cukup kuat dan valid.

**Minat Wirausaha(Y)****Tabel 4. Uji Validitas Minat Wirausaha**

		Correlations							
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.401**	.421**	.252*	.287**	.201*	.306**	.644**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.012	.004	.045	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.401**	1	.370**	.310**	.364**	.293**	.167	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.000	.003	.097	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.421**	.370**	1	.383**	.379**	.209*	.365**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.037	.036	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.252*	.310**	.383**	1	.391**	.267**	.226*	.642**
	Sig. (2-tailed)	.012	.002	.000		.000	.007	.023	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.287**	.364**	.379**	.391**	1	.328**	.162	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.016	.148	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.6	Pearson Correlation	.201*	.293**	.209*	.267**	.328**	1	.272**	.573**
	Sig. (2-tailed)	.045	.003	.037	.007	.001		.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.7	Pearson Correlation	.306**	.167	.365**	.226*	.162	.272**	1	.563**
	Sig. (2-tailed)	.002	.097	.000	.023	.107	.006		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.644**	.652**	.707**	.642**	.658**	.573**	.563**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Kriteria pengujian validitas adalah jika nilai korelasi ( $r$ ) > 0,3 maka instrumen dianggap valid.

Intepretasi :

Y1.1 : Nilai korelasi sebesar 0.644, dengan signifikansi 0.000. Korelasi kuat dan signifikan, menunjukkan bahwa Y1.1 valid.

Y1.2 : Nilai korelasi sebesar 0.652, dengan signifikansi 0.000. Korelasi kuat dan signifikan, menunjukkan bahwa Y1.2 valid.

Y1.3: Nilai korelasi sebesar 0.707, dengan signifikansi 0.000. Ini adalah nilai korelasi tertinggi, menunjukkan bahwa Y.3 memiliki validitas yang sangat kuat untuk mengukur variabel Y.

Y1.4 : Nilai korelasi sebesar 0.642, dengan signifikansi 0.000. Korelasi kuat dan signifikan, menunjukkan bahwa Y1.4 valid.

Y1.5 : Nilai korelasi sebesar 0.658, dengan signifikansi 0.000. Korelasi kuat dan signifikan, menunjukkan bahwa Y1.5 valid.

Y1.6 : Nilai korelasi sebesar 0.573, dengan signifikansi 0.000. Korelasi ini kuat, menunjukkan bahwa X3.3 valid.

Y1.7 : Nilai korelasi sebesar 0.563, dengan signifikansi 0.000. Ini menunjukkan bahwa item X1.7 memiliki korelasi yang cukup kuat dan valid.

## Uji Reliabilitas

### *Literasi Wirausaha (X1)*

**Tabel 5. Uji Reliabilitas Literasi Wirausaha**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.841	.841	7

Kriteria pengujian reliabilitas adalah jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,6$ , maka instrumen dianggap reliabel.

Intepretasi:

Berdasarkan pada gambar output spss diatas terlihat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,841, yang berarti instrument Literasi Wirausaha (X1) dikatakan reliabel karena nilainya  $> 0,6$ .

### *Literasi Digital (X2)*

**Tabel 6. Uji Reliabilitas Literasi Digital**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.759	.760	7

Kriteria pengujian reliabilitas adalah jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,6$ , maka instrumen dianggap reliabel.

Intepretasi:

Berdasarkan pada gambar output spss diatas terlihat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,759, yang berarti instrument Literasi Digital (X2) dikatakan reliabel karena nilainya  $> 0,6$ .

### *Lingkungan Keluarga (X3)*

**Tabel 7. Uji Reliabilitas Lingkungan keluarga**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.638	.640	5

Kriteria pengujian reliabilitas adalah jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,6$ , maka instrumen dianggap reliabel.

Intepretasi:

Berdasarkan pada gambar output spss diatas terlihat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,638, yang berarti instrument Lingkungan Keluarga (X3) dikatakan reliabel karena nilainya  $> 0,6$ .

**Minat Wirausaha (Y)**

**Tabel 8. Uji Reliabilitas Minat Wirausaha**

Cronbach's Alpha	Reliability Statistics		N of Items
	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	
	.753	.752	7

Kriteria pengujian reliabilitas adalah jika nilai Cronbach's Alpha > 0,6, maka instrumen dianggap reliabel.

Intepretasi:

Berdasarkan pada gambar output spss diatas terlihat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,753, yang berarti instrument Minat Wirausaha (Y) dikatakan reliabel karena nilainya > 0,6.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

**Tabel 9. Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardiz Ed Residual
N			100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std.Deviation		4.32178146
	Absolute		.118
	Positive		.063
	Negative		-.118
Test Statistic			.118
Asymp. Sig. (2-tailed)			.001 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig (2-tailed)	sig		.111 <sup>d</sup>
	99% Confidance Interval	Lower Bound	.103
		Upper Bound	.120
a.	Test distibrution is Normal		
b.	Calculated from data		
c.	Lilliefors Significance Correction		
d.	Based on 10000 sampled tables with starting seed 926214481.		

Kriteria pengujian adalah jika nilai Sig. (p-value) > 0,05, maka data berdistribusi normal.

Intepretasi:

Pada hasil output spss diatas menunjukkan bahwa dari Uji Monte Carlo terlihat nilai Monte Carlo Sig (2-tailed) terdapat nilai signifikansi sebesar 0,111, yang berarti nilai signifikansi pada uji Monte Carlo sudah memenuhi syarat pada Uji Normalitas dan data berdistribusi normal karena nilai Sig > 0,05.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 10. Uji Multikolinearitas**

	Coefficients <sup>a</sup>	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		

Pengaruh Literasi Wirausaha, Literasi Digital, dan Lingkungan Keluarga dalam Dunia Bisnis Digital terhadap Minat Wirausaha di Kalangan Mahasiswa Feb Ums

X1	.508	1.967
X2	.563	1.777
X3	.706	1.417
a.	Dependent Variabel : Y	

Kriteria pengujian adalah jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Intepretasi :

Pada hasil output spss diatas menunjukkan bahwa table Collinearity Tolerance semua variabel menunjukkan nilai tolerance > 0,10 dan pada tabel Statistics VIF menunjukkan semua variabel memiliki nilai VIF < 10, yang berarti bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

**Uji Heterokedastisitas**

**Tabel 11. Uji Heterokedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized	Coefficients	Standardized	T	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.924	3.466		5.171	.000
	X1	.001	.125	.001	.010	.992
	X2	.099	.147	.087	.668	.505
	X3	.332	.163	.237	2.040	.044
a.	Dependent Variable : Y					

Kriteria pengujian adalah nilai signifikan dari variabel independen > 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas Intepretasi : Pada hasil output spss diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan dari variabel independen > 0,05, yang berarti bahwa variabel independen tidak terjadi heterokedastisitas.

**Uji F**

**Tabel 12. Uji F**

Anova <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig	
1	Regression	167.058	3	55.686	2.891	.039 <sup>b</sup>
	Residual	1849.102	96	19.261		
	Total	2016.160	99			
a.	Dependent Variable : Y					
b.	Predictors : (Constant), X3, X2, X1					

Kriteria pengujian adalah jika nilai Sig. (p-value) < 0,05 maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Intepretasi:

Pada hasil output spss diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan pada table Sig. sebesar 0.039 < 0,05, yang berarti bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen dan berarti bahwa model penelitian layak.

**Uji Regresi Berganda**

**Tabel 13 Uji Regresi Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients	B		Standardized Coefficients Beta	t	Sig
1	(Constant)	.8500	2.271		3.742	.000
	X1	-.050	.082	-.085	-.616	.539
	X2	-.019	.097	-.026	-.197	.844
	X3	-.172	.107	-.189	-1.614	.110
a.	Dependent Variable: ABRES					

Rumus:

$$MW = a + b_1LW1 + b_2LD2 + b_3LK3 + e$$

Dimana:

MW= Minat Wirausaha

LW1= Literasi Wirausaha

LD2= Literasi Digital

LK3= Lingkungan Keluarga

a= Konstanta

b<sub>1,2</sub>, b<sub>3</sub>= Koefisien Regresi

e= Kesalahan (1-adjusted R Square) = 1 - 0,054 = 0,946

Jawab:

$$MW = a + b_1LW1 + b_2LD2 + b_3LK3 + e$$

$$= 17,924 + 0,001LW1 + 0,099LD2 + 0,332LK3 + 0,946$$

Intepretasi:

Nilai konstanta sebesar 17,942 yang menjelaskan bahwa jika Literasi Wirausaha, Literasi Digital, dan Lingkungan Keluarga bebas konstan atau bernilai 0, maka Minat Wirausaha akan tetap sebesar 17,942.

Nilai β<sub>1LW1</sub> (0,001) : Menjelaskan bahwa setiap peningkatan pada Literasi Wirausaha maka dapat meningkatkan Minat Wirausaha.

Nilai β<sub>2LD2</sub> (0,099) : Menjelaskan bahwa setiap peningkatan pada Literasi Digital maka dapat meningkatkan Minat Wirausaha.

Nilai β<sub>3LK3</sub> (0,332) : Menjelaskan bahwa setiap peningkatan pada Lingkungan Keluarga maka dapat meningkatkan Minat Wirausaha.

Nilai kesalahan (e = 0,946) menunjukkan bahwa 94,6% variasi dalam Minat Wirausaha (MW) tidak dijelaskan oleh model regresi ini. Artinya, model ini hanya mampu menjelaskan sekitar 5,4% dari faktor-faktor yang memengaruhi Minat Wirausaha. Sisa 94,6% mungkin dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model, seperti faktor pribadi, sosial, ekonomi, atau lingkungan lain yang belum teridentifikasi dalam penelitian ini.

**Uji T**

**Tabel 14. Uji T**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig
1	(Constant)	17.924	3.466		5.171	.000
	X1	.001	.125	.001	.010	.992
	X2	.099	.147	.087	.668	.505
	X3	.332	.163	.237	2.040	.044

a. Dependent Variable : Y

Literasi Wirausaha (X1), Karena nilai Sig. 0,992 > 0,05, maka H1 ditolak, hal ini berarti Literasi Wirausaha tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Wirausaha. Dengan kata lain Literasi Wirausaha (X1) tidak signifikan mempengaruhi Minat Wirausaha (Y). Literasi Digital (X2), Karena nilai Sig. 0,505 > 0,05, maka H2 ditolak, hal ini berarti Literasi Digital tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Wirausaha. Dengan kata lain Literasi Digital (X2) tidak signifikan mempengaruhi Minat Wirausaha (Y). Lingkungan Keluarga (X3), Karena nilai Sig. 0,044 < 0,05, maka H3 diterima, hal ini berarti Lingkungan Keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Wirausaha. Variabel X3(Lingkungan Keluarga) mempengaruhi Variabel Y (Minat Wirausaha) secara signifikan.

**Uji R2**

**Tabel 15. Uji R2**

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	.288 <sup>a</sup>	.083	.054	4.389

a. Predictors : (Constant), X3, X2, X1

**Intepretasi:**

Hasil output spss diatas menunjukkan bahwa variabel Literasi Wirausaha (X1), Literasi Digital (X2), dan Lingkungan Keluarga (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Minat Wirausaha (Y) sebesar 5,4% sedangkan sisanya sebesar 94,6% (100% - 5,4%) dipengaruhi oleh varibel lain di luar persamaan regresi.

**Interpretasi Hasil Analisis**

Berdasarkan hasil analisis, variabel literasi wirausaha (X1) dan literasi digital (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat wirausaha (Y) mahasiswa FEB UMS. Sebaliknya, variabel lingkungan keluarga (X3) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat wirausaha. Hasil ini mengindikasikan bahwa dukungan dari keluarga dan pengaruh pengalaman keluarga dalam bisnis menjadi faktor yang lebih dominan dalam mendorong mahasiswa untuk terjun ke

dunia wirausaha dibandingkan dengan tingkat literasi wirausaha dan digital yang dimiliki.

Hasil ini berbeda dengan penelitian terdahulu, di mana seluruh variabel—literasi wirausaha, literasi digital, dan lingkungan keluarga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat wirausaha. Misalnya, penelitian (Hanifa shulfa, 2023), menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama maupun parsial memberikan kontribusi besar terhadap pembentukan minat wirausaha. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik sampel atau konteks penelitian.

### **Literasi Wirausaha terhadap Minat Wirausaha**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi wirausaha tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat wirausaha mahasiswa. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya penerapan literasi wirausaha dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa untuk minat wirausaha mereka. Temuan ini berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh (Hanifa shulfa, 2023), yang menyatakan bahwa literasi wirausaha berperan penting dalam meningkatkan minat wirausaha. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa kemampuan memahami strategi bisnis dan pengelolaan risiko dapat mendorong mahasiswa untuk lebih percaya diri dalam memulai bisnis.

### **Literasi Digital terhadap Minat Wirausaha**

Literasi digital juga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat wirausaha mahasiswa. Kemungkinan penyebabnya adalah literasi digital mahasiswa yang lebih terfokus pada penggunaan teknologi untuk kebutuhan pribadi, seperti media sosial dan hiburan, dibandingkan dengan aplikasi bisnis. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang bagaimana memanfaatkan teknologi untuk keperluan wirausaha dapat menjadi hambatan. Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian (Ulfa Uswatun Hasanah, 2019), yang menyebutkan bahwa literasi digital berperan penting dalam mendukung minat wirausaha mahasiswa. Penelitian terdahulu juga menyatakan bahwa kemampuan menggunakan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional dan membuka peluang pasar baru, yang pada akhirnya mendorong minat wirausaha.

### **Lingkungan Keluarga terhadap Minat Wirausaha**

Lingkungan keluarga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat wirausaha mahasiswa. Dukungan keluarga, baik berupa motivasi, bimbingan, maupun bantuan finansial, menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa untuk terjun ke dunia bisnis. Keluarga yang memiliki latar belakang wirausaha juga memberikan inspirasi tambahan kepada mahasiswa. Hasil ini sejalan dengan penelitian [Hanifa shulfa, 2023] bahwa lingkungan keluarga yang kondusif mampu meningkatkan keberanian individu dalam memulai bisnis. Penelitian terdahulu juga

## Pengaruh Literasi Wirausaha, Literasi Digital, dan Lingkungan Keluarga dalam Dunia Bisnis Digital terhadap Minat Wirausaha di Kalangan Mahasiswa Feb Ums

mengungkapkan bahwa peran keluarga sangat penting dalam memberikan stabilitas emosional dan dorongan moral untuk menjalankan bisnis.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Literasi wirausaha (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat wirausaha mahasiswa FEB UMS. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa terhadap konsep kewirausahaan belum cukup untuk mendorong mereka terjun ke dunia bisnis; Literasi digital (X2) juga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat wirausaha. Mahasiswa cenderung memanfaatkan literasi digital untuk kebutuhan pribadi, sehingga pemanfaatannya dalam konteks bisnis masih terbatas; Lingkungan keluarga (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat wirausaha. Dukungan keluarga, baik secara moral maupun material, menjadi faktor penting yang mendorong mahasiswa untuk memulai usaha.

### BIBLIOGRAFI

- Asikin, M. Z., & Fadilah, M. O. (2024). Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi: Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303–310.
- Admiral, Nelson Silitonga, Masduki Asbari, Jumiran, GusliChidir(2024)-Analisis Pengaruh Karakter Personal dan Sikap Mahasiswa terhadap Digital Entrepreneurship(<https://jisma.org/index.php/jisma/article/view/1113/194>)
- Anisah Muliani, Fildzah Mahdiya Karimah, Malla April Liana, Sherena Anodhea Eka Pramudita, Muhammad Khoirul Riza, dan Ayom Indramayu (2021) - Pentingnya Peran Literasi Digital Bagi Mahasiswa Di Era Revolusi Industri 4.0 Untuk Kemajuan Indonesia.
- Adilla Nailla Shofiyyah (2022) - Pengaruh Literasi Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Pasundan <https://repository.unpas.ac.id/60826/>
- Agung, Tarisyah Ramadhan, dan Romanda Dwi Destiani (2022) - Pengetahuan Manajemen Keuangan Bisnis Terhadap Niat Mahasiswa Bisnis Digital dalam Berwirausaha <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2789000>
- Basuki, B., & Suwarno, N. (2021). Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Umkm Di Nusa Tenggara Barat. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 300–320.
- Desi Sukmayanti Harahap, Sumarno, dan Daeng Ayub (2023) - Literasi Informasi, Lingkungan Keluarga dan Minat Berwirausaha : Bagaimana Pengaruhnya Terhadap Perilaku Berwirausaha Siswa SMK?
- Dian Oktavia Anggraeni (2021) - Pengaruh Antara Literasi Digital, Sikap Berwirausaha, Self Efficacy, Dan Lingkungan Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa
- Efa Wahyu Prastyaningtyas dan Zainal Arifin (2019) - Pentingnya Pendidikan

- Kewirausahaan Pada Mahasiswa Dengan Memanfaatkan Teknologi Digital Sebagai Upaya Menghadapi Revolusi 4.0
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>.
- Firdaus, K. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Penggunaan Platform GoFood, GrabFood, dan ShopoeFood Terhadap Peningkatan Pendapatan Bisnis Kuliner (Studi Kasus Bangku Pawon Kuliner). *UIN Walisongo*.
- Flew, T., Martin, F., & Suzor, N. (2019). Internet regulation as media policy: Rethinking the question of digital communication platform governance. *Journal of Digital Media & Policy*, 10(1), 33–50.
- Hanifa Shulha (2023)- Peranan literasi wirausaha, literasi digital dan lingkungan keluarga dalam mendukung minat wirausaha di kalangan mahasiswa universitas tunas pembangunan Surakarta.
- Lolanda Hamim Annisa. (2023). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Pengembangan Rancangan Model Rantai Pasok pada Bidang Pertanian. *Journal of Agribusiness Science and Rural Development*, 2(2), 38–46. <https://doi.org/10.32639/jasrd.v2i2.366>
- Maulidina, C. M. (2024). Penerapan sistem informasi akuntansi, digital marketing dan e-commerce untuk meningkatkan literasi diMaulidina, C. M. (2024). Penerapan sistem informasi akuntansi, digital marketing dan e-commerce untuk meningkatkan literasi digitalisasi dan kinerja UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(1), 187–199.
- Meilinda, N., Malinda, F., & Aisyah, S. M. (2020). Literasi digital pada remaja digital (Sosialisasi pemanfaatan media sosial bagi pelajar Sekolah Menengah Atas). *Jurnal Abdimas Mandiri*, 4(1).
- Murni Yanto (2023) - Persepsi Mahasiswa PAUD terhadap Pentingnya Kemampuan Kewirausahaan dalam Kesiapan Menghadapi Tantangan di Era Digital.
- Nurdiyah. (2023). Transformasi Digital dalam Sektor Agribisnis. *Trends in Science and Technology for Sustainable Living*, 305–337. <https://repository.ut.ac.id/10566/>
- Saebah, N., & Asikin, M. Z. (2022). Efektivitas Pengembangan Digital Bisnis pada Gen-Z dengan Model Bisnis Canvas. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(11), 1534–1540.
- Suryaputra, L. D., & Mukhsin, M. (2023). Pengaruh kepercayaan dan teknologi informasi terhadap kinerja rantai pasok umkm tempe di banten. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 6(2), 49–56.

**Copyright holder:**

Andrian Maulana Ferdianto, Atwal Arifin (2024)

**First publication right:**

Syntax Admiration

**This article is licensed under:**

