



Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong

Nur Afni Khairunisa^{a,1,*}, Sabaria^{b,2}

a,b Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong
Jl. KH. Ahmad Dahlan No.1, Kel. Mariyat Pantai, Kec. Aimas, Kab.Sorong, Kode Pos 98414, Papua Barat, Indonesia
Inurafni_khairunisa@unimudasorong.ac.id*: 2sabaria@unimudasorong.ac.id

*Corresponding author

INFO ARTIKEL

Sejarah artikel
Dikirim : 3-9-2023
Direvisi : 25-11-2023
Diterima : 4-12-2023

Kata Kunci
Literasi_Digital
Wirausaha_Digital

ABSTRAK

Sebagian besar lulusan perguruan tinggi di Indonesia lebih berkeinginan bekerja di sektor formal yang dianggap lebih menjamin masa depannya, sementara sektor formal tidak mampu menyerap seluruh angkatan kerja lulusan perguruan tinggi. Akibatnya, muncul sejumlah pengangguran lulusan perguruan tinggi. Kondisi memprihatinkan ini menuntut perguruan tinggi harus mampu membekali mahasiswa dengan berbagai pengetahuan dan ketrampilan yang dapat menumbuhkan minat berwirausaha agar kelak para sarjana baru yang dihasilkan mampu menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri maupun orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha digital pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora (Febira), Universitas Pendidikan Muhammadiyah (Unimuda) Sorong. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 90 responden. Analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan ($P < 0,05$) terhadap minat berwirausaha digital pada mahasiswa Febira Unimuda Sorong. Model tersebut memiliki koefisien determinansi (R^2) sebesar 50,5%. Disimpulkan bahwa mata kuliah literasi digital yang diberikan pada mahasiswa Febira Unimuda Sorong terbukti mampu menumbuhkan jiwa wirausaha digital bagi para mahasiswanya.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC-BY.



1. Pendahuluan

Pertumbuhan penduduk Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan signifikan. Pada tahun 2020 jumlah penduduk Indonesia sebanyak 270.203.900 jiwa, dan pada tahun 2022 meningkat menjadi 275.775.800 jiwa, atau laju pertumbuhannya mencapai 1,17% per tahun (BPS, 2023). Peningkatan jumlah penduduk ini tentu diiringi peningkatan jumlah angkatan kerja. Permasalahannya, lapangan kerja yang tersedia di Indonesia tidak mampu menyerap seluruh jumlah angkatan kerja, akibatnya ditemukan sejumlah pengangguran. Jumlah pengangguran lulusan perguruan tinggi cukup memprihatinkan, yakni mencapai 9,89% dari total pengangguran di Indonesia (BPS, 2023), dan keadaan ini berpotensi meningkat dari tahun ke tahun. Salah satu penyebabnya adalah para pencari kerja lulusan perguruan tinggi lebih berkeinginan bekerja di sektor formal, karena dianggap dapat menjamin masa depannya, namun sektor formal tidak mampu menyerap seluruh angkatan kerja dari lulusan perguruan tinggi. Menghadapi kenyataan ini maka seharusnya mereka berupaya menciptakan pekerjaan sendiri di sektor non formal. Upaya ini mudah diraih manakala ketika masih mahasiswa, mereka dibekali dan dibentuk semangat untuk berwirausaha. Untuk itu semangat berwirausaha pada para mahasiswa sebelum menjadi sarjana perlu digalakkan, yaitu dimulai dari menumbuhkan minat berwirausaha (Hasanah & Setiaji, 2019). Terkait dengan upaya menumbuhkan semangat berwirausaha pada mahasiswa, banyak penelitian belakangan ini mengeksplorasi faktor-faktor yang dapat menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa di beberapa perguruan tinggi (Permatasari, 2016; Susilawaty, 2022; Rahayu & Kurniawan, 2022; Nanda & Sudiana, 2022; Anggraeni, 2021; Dewi & Susanti, 2021; Almi & Rahmi, 2020; Mutiah, 2022; Hadi, 2021; Fernando, 2021).

Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora (Febira) merupakan salah satu fakultas di lingkungan Universitas Pendidikan Muhammadiyah (Unimuda) Sorong yang gencar mendorong mahasiswanya menjadi wirausaha muda bila kelak telah menjadi sarjana. Di era modern ini, kompetensi digital sangatlah penting bagi wirausaha. Salah satu aspek yang diduga dapat menumbuhkan minat berwirausaha di era digital ini adalah memiliki literasi digital yang baik. Menurut Salsabila (2019), literasi digital seseorang yang baik dilaporkan dapat memudahkannya berwirausaha. Dengan mempertimbangkan hal-hal di atas maka Febira Unimuda Sorong, yang memiliki empat program studi (Akuntansi, Bisnis Digital, Manajemen dan Psikologi), menetapkan mata kuliah literasi digital sebagai mata kuliah wajib fakultas. Mata kuliah tersebut akan membekali para mahasiswanya untuk “melek” teknologi digital dan diharapkan dapat mendukung mahasiswanya berwirausaha digital.

Penelitian terdahulu lebih banyak fokus mempelajari pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha dikalangan mahasiswa, namun jarang ditemukan informasi penelitian mengenai pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha digital di kalangan mahasiswa. Penulis menduga bahwa dengan memberi bekal mata kuliah literasi digital, dan didukung dengan mata-mata kuliah wajib pada masing-masing program studi, maka minat berwirausaha digital pada mahasiswa Febira Unimuda Sorong akan tumbuh subur, sehingga kelak setelah lulus menjadi sarjana akan menjadi entrepreneur digital masa kini yang tangguh. Berangkat dari hipotesis tersebut maka penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis apakah literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha digital pada mahasiswa Febira Unimuda Sorong. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan strategi lebih lanjut dalam rangka meningkatkan minat mahasiswa Febira Unimuda Sorong berwirausaha digital.

2. Tinjauan Pustaka

a. Literasi Digital

Literasi digital adalah pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan media digital, alat-alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat, dan patuh hukum dalam rangka membina komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari (Nasrullah et al., 2017). Literasi digital seseorang yang baik dilaporkan dapat memudahkannya berwirausaha (Salsabila, 2019). Apabila mahasiswa memiliki literasi digital yang baik maka mahasiswa tersebut kelak akan lebih kreatif dalam mempromosikan produk yang dikembangkan melalui media sosial tanpa harus memiliki atau menyewa tempat dan mengeluarkan banyak modal untuk memasarkan produknya (Hasmiah et al., 2021).

b. Wirausaha Digital

Pengertian wirausaha digital yaitu sebuah wirausaha masa kini yang kreatif, efisien dan efektif dalam menggapai tujuan bisnis karena melibatkan penggunaan platform teknologi dan peralatan komunikasi informasi lainnya (Giones & Breem, 2017). Kewirausahaan digital terdiri dari menciptakan bisnis di internet, menjual layanan atau produk secara *online*, tanpa perlu berinvestasi di ruang fisik (Sartono, 2021). Beberapa contoh bisnis digital adalah kursus *online*, *e-commerce*, *blog*, saluran *YouTube*, dan teknologi solusi secara umum (Sartono, 2021).

3. Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora (Febira), Universitas Pendidikan Muhammadiyah (Unimuda) Sorong yang berjumlah 301 orang. Metode pengambilan sampel dilakukan menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* karena dalam pengambilan sampel ini terbatas pada mahasiswa yang telah atau sedang mengambil mata kuliah Literasi Digital, dan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 108 mahasiswa.

Tabel 1 dan 2 menyajikan variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden. Pilihan jawaban menggunakan skala likert yaitu: 5 (sangat setuju) sampai 1 (sangat tidak setuju) untuk variabel literasi digital dan variabel minat berwirausaha digital. Pada item yang *unfavourable*, skala penilaian merupakan kebalikan dari aturan penilaian item yang *favourable*. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 108 mahasiswa, diperoleh 90 kuesioner yang kembali dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diproses lebih lanjut (tingkat respons 83%). Analisis data menggunakan SmartPLS 3.0 dengan pendekatan Second Order Konfirmatori.

Tabel 1. Alat Ukur Variabel Literasi Digital

Indikator	Pernyataan (item)
X1. Kemampuan menggunakan internet	X1.1. Saya memanfaatkan internet sebagai sumber informasi saya sehari-hari X1.2. Saya mampu melakukan proses pencarian di internet menggunakan berbagai media yang ada. X1.3. Saya lebih memilih mencari informasi melalui internet daripada melalui buku teks
X2. Kemampuan menggunakan mesin pencarian (<i>search engine</i>)	X2.1. Saya mampu menggunakan internet didalam <i>world wide web</i> (www) untuk mencari sekumpulan informasi X2.2. Saya dapat melakukan pencarian informasi melalui <i>search engine</i> seperti yahoo, google, ask
X3. Pemahaman tentang cara kerja <i>Hypertext</i> ,	X3.1. Saya mengetahui fungsi <i>hypertext</i> dan <i>hyperlink</i> (<i>link</i> petunjuk arah) X3.2. Saya mampu mencari informasi melalui <i>web browser</i> seperti <i>mozilla</i> , <i>opera</i> , <i>chrome</i>

<i>Hyperlink, Web, Browser http, html, dan url</i>	X3.3. Saya mampu memahami karakteristik <i>web (http, html, url)</i> X3.4. Saya mengetahui perbedaan jenis <i>web</i> berdasarkan fungsinya (<i>forum, blog, e-learning, dll</i>)
X4. Pemahaman tentang perbedaan antara buku, teks, internet	X4.1. Saya lebih memilih mencari informasi melalui internet karena lebih lengkap serta cepat X4.2. Saya lebih mudah menyimpulkan informasi yang didapatkan dari internet dibandingkan buku teks biasa.
X5. Kemampuan menganalisa latar belakang sumber informasi di internet	X5.1. Saya tidak pernah menelusuri sumber maupun pembuat informasi yang saya baca dari internet X5.2. Saya mampu menganalisa latar belakang informasi yang saya peroleh dari internet X5.3. Saya mampu menganalisa halaman <i>web</i> yang saya kunjungi.
X6. Kemampuan mengevaluasi isi informasi dari berbagai laman web	X6.1. Ketika mendapatkan informasi dari internet, saya membandingkan dengan sumber lain agar lebih akurat X6.2. Saya mencari sumber lain apabila informasi yang saya cari kurang lengkap
X7. Kemampuan memeriksa kembali kebenaran informasi yang diperoleh	X7.1. Saya mampu mengevaluasi informasi yang ada di internet yang relevan dengan yang saya butuhkan X7.2. Saya mampu membandingkan berbagai informasi yang ada melalui berbagai media. X7.3. Saya tidak pernah memeriksa ulang (<i>crosscheck</i>) terhadap informasi yang ada di internet.
X8. Kemampuan menyusun informasi	X8.1. Saya mampu memanfaatkan segala <i>platform</i> untuk membuat konten, mengumpulkan, membagikan, mengkomunikasikan melalui berbagai media sosial maupun grup diskusi X8.2. Saya mampu memanfaatkan fitur-fitur jejaring social (<i>facebook, twitter, youtube, instagram, dll</i>) dengan baik X8.3. Saya mampu membuat konten di berbagai <i>platform</i> misalnya <i>blog, forum, youtube</i> dll.

Sumber : Mutiah, 2022

Tabel 2. Alat Ukur Variabel Minat Berwirausaha Digital

Indikator	Pernyataan (item)
Y1. Mempelajari ilmu yang disukai	Y1.1. Saya tertarik mencari tahu tentang industri kreatif yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi Y1.2. Saya pernah membaca artikel terkait perdagangan elektronik di internet untuk menambah wawasan Y1.3. Saya merasa tertarik dengan aktivitas bisnis yang terkoneksi dengan masyarakat digital Y1.4. Saya terus mengasah kemampuan saya dalam penguasaan teknologi informasi agar dapat membangun usaha melalui jejaring elektronik.
Y2. Memiliki dorongan melakukan kegiatan maupun pengalaman	Y2.1. Saya terdorong menjalankan usaha berbasis teknologi informasi karena melihat orang sukses memanfaatkan media digital dalam usahanya. Y2.2. Saya merasa tertarik dengan trend bisnis menggunakan internet karena hasilnya menguntungkan. Y2.3. Saya memilih untuk melakukan bisnis digital seperti <i>e-commerce, market place, website builder, dll</i> untuk mempersiapkan diri menghadapi tantangan hidup masa depan. Y2.4. Saya senang memanfaatkan fitur aplikasi yang canggih yang terhubung ke jejaring sosial karena membuat usaha menjadi lebih efektif. Y2.5. Perkembangan teknologi komunikasi di era saat ini, membuat saya ingin menjalankan berpartisipasi dalam ekonomi kreatif melalui media digital. Y2.6. Saya tidak yakin mampu menghadapi tantangan persaingan ekonomi serta perubahan teknologi yang sangat cepat.

Y3. Memusatkan diri terhadap objek yang disukai	<p>Y3.1. Saya mengetahui hal terkait usaha yang memanfaatkan, transformasi digital dalam berbisnis.</p> <p>Y3.2. Saya berkeinginan untuk menerapkan strategi digital saat menjalankan usaha.</p> <p>Y3.3. Saya senang jika memiliki website yang menarik untuk memasarkan produk maupun jasa yang saya miliki nanti.</p> <p>Y3.4. Pemanfaatan media digital untuk berbisnis menguntungkan dari sisi efisiensi waktu, penghematan biaya pengeluaran.</p> <p>Y3.5. Saya senang jika dapat berinteraksi dengan mitra, pelanggan melalui web teknologi.</p> <p>Y3.6. Saya tidak berkeinginan memiliki usaha dengan memanfaatkan teknologi informasi karena tidak siap menghadapi resiko yang ada.</p>
Y4. Tertarik mengerjakan objek yang disukai	<p>Y4.1. Saya bersedia melakukan kegiatan usaha melalui jejaring elektronik untuk dapat terus bersaing di era saat ini.</p> <p>Y4.2. Saya berusaha memanfaatkan peluang usaha melalui media teknologi internet untuk meningkatkan taraf kehidupan.</p> <p>Y4.3. Saya berkeinginan membangun usaha dengan kekuatan teknologi informasi untuk masa depan yang lebih cerah</p> <p>Y4.4. Saya berusaha menciptakan hal baru dalam usaha yang akan dijalankan karena trend teknologi yang pesat.</p> <p>Y4.5. Saya mampu mengelola sumber daya secara kreatif melalui jejaring internet seperti <i>Google, Facebook, Microsoft</i> dll</p> <p>Y4.6. Saya mampu menemukan ide serta mengembangkannya ketika membuat produk maupun layanan dengan menggunakan internet.</p>

Sumber : Mutiah, 2022

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil

1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui hasil uji validitas dan reliabilitas. Uji model pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Composite Reliability*, dan *Cronbach Alpha*.

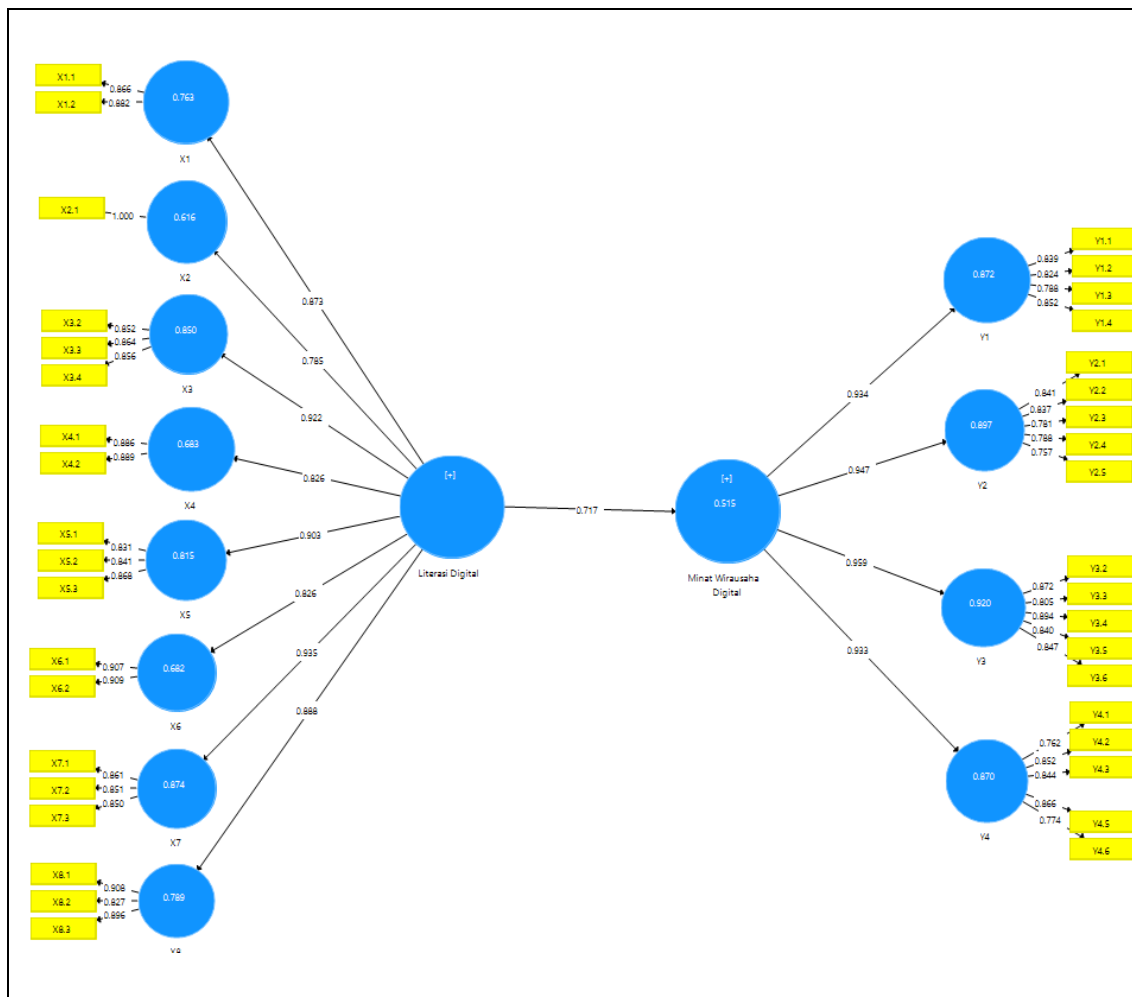
a. *Convergent Validity*

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing *loading factor*. Nilai ini menggambarkan besarnya korelasi antara setiap item pengukuran dengan variabel laten (konstruk). Suatu item indikator dikatakan memenuhi validitas konvergen jika nilai *loading factor* pada setiap jalur (path) antara komponen (variabel laten) dan variabel manifes adalah 0,7 (Hartono, 2016).

Hasil uji validasi menunjukkan seluruh item indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid secara statistik karena mempunyai nilai *loading factor* diatas 0,7, kecuali X1.3, X2.2, Y2.6, Y3.1, dan Y4.4 memiliki *loading factor* < 0,7 sehingga tidak valid dan di drop dari model, setelah itu dilakukan estimasi ulang. Gambar 1 menunjukkan model penelitian *loading factor* setelah seluruh indikator dikatakan valid. Selanjutnya berdasarkan model baru tersebut dilakukan pemeriksaan *Discriminant Validity*, *Composite Reliability*, dan *Cronbach Alpha*.

b. *Discriminant Validity*

Salah satu metode untuk menentukan validitas diskriminan adalah dengan melihat nilai *average variant extracted* (AVE) serta nilai akar AVE dan korelasi antar variabel laten. Nilai AVE setiap indikator harus > 0,5 untuk model yang baik (Hartono, 2016).



Gambar 1. Hasil Uji Outer Model Pasca Dropping Item *Loading Factor* < 0,7
 Sumber: Data Primer (diolah), 2023.

Tabel 3. *Average Variant Extracted (AVE)*

Variabel	AVE
Literasi Digital	0,604
Minat Wirausaha Digital	0,609

Sumber: Data Primer (diolah), 2021.

Tabel 3 memperlihatkan bahwa nilai AVE variabel literasi digital dan minat wirausaha digital berada > 0,5. Dengan demikian setiap variabel telah memiliki *discriminant validity* yang baik.

Tabel 4. Nilai Akar AVE dan Korelasi Antar Variabel Laten

	Literasi Digital	Minat Wirausaha Digital
Literasi Digital	0,777	
Minat Wirausaha Digital	0,720	0,780

Sumber: Data Primer (diolah), 2023.

Pada Tabel 4, nilai akar AVE dari setiap konstruk (angka ditebalkan) terlihat lebih tinggi daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model (angka tidak ditebalkan), sehingga dikatakan setiap variabel memiliki *discriminant validity* yang

baik. Disimpulkan bahwa hasil output Tabel 3 (AVE) dan Tabel 4 (Nilai Akar AVE dan Korelasi Antar Variabel Laten) semua konstruk memenuhi kriteria *discriminant validity*.

c. Composite Reliability dan Cronbach Alpha

Composite Reliability digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* bila memiliki nilai *composite reliability* > 0,6 (Ghozali, 2018). Uji realibilitas dengan *composite reability* dapat diperkuat dengan mengetahui nilai *cronbach alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel bila memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,6 (Ghozali, 2018; Safitri & Dewa, 2022; Muntiah et al., 2022) atau > 0,7 (Hartono, 2016). Tabel 5 menyajikan nilai *composite reliability* dan nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel penelitian ini.

Tabel 5. Composite Reliability dan Cronbach Alpha

Variabel	Composite Reliability	Cronbach Alpha
Literasi Digital	0,968	0,965
Minat Wirausaha Digital	0,967	0,964

Sumber: Data Primer (diolah), 2023.

Data pada Tabel 5 memperlihatkan bahwa nilai *composite reliability* semua variabel penelitian > 0,6; dan nilai *Cronbach Alpha* masing-masing variabel penelitian > 0,7. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel laten dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang tinggi.

2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Setelah evaluasi model pengukuran (*outer model*) terpenuhi, maka dilakukan evaluasi model struktural (*inner model*). *Inner model* digunakan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dalam rangka untuk pengujian hipotesis, dan mengetahui nilai R². Pengujian hipotesis dilakukan dengan bootstrap. Hasil output *bootstrapping* PLS pada model struktural penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 2.

1. Koefisien Determinasi (R²)

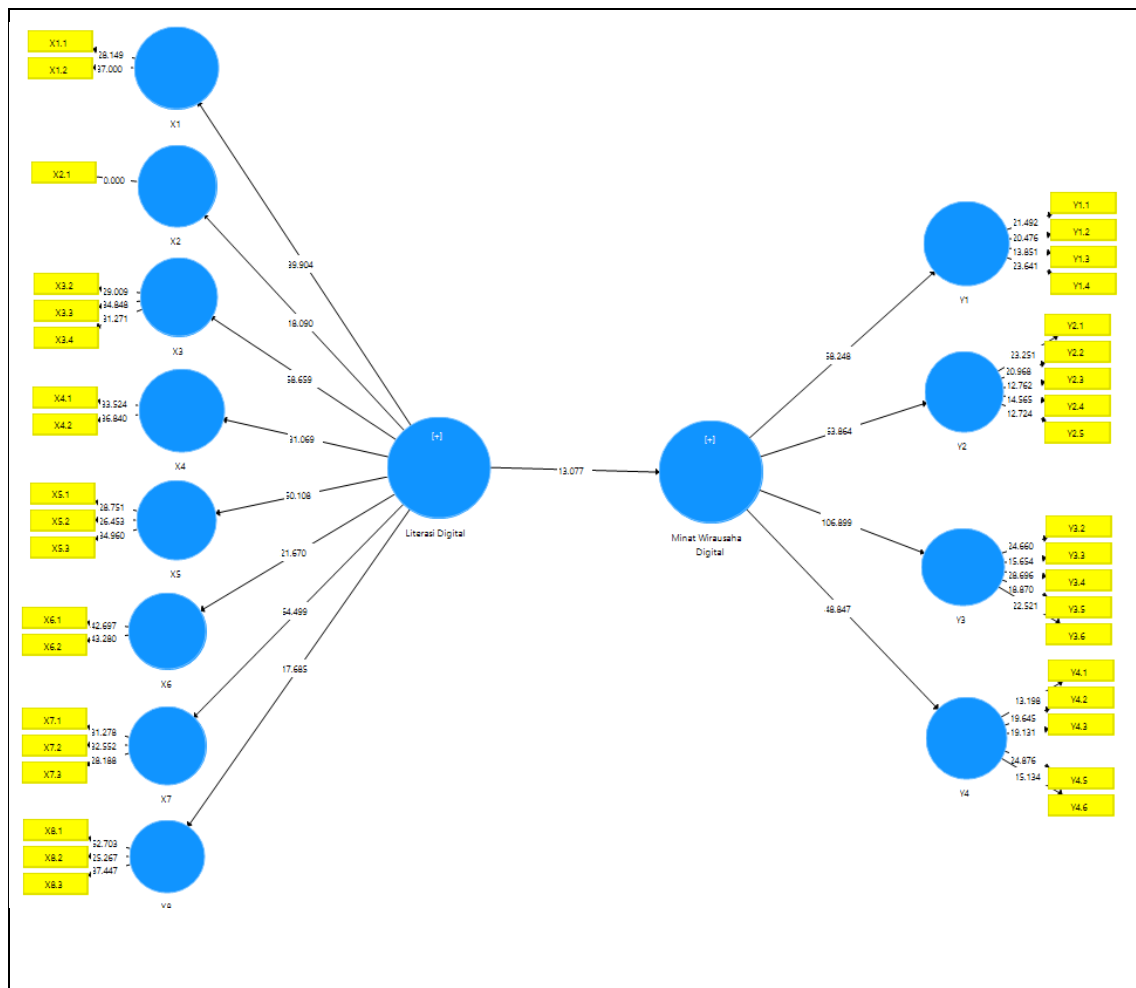
Dalam penelitian ini, nilai R² dan R² (*adjusted*) yang dihasilkan sebesar 0,505 dan 0,499. Menurut Ghozali (2018), nilai-nilai koefisien determinasi yang ditemukan dalam penelitian ini termasuk sedang dan disimpulkan model struktural termasuk cukup baik (substansial). Interpretasi nilai R² dalam penelitian ini yaitu besarnya *variability* variabel endogen (minat wirausaha digital) mampu dijelaskan oleh variabel eksogen (literasi digital) sebesar ± 50%.

2. Path Coefficient

Tabel 6 menyajikan hasil analisis *path coefficient* untuk pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Kriteria signifikansi suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen, sebagai berikut (Ghozali, 2018):

- a) Jika T Statistics > 1,96 atau P-Value ≤ 0,05 maka dikatakan variabel eksogen berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen.
- b) Jika T Statistics < 1,96 atau P-Value > 0,05 maka dikatakan variabel eksogen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen.





Gambar 2. Hasil *Output Bootstrapping* [Sumber: Data Primer (diolah), 2023].

Tabel 6. *Path Coefficients*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Value
LD -> MWD	0,710	0,704	0,057	12,362	0,000

Sumber: Data Primer (diolah), 2023. LD: Literasi Digital; MWD: Minat Wirausaha Digital.

Tabel 6 memperlihatkan bahwa nilai T Statistics > 1,96 atau $P \leq 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Literasi Digital (LD) sebagai variabel eksogen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Wirausaha Digital (MWD) sebagai variabel endogen pada mahasiswa Febira Unimuda Sorong.

Pembahasan

Literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi digital secara efektif untuk memudahkan dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Literasi digital menjadi sebuah mata kuliah wajib bagi mahasiswa Febira Unimuda Sorong, dimana materi kuliahnya lebih terkonsentrasi pada penguasaan berbagai aplikasi dan media sosial, tidak hanya untuk memenuhi berbagai kebutuhan terkait perkuliahan tetapi juga materi yang terkait dengan aspek-aspek kewirausahaan digital, seperti menciptakan bisnis di internet, menjual layanan atau produk secara online tanpa perlu berinvestasi di ruang fisik, dan lain sebagainya. Dengan demikian diduga mahasiswa Febira Unimuda Sorong yang telah

mempelajari mata kuliah literasi digital menjadi berminat berwirausaha digital kelak setelah lulus menjadi sarjana.

Hasil penelitian ini telah membenarkan dugaan atau hipotesis di atas bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wirausaha digital pada mahasiswa Febira Unimuda Sorong (Tabel 6). Dengan pengertian lain semakin tinggi tingkat literasi digital yang dimiliki mahasiswa Febira Unimuda Sorong maka semakin meningkat keinginan atau minat mahasiswa tersebut untuk berwirausaha digital, demikian sebaliknya. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa dengan memberi bekal mata kuliah literasi digital, dan didukung dengan mata-kuliah mata kuliah wajib pada masing-masing program studi, maka minat berwirausaha digital pada mahasiswa Febira Unimuda Sorong akan tumbuh subur, sehingga kelak setelah lulus diharapkan menjadi entrepreneur masa kini yang tangguh. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan evaluasi dan strategi lebih lanjut bagi pihak Febira Unimuda Sorong dalam rangka meningkatkan minat mahasiswa Febira Unimuda Sorong berwirausaha digital.

Beberapa penelitian terkait upaya menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa di beberapa perguruan tinggi telah banyak dilakukan. Beberapa penelitian sebelumnya juga menemukan bahwa tingkat literasi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa tingkat akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom (Nanda & Sudiana, 2022), terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta (Anggraeni, 2017), terhadap perilaku berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya (Dewi & Susanti, 2021), dan terhadap kesiapan berwirausaha di era-digital pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang (Almi & Rahmi, 2020).

Beberapa faktor lainnya, seperti digital online shop, penggunaan media sosial, *e-commerce*, juga ditemukan dapat mempengaruhi motivasi berwirausaha pada mahasiswa di beberapa perguruan tinggi. Minat berwirausaha digital pada mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dilaporkan dipengaruhi secara parsial oleh literasi digital dan penggunaan *e-commerce* (Mutiah, 2022). Laporan penelitian lain menyebutkan bahwa digital online *shop* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddein, Jambi (Hadi, 2021). Penelitian terhadap mahasiswa di Jakarta Barat ditemukan bahwa literasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha, sedangkan media sosial dan *e-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha pada kelompok mahasiswa tersebut (Fernando, 2021). Hal serupa ditemukan pada mahasiswa Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Ujung Pandang bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Dewi & Susanti, 2021).

Faktor pendidikan kewirausahaan dilaporkan dapat menumbuhkan minat berwirausaha untuk kalangan mahasiswa tertentu, seperti pada mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (Permatasari, 2016), pada mahasiswa Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Ujung Pandang (Susilawaty, 2022), dan juga pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya (Rahayu & Kurniawan, 2022), namun faktor ini tidak berlaku pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya (Dewi & Susanti, 2021).

Berdasarkan temuan pada penelitian ini dan hasil-hasil penelitian serupa sebelumnya, dapat diperoleh petunjuk bahwa beberapa faktor memiliki pengaruh yang sama untuk menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa di banyak perguruan tinggi, namun tidak sedikit pula pengaruh tersebut memberikan respon berbeda pada mahasiswa di berbagai perguruan tinggi. Untuk itu, menurut peneliti, kedepan perlu dilakukan penelitian eksplorasi untuk menemukan dan menginventarisir faktor-faktor baru yang dominan

berpengaruh terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa, sehingga dapat memperbanyak bekal bagi mahasiswa berwirausaha kelak setelah menjadi sarjana.

5. Kesimpulan dan Saran

Hasil penelitian disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha digital pada mahasiswa Febira Unimuda Sorong. Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat literasi digital yang dimiliki mahasiswa Febira Unimuda Sorong maka semakin meningkat minat mahasiswa untuk berwirausaha digital, demikian sebaliknya. Kiprah Febira Unimuda Sorong yang baik ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan dalam menumbuhkan jiwa wirausaha digital bagi para mahasiswanya, sebab Febira Unimuda Sorong sebagai salah satu perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam melahirkan sarjana yang siap menjadi wirausaha-wirausaha digital baru, dan siap menjadi kontributor utama pada ekonomi negara.

Dalam rangka meningkatkan kualitas literasi digital bagi para mahasiswa Febira Unimuda Sorong maka disarankan (1) pengampu mata kuliah literasi digital senantiasa meng-*update* materi kuliahnya agar lebih tepat guna sesuai tuntutan lapang; dan (2) mata kuliah literasi digital sebaiknya diberikan sedini mungkin pada masa perkuliahan (misalnya pada tahun pertama) agar minat berwirausaha digital pada mahasiswa Febira Unimuda Sorong tumbuh lebih awal sehingga persiapannya untuk menjadi wirausaha digital menjadi lebih matang.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih disampaikan kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM), Dirjen Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, R.I., yang telah mendanai penelitian ini dengan kontrak penelitian: Nomor Kontrak Induk: 190/ES/PG.02.00.PL/2023, tanggal 19 Juni 2023, dan Nomor Kontrak Turunan: 1036/LL14/PG.02.00.PL/2023, 019/I.3/LP3M/PG.02.00.PL/2023, tanggal 7 Juli 2023.

Daftar Pustaka

- Almi, S.N. & Rahmi, E. (2020). Pengaruh Digital Literacy terhadap Kesiapan Berwirausaha di Era-Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(2):242-249. DOI: [10.24036/jmpe.v3i2.8829](https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i2.8829)
- Anggraeni, D.O. (2021). Pengaruh antara Literasi Digital, Sikap Berwirausaha, *Self Efficacy*, dan Lingkungan terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta Angkatan Tahun 2017 [skripsi]. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- BPS. (2023). *Statistik Indonesia 2023* (Statistical Yearbook of Indonesia 2023) [buku]. Indonesia: Badan Pusat Statistik.
- Dewi, D.A.K. & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Digital, Locus of Control, dan Hasil Belajar Kewirausahaan terhadap Perilaku Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences*, 4(1): 422-432, DOI: [10.34007/jehss.v4i1.672](https://doi.org/10.34007/jehss.v4i1.672)
- Drucker, P.F. (2012). *Inovasi dan Kewiraswastaan* [buku]. Jakarta: Erlangga.
- Fernando. (2021). Pengaruh Literasi Digital, Media Sosial dan E-Commerce terhadap Keputusan Berwirausaha pada Mahasiswa di Jakarta Barat [skripsi]. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. (Edisi 8). Cetakan ke VIII [buku]. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giones, F. & Brem, A. (2017). Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda. *Technology innovation management review*, 7(5), 44–51. DOI: [10.22215/timreview1076](https://doi.org/10.22215/timreview1076)
- Hadi, A.C. (2021). Pengaruh Digital Online Shop terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah) [skripsi]. Jambi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddein.
- Hartono, J. (2016). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* [buku]. Yogyakarta: BPFE Edisi Kesepuluh.
- Hasanah, U.U. & Setiaji, K. (2019). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa dalam E-business. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 1-18.

- Hasmiah, J, Tahir, T, Hasan, M. & Said, I. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship, and Innovation*, 2(1), 18–27.
- Mutiah, R.L.A. (2022). Pengaruh Digital Literacy dan Penggunaan E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha Digital (Digital Entrepreneurship) pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta [skripsi]. Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Muntiah, N.S., Tama, R.A. & Wafirotin, K.Z. (2022). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan Inklusi Keuangan Terhadap Minat Investasi di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Komunitas Investor Saham Pemula (ISP) Tahun 2021). *Asset: Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*, 5(2): 105-113. DOI: [10.24269/asset.v5i2.5631](https://doi.org/10.24269/asset.v5i2.5631)
- 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. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(1): 49-55. DOI [10.33087/jmas.v7i1.366](https://doi.org/10.33087/jmas.v7i1.366)
- Nasrullah, Rullie dkk. (2017). *Buku Literasi Digital Gerakan Literasi Nasional*. Jakarta: Tim GLN Kemendikbud.
- Permatasari, A. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta [skripsi]. Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Rahayu, M.P. & Kurniawan, R.Y. (2022). Analisis Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri sebagai Motivasi Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Paedagogy*, 9(4): 834-845. DOI : [10.33394/jp.v9i4.5465](https://doi.org/10.33394/jp.v9i4.5465)
- Safitri, L.A. & Dewa, C.B. (2022). Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi-Z. *Asset: Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*, 5(2): 65-73. DOI: [10.24269/asset.v5i2.6030](https://doi.org/10.24269/asset.v5i2.6030)
- Salsabila, F. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner yang Terdaftar pada Aplikasi Go Food di Pasar Segar Kota Makassar [skripsi]. Makassar: Universitas Negeri Makassar.
- Sartono, S. (2021). Kewirausahaan Digital (Digital Entrepreneurship). *Jurnal Benefit*, 8(2).
- Susilawaty, E.A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Business Administration (JBA)*, 2(1): 1-15. DOI: [10.31963/jba.v2i1.3432](https://doi.org/10.31963/jba.v2i1.3432)