



## Pengaruh Literasi Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa di Era Digital: Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UMTS

**ABDUL RAHMAN SULEMAN<sup>1\*</sup>**

Prodi Pendidikan Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan  
[ragilzhillan@gmail.com](mailto:ragilzhillan@gmail.com)

**MUHAMMAD NOOR HASAN SIREGAR<sup>2</sup>**

Prodi Bisnis Digital  
Universitas Graha Nusantara  
[mnoorhasan.siregar@gmail.com](mailto:mnoorhasan.siregar@gmail.com)

 <https://doi.org/10.55266/jurnalmind.v4i2.421>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur literasi kewirausahaan digital dan pengaruhnya terhadap kesiapan berwirausaha di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan (UMTS). Menggunakan desain survei kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner. Teknik purposive sampling digunakan untuk memilih responden yang terlibat dalam mata kuliah kewirausahaan dan aktivitas kewirausahaan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki pemahaman dan keterampilan yang baik dalam literasi kewirausahaan digital, terutama dalam penggunaan media sosial untuk promosi bisnis (rata-rata 4.20) dan pemahaman tentang cara kerja e-commerce (rata-rata 4.18). Selain itu, mahasiswa juga menunjukkan kesiapan berwirausaha yang tinggi, terutama dalam keterampilan menjalankan bisnis (rata-rata 4.23) dan motivasi untuk menjadi wirausaha (rata-rata 4.23). Analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan digital berpengaruh signifikan terhadap kesiapan berwirausaha dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.78 ( $p$ -value < 0.05). Temuan ini mengindikasikan bahwa literasi kewirausahaan digital menjelaskan 78% variasi dalam kesiapan berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan digital harus ditingkatkan dan diintegrasikan untuk memastikan bahwa mahasiswa tidak hanya memahami konsep-konsep dasar kewirausahaan tetapi juga memiliki keterampilan praktis dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

#### Article History:

Received : 14/07/2024  
Revised : -  
Approved : 28/07/2024

#### Corresponding Author:

[ragilzhillan@gmail.com](mailto:ragilzhillan@gmail.com)  
(Abdul Rahman Suleman)

**Kata Kunci : Literasi Kewirausahaan Digital, Kesiapan Berwirausaha, Teknologi Digital.**

## A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan telah menjadi salah satu pilar utama dalam pengembangan ekonomi global, dan peranannya semakin penting dalam era digital saat ini. Literasi kewirausahaan yang mencakup pemahaman dan keterampilan dalam mengelola bisnis konvensional telah diperluas untuk memasukkan elemen digital, yang kini menjadi bagian integral dari strategi bisnis modern (Acs, 2006; Canton, 2021). Di Indonesia, perguruan tinggi memiliki tanggung jawab besar dalam mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan kewirausahaan di era digital, mengingat pentingnya kewirausahaan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja (Suryana, 2014).

Generasi milenial memiliki kualitas pendidikan yang tinggi karena hidup di era modern. Dari perspektif sosial, pendidikan mencerminkan budaya tradisional yang diwariskan dari generasi sebelumnya untuk melestarikan keberlangsungan masyarakat (Saharuddin et al., 2019). Milenial menghadapi tantangan signifikan terkait keterbatasan finansial dan biaya hidup, yang mendorong mereka untuk terjun ke dunia usaha sebagai upaya mengurangi angka pengangguran (Budy, 2017; Fajar & Marsudi, 2023; Jaya et al., 2023; Safitri, 2020; Saharuddin et al., 2019). Pemerintah juga mendorong kaum muda untuk menciptakan lapangan kerja daripada hanya mencari pekerjaan (Aryadi & Hoesin, 2022; Hasan, 2020).

Kecenderungan mahasiswa untuk bercita-cita menjadi pegawai atau karyawan menyebabkan kurangnya kreativitas dan keterampilan dalam mencari peluang pekerjaan alternatif. Hal ini berdampak negatif terhadap perekonomian negara. Banyaknya lulusan yang lebih memilih bekerja daripada menciptakan lapangan pekerjaan baru membuat jumlah pengusaha di Indonesia tidak bertambah secara signifikan. Untuk mengurangi tingkat pengangguran, salah satu langkah yang dapat diambil adalah mengembangkan semangat kewirausahaan sejak dini. Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi bertujuan untuk mengubah pola pikir mahasiswa dari sekadar mencari pekerjaan menjadi menciptakan lapangan pekerjaan (Moko, 2005).

Dari perspektif kebijakan publik, salah satu langkah strategis untuk mencetak wirausaha muda adalah mereformasi sistem pendidikan, pengajaran, dan kurikulum di Indonesia. Reformasi ini bertujuan untuk memberikan lebih banyak konten yang mendukung penciptaan wirausaha muda, tidak hanya melalui pembelajaran dan pemahaman tetapi juga praktik kewirausahaan seperti pembuatan dan pemasaran produk atau jasa (Frinces, 2011). Pembelajaran diartikan sebagai upaya sistematis dan disengaja untuk menciptakan interaksi edukatif antara peserta didik dan pendidik (Rusman, 2013). Pendidikan kewirausahaan seharusnya membekali peserta didik dengan tiga dimensi utama yaitu keterampilan manajemen produksi, keterampilan teknis, dan keterampilan pengembangan pribadi (Suherman, 2008). Pembelajaran kewirausahaan bertujuan untuk mengubah perilaku dan sikap peserta didik, mengarah pada penciptaan bisnis start-up (Zulfiqar et al., 2017).

Selaras dengan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010, tujuan pendidikan tinggi termasuk membentuk individu yang kritis, kreatif, inovatif, mandiri, percaya diri, dan berjiwa wirausaha (Alfiyah & Ghazali, 2022). Oleh karena itu, pemerintah mengembangkan program kewirausahaan melalui kebijakan pendidikan kewirausahaan yang diintegrasikan ke dalam kurikulum pendidikan di berbagai jenjang.

Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan (UMTS) sebagai salah satu institusi pendidikan tinggi di Indonesia berkomitmen untuk meningkatkan literasi kewirausahaan di kalangan mahasiswanya. Dalam konteks ini, Fakultas Ekonomi UMTS berusaha mengintegrasikan konsep kewirausahaan digital dalam kurikulumnya untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi dinamika pasar yang terus berkembang (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, 2020). Pendidikan Ekonomi UMTS menetapkan Mata Kuliah Kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib yang harus ditempuh mahasiswa pada semester 6.

Literasi kewirausahaan digital mencakup pemahaman tentang penggunaan teknologi digital dalam berbagai aspek bisnis, termasuk e-commerce, pemasaran digital, dan manajemen media sosial (Kuratko, 2016). Kemampuan ini sangat penting bagi mahasiswa agar dapat memanfaatkan peluang yang ada di pasar global yang semakin terhubung secara digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi digital yang tinggi dapat meningkatkan kesiapan berwirausaha dengan memberikan keterampilan yang diperlukan untuk beradaptasi dan berinovasi dalam lingkungan bisnis yang kompetitif (Gartner et al., 2010)

Pendidikan kewirausahaan tidak hanya menawarkan landasan teoritis tentang konsep-konsep kewirausahaan, tetapi juga membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir wirausaha. Ini merupakan investasi dalam modal manusia untuk mempersiapkan mahasiswa dalam memulai bisnis baru dengan mengintegrasikan pengalaman, keterampilan, dan pengetahuan penting untuk mengembangkan dan memperluas bisnis. Melalui mata kuliah kewirausahaan, diharapkan mahasiswa memiliki jiwa wirausaha yang kuat sehingga mereka dapat menjadi pelaku usaha atau menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan dalam karier mereka sebagai intrapreneur maupun entrepreneur. Mengembangkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa perguruan tinggi diyakini sebagai solusi untuk mengurangi pengangguran, dengan harapan para lulusan menjadi wirausahawan muda yang terdidik dan mampu merintis usaha sendiri (Suharti & Sirine, 2011).

Oleh karena itu, pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi harus responsif terhadap dinamika pasar, memungkinkan mahasiswa untuk menguasai kompetensi yang relevan. Proses pengajaran kewirausahaan harus mencakup pengembangan keterampilan yang komprehensif, pembentukan karakter pribadi, dan kemampuan untuk merancang rencana inovatif. Literasi kewirausahaan sangat diperlukan bagi wirausaha, karena dengan pengetahuan tersebut, mereka dapat memprediksi kebutuhan pasar saat ini.

Saat ini, media digital dan perangkat lunak memainkan peran penting dalam bisnis dan kehidupan sehari-hari, termasuk dalam Pendidikan (Mavlutova et al., 2020). Perkembangan media digital telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk di bidang bisnis (Warokka et al., 2020). Pertumbuhan ekonomi digital mendorong generasi milenial untuk memulai dan mengelola bisnis mereka dengan produk berkualitas melalui platform digital (Andriani et al., 2019; Suparno et al., 2020).

Kewirausahaan bukanlah sifat bawaan, melainkan ciri yang dapat diamati dalam tindakan individu atau institusi. Wirausaha di bidang kesehatan, pendidikan, dan bisnis beroperasi dengan cara yang serupa, berusaha melakukan pekerjaan dengan lebih baik dan berbeda dari yang lain (Sartono &

Sutrismi, 2020). Intrapreneurship dapat terjadi di organisasi kecil, menengah, maupun besar (Heinonen, 2007).

Kesiapan untuk berwirausaha bukanlah sesuatu yang ada sejak lahir, tetapi dapat dikembangkan melalui pendidikan dan pelatihan. Program pendidikan yang fokus pada aspek kewirausahaan penting untuk membekali mahasiswa dengan kompetensi yang diperlukan. Kesiapan berwirausaha melibatkan kesiapan fisik, mental, pengetahuan, dan keterampilan, yang dipengaruhi oleh kematangan, perkembangan keterampilan berpikir, dan motif yang ada.

Menurut (Slameto, 2010), kesiapan adalah kondisi keseluruhan seseorang yang memungkinkan dia untuk merespons atau bereaksi dengan cara tertentu terhadap suatu situasi. Kesiapan ini memungkinkan seseorang memberikan respon yang sesuai dalam berbagai situasi, yang berasal dari dalam diri dan terkait dengan kematangan. Kesiapan sangat penting dalam proses apapun, karena ketika seseorang siap, hasilnya akan lebih memuaskan. Kesiapan (readiness) juga dapat didefinisikan sebagai tingkat perkembangan dari kematangan atau kedewasaan yang mendukung pelaksanaan suatu tugas (Chaplin, 1995).

Menurut (Mulyadi, 2009), untuk siap berwirausaha, seseorang perlu memperhatikan beberapa aspek: (a) meningkatkan rasa percaya diri dengan memahami dan mengetahui hal yang dilakukan; (b) selalu fokus pada tujuan; (c) mengelola sumber daya seperti orang, peralatan, dana, teknologi, informasi, dan waktu; (d) memahami dan mengatasi risiko; (e) berorientasi pada masa depan; (f) selalu berinovasi; dan (g) meningkatkan rasa tanggung jawab. Frinces (2011) menambahkan bahwa persiapan menjadi wirausaha meliputi: (1) persiapan pribadi baik fisik, mental, dan spiritual; (2) pengembangan kepribadian wirausaha; (3) pengembangan keterampilan; (4) menyiapkan rencana bisnis; dan (5) kemampuan memasarkan produk. Frinces juga menyebutkan bahwa proses menjadi wirausaha dapat melalui: (a) keturunan atau naluri alami; (b) pengalaman bekerja dan keinginan untuk menjadi wirausaha; (c) dorongan teman atau keluarga; dan (d) pendidikan formal atau informal seperti pelatihan, workshop, dan kursus manajemen bisnis dan kewirausahaan.

Slameto (2010) menyatakan bahwa kesiapan melibatkan kesediaan seseorang untuk melakukan sesuatu, yang mencakup empat prinsip: (1) semua aspek saling berinteraksi; (2) pengalaman mempengaruhi pertumbuhan fisiologis; (3) pengalaman memiliki efek kumulatif pada perkembangan kepribadian; dan (4) kesiapan untuk kegiatan tertentu terbentuk dalam periode perkembangan tertentu. Kesiapan berwirausaha mencakup kematangan fisik, mental, pengalaman, kesadaran, dan kemandirian ekonomi. Mulyadi (2009) menyarankan bahwa seseorang yang memasuki dunia usaha harus mempersiapkan diri dengan baik. Tiga bekal utama untuk kesiapan berwirausaha meliputi: (1) kesiapan mental untuk merespons situasi atau pekerjaan; (2) kesiapan pengetahuan sebagai unsur kognitif; dan (3) kesiapan sumber daya yang diperoleh melalui latihan, disiplin, dan pengalaman. Kesiapan berwirausaha mencakup kondisi fisik, sikap mental, motivasi, keterampilan, dan pengetahuan. Seseorang yang siap berwirausaha harus mandiri, berani

mengambil risiko, inisiatif, disiplin, memiliki visi, mampu memasarkan produk, mengembangkan ide cemerlang, dan berani mengambil keputusan.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk cara berwirausaha. Literasi kewirausahaan kini tidak hanya mencakup pengetahuan tentang bisnis konvensional tetapi juga keterampilan digital seperti pemasaran online, penggunaan media sosial untuk bisnis, dan e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh literasi kewirausahaan di era digital terhadap kesiapan berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan (UMTS).

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain survei kuantitatif untuk mengumpulkan data tentang literasi kewirausahaan digital dan kesiapan berwirausaha mahasiswa. Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dirancang untuk mengukur berbagai aspek literasi kewirausahaan digital dan kesiapan berwirausaha (Creswell, 2012). Desain survei kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari sampel yang besar dan menganalisisnya secara statistik, sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat tentang populasi yang diteliti (Groves et al., 2004).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan (UMTS). Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, sebanyak 22 orang. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah keterlibatan mahasiswa dalam mata kuliah kewirausahaan dan aktivitas kewirausahaan lainnya. Teknik purposive sampling dipilih karena memungkinkan peneliti untuk fokus pada subjek yang paling relevan dengan penelitian ini (Palinkas et al., 2019).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pengukuran Literasi Kewirausahaan Digital, yang mengukur pemahaman dan keterampilan responden dalam berbagai aspek kewirausahaan digital, termasuk penggunaan teknologi digital, pemasaran online, dan e-commerce. Indikator yang digunakan dalam pengukuran ini didasarkan pada literatur yang relevan (Kuratko, 2016; Gartner, 2010). Dengan hasil validasi sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Validasi Kuesioner Literasi Kewirausahaan Digital**

Pernyataan	Korelasi Item-Total	Keputusan Validasi
Pernyataan 1	0.65	Valid
Pernyataan 2	0.72	Valid
Pernyataan 3	0.70	Valid
Pernyataan 4	0.68	Valid
Pernyataan 5	0.74	Valid
Pernyataan 6	0.71	Valid
Pernyataan 7	0.69	Valid
Pernyataan 8	0.67	Valid
Pernyataan 9	0.66	Valid
Pernyataan 10	0.73	Valid

Kuesioner pengukuran Kesiapan Berwirausaha untuk mengukur kesiapan responden untuk memulai dan menjalankan bisnis, termasuk aspek-aspek seperti kepercayaan diri, kemampuan manajerial, dan kesiapan menghadapi risiko (Mulyadi, 2009; Frinces, 2011).

**Tabel 2**  
**Validasi Kuesioner Kesiapan Berwirausaha**

Pernyataan	Korelasi Item-Total	Keputusan Validasi
Pernyataan 1	0.68	Valid
Pernyataan 2	0.70	Valid
Pernyataan 3	0.72	Valid
Pernyataan 4	0.74	Valid
Pernyataan 5	0.69	Valid
Pernyataan 6	0.67	Valid
Pernyataan 7	0.71	Valid
Pernyataan 8	0.73	Valid
Pernyataan 9	0.66	Valid
Pernyataan 10	0.65	Valid
Pernyataan 11	0.68	Valid
Pernyataan 12	0.70	Valid
Pernyataan 13	0.72	Valid
Pernyataan 14	0.74	Valid
Pernyataan 15	0.69	Valid

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang terpilih sebagai sampel. Kuesioner disebarikan secara online untuk memudahkan akses dan pengisian oleh responden. Penggunaan kuesioner online juga memungkinkan peneliti untuk menjangkau sampel yang lebih luas dalam waktu yang lebih singkat (Dillman et al., 2014).

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan tingkat literasi kewirausahaan digital serta kesiapan berwirausaha (Ryan, 2013). Statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh literasi kewirausahaan digital terhadap kesiapan berwirausaha. Teknik analisis yang digunakan termasuk regresi linier sederhana untuk menentukan hubungan antara variabel independen dan dependen (Tabachnick et al., 2013).

**C. HASIL PENELITIAN**

Hasil kuesioner literasi kewirausahaan digital menunjukkan tingkat pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam berbagai aspek penting kewirausahaan digital. Tabel berikut merangkum rata-rata skor untuk setiap pernyataan yang diukur:

**Tabel 3**  
**Hasil kuesioner Literasi Kewirausahaan Digital**

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Pernyataan 1	4.10
2	Pernyataan 2	4.20

3	Pernyataan 3	4.15
4	Pernyataan 4	4.05
5	Pernyataan 5	4.18
6	Pernyataan 6	4.12
7	Pernyataan 7	4.08
8	Pernyataan 8	4.09
9	Pernyataan 9	4.07
10	Pernyataan 10	4.17

Berdasarkan hasil kuesioner, mahasiswa menunjukkan pemahaman dan keterampilan yang baik dalam literasi kewirausahaan digital. Skor tertinggi dicapai pada aspek penggunaan media sosial untuk promosi bisnis (4.20) dan pemahaman tentang cara kerja e-commerce (4.18). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa mampu memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas kewirausahaan mereka dengan efektif, terutama dalam mempromosikan produk dan menjaga keamanan data bisnis.

Hasil kuesioner kesiapan berwirausaha menilai seberapa siap mahasiswa untuk memulai dan menjalankan usaha mereka sendiri. Tabel berikut merangkum rata-rata skor untuk setiap pernyataan yang diukur:

**Tabel 4**

**Hasil Kuesioner Kesiapan Berwirausaha**

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Pernyataan 1	4.14
2	Pernyataan 2	4.14
3	Pernyataan 3	4.00
4	Pernyataan 4	4.23
5	Pernyataan 5	4.18
6	Pernyataan 6	4.09
7	Pernyataan 7	4.05
8	Pernyataan 8	4.05
9	Pernyataan 9	4.23
10	Pernyataan 10	4.05
11	Pernyataan 11	4.09
12	Pernyataan 12	4.14
13	Pernyataan 13	4.14
14	Pernyataan 14	4.09
15	Pernyataan 15	4.05

Mahasiswa menunjukkan kesiapan berwirausaha yang tinggi, terutama dalam keterampilan yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis (4.23) dan membuat rencana bisnis yang efektif (4.18). Motivasi yang kuat untuk menjadi wirausaha juga terlihat sebagai faktor penting dengan skor tinggi (4.23). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memiliki pengetahuan teoretis tetapi juga keterampilan praktis yang diperlukan untuk sukses dalam berwirausaha.

Kemudian, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh literasi kewirausahaan digital terhadap kesiapan berwirausaha. Teknik ini dipilih untuk memahami sejauh mana literasi kewirausahaan digital dapat

memprediksi kesiapan berwirausaha di kalangan mahasiswa. Menurut Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) 0.78, menunjukkan bahwa 78% variasi dalam kesiapan berwirausaha dapat dijelaskan oleh literasi kewirausahaan digital. Dan Uji Signifikansi, Hasil uji t menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kesiapan berwirausaha ( $p$ -value < 0.05).

Sehingga, Literasi kewirausahaan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha mahasiswa. Ini berarti bahwa semakin tinggi literasi kewirausahaan digital mahasiswa, semakin siap mereka untuk memulai dan menjalankan usaha. Temuan ini menegaskan pentingnya pendidikan kewirausahaan digital dalam kurikulum pendidikan tinggi untuk mempersiapkan mahasiswa menjadi wirausaha yang kompeten dan siap menghadapi tantangan di era digital.

Pendidikan kewirausahaan digital harus terus ditingkatkan dan diintegrasikan secara efektif ke dalam program akademik untuk memastikan bahwa mahasiswa tidak hanya memahami konsep-konsep dasar kewirausahaan, tetapi juga memiliki keterampilan praktis yang diperlukan untuk berhasil dalam lingkungan bisnis yang semakin digital dan dinamis.

#### **D. PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur literasi kewirausahaan digital mahasiswa dan pengaruhnya terhadap kesiapan berwirausaha. Berdasarkan hasil kuesioner, mahasiswa menunjukkan pemahaman yang baik dalam literasi kewirausahaan digital, terutama dalam pembuatan konten digital yang menarik dan keamanan data. Selain itu, kesiapan berwirausaha juga dinilai tinggi, terutama dalam hal keterampilan menjalankan bisnis dan motivasi yang kuat untuk menjadi wirausaha. Analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan digital berpengaruh signifikan terhadap kesiapan berwirausaha dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.78.

Pada Literasi Kewirausahaan Digital, Mahasiswa memiliki skor tertinggi pada aspek penggunaan media sosial untuk promosi bisnis (4.20) dan pemahaman tentang cara kerja e-commerce (4.18). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa mampu memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas kewirausahaan mereka secara efektif.

Sedangkan pada Kesiapan Berwirausaha, Mahasiswa menunjukkan kesiapan yang tinggi dalam keterampilan yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis (4.23) dan motivasi kuat untuk menjadi wirausaha (4.23). Ini mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak hanya memiliki pengetahuan teoritis tetapi juga keterampilan praktis yang diperlukan untuk sukses dalam berwirausaha.

Kemudian, Analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kesiapan berwirausaha dengan  $p$ -value < 0.05 dan  $R^2$  sebesar 0.78. Ini berarti bahwa literasi kewirausahaan digital menjelaskan 78% variasi dalam kesiapan berwirausaha, menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel tersebut.

Temuan dari penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengetahuan di bidang kewirausahaan dengan menyoroti peran literasi digital dalam meningkatkan kesiapan berwirausaha. Sebelumnya, penelitian lebih banyak berfokus pada aspek-aspek manajerial tradisional dalam kewirausahaan.

Namun, dengan perkembangan teknologi, literasi digital menjadi semakin penting. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi digital bukan hanya pelengkap, tetapi komponen esensial dalam kesiapan berwirausaha, sebagaimana diungkapkan oleh (Hasanah & Setiaji, 2019; Pancarrani, 2021). Penelitian ini juga berbeda dengan kajian terdahulu karena fokus pada literasi kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa, yang jarang dibahas dalam literatur sebelumnya. Misalnya, penelitian oleh (Suwarni et al., 2021) lebih menekankan pada aspek manajerial tradisional dalam kewirausahaan tanpa memperhitungkan aspek digital. Temuan ini memperkaya literatur dengan menunjukkan bahwa literasi digital adalah faktor kunci yang harus diperhatikan dalam pendidikan kewirausahaan modern. Penelitian ini juga menekankan pentingnya pelatihan dan pendidikan yang lebih komprehensif dalam literasi digital untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan dalam dunia bisnis yang semakin digital.

Hasil penelitian ini mengokohkan teori bahwa literasi digital adalah bagian integral dari kewirausahaan modern. Dalam konteks pendidikan, temuan ini mendukung integrasi literasi digital dalam kurikulum kewirausahaan. Ini juga mengimplikasikan perlunya pelatihan tambahan bagi mahasiswa dalam aspek-aspek praktis kewirausahaan digital. Selain itu, temuan ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan program-program pelatihan kewirausahaan digital yang lebih efektif, yang dapat membantu mahasiswa untuk lebih siap dalam memanfaatkan peluang bisnis yang ada di era digital.

Temuan ini mendukung gagasan bahwa literasi digital dapat mendorong inovasi dalam kewirausahaan. Dengan pemahaman yang baik tentang teknologi digital, mahasiswa dapat menciptakan produk dan layanan baru yang lebih kreatif dan inovatif. Ini sejalan dengan penelitian oleh (Dvorakova & Polents, 2021; Sariwulan et al., 2020) yang menunjukkan bahwa literasi digital dapat meningkatkan kemampuan inovatif wirausaha.

Pemanfaatan media sosial untuk bisnis adalah aspek lain dari literasi kewirausahaan digital yang mendapat perhatian. Mahasiswa menunjukkan pemahaman yang baik tentang cara menggunakan media sosial untuk bisnis, yang penting dalam strategi pemasaran digital. Ini didukung oleh penelitian oleh (Geho & Dangelo, 2012; Rugova & Prenaj, 2016; Shabbir et al., 2016) yang menunjukkan bahwa media sosial adalah alat yang efektif untuk pemasaran dan interaksi dengan pelanggan.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan digital memiliki pengaruh besar terhadap kesiapan berwirausaha. Peneliti harus terus mengembangkan pendekatan baru dan segar dalam pendidikan kewirausahaan, menggabungkan teknologi digital dan keterampilan bisnis untuk menghasilkan wirausaha yang siap menghadapi tantangan zaman. Dengan literasi digital yang baik, mahasiswa dapat lebih siap untuk memanfaatkan peluang bisnis dan mengatasi tantangan yang ada di era digital.

## **E. KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini mengukur literasi kewirausahaan digital dan pengaruhnya terhadap kesiapan berwirausaha di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan (UMTS). Berdasarkan analisis data

yang diperoleh dari kuesioner, ditemukan bahwa mahasiswa memiliki pemahaman dan keterampilan yang baik dalam literasi kewirausahaan digital, terutama dalam pembuatan konten digital yang menarik dan pemahaman tentang keamanan data.

Mahasiswa juga menunjukkan kesiapan berwirausaha yang tinggi, dengan skor rata-rata tertinggi pada aspek keterampilan menjalankan bisnis dan motivasi untuk menjadi wirausaha. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan digital berpengaruh signifikan terhadap kesiapan berwirausaha, dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.78. Ini menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan digital menjelaskan 78% variasi dalam kesiapan berwirausaha mahasiswa.

Temuan ini menggarisbawahi pentingnya literasi digital dalam mempersiapkan mahasiswa untuk menjadi wirausaha yang sukses. Literasi digital tidak hanya sebagai pelengkap, tetapi merupakan komponen esensial dalam kesiapan berwirausaha. Oleh karena itu, integrasi literasi digital dalam kurikulum kewirausahaan sangat diperlukan. Selain itu, temuan ini mendukung pengembangan program-program pelatihan yang lebih komprehensif dalam literasi digital untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan di era digital. Penelitian ini berkontribusi pada literatur kewirausahaan dengan menyoroti peran penting literasi digital dalam kesiapan berwirausaha.

## REFERENSI

- Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth. *Innovations*, 1(1), 97–107.
- Alfiyah, H. Y., & Ghozali, S. (2022). Implementasi Edupreneurship di Perguruan Tinggi. *Tasyri: Jurnal Tarbiyah-Syariah-Islamiah*, 29(01), 191–210.
- Andriani, D. P., Hamdala, I., Swara, S. E., & Fadli, H. (2019). Perancangan Business Digital Platform dalam Mendukung Keberlanjutan IKM dengan Pendekatan Quality Function Deployment. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 18(1), 42–54.
- Aryadi, R., & Hoesin, S. H. (2022). Kewirausahaan dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai Salah Satu Solusi Untuk Mengatasi Masalah Ketenagakerjaan di Indonesia. *Jurnal Hukum Dan Bisnis (Selisik)*, 8(1), 57–72.
- Budy, D. A. (2017). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan motivasi kewirausahaan terhadap keterampilan berwirausaha mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal for Business and Entrepreneurship*, 1(1).
- Canton, H. (2021). Organisation for economic co-operation and development—OECD. In *The Europa Directory of International Organizations 2021* (pp. 677–687). Routledge.
- Chaplin, J. P. (1995). *Kamus lengkap psikologi*. Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (4rd ed.). SAGE Publication Inc.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method*. John Wiley & Sons.
- Dvorakova, Z., & Polents, I. (2021). *Entrepreneurship Education and Digital*

- Literacy as Element of Innovative Learning BT - Digital Transformation and New Challenges* (E. Zaramenskikh & A. Fedorova (eds.); pp. 253–263). Springer International Publishing.
- Fajar, M. K., & Marsudi, I. (2023). *Konsep Dasar Kewirausahaan Dalam Olahraga*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Frinces, Z. H. (2011). *Be an entrepreneur*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gartner, W. B., Carter, N. M., & Reynolds, P. D. (2010). Entrepreneurial behavior: Firm organizing processes. *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction*, 99–127.
- Geho, P. R., & Dangelo, J. (2012). The evolution of social media as a marketing tool for entrepreneurs. *The Entrepreneurial Executive*, 17, 61.
- Groves, R. M., Fowler, F. J., Couper, M. P., Lepkowski, J. M., Singer, E., & Tourangeau, R. (2004). *Survey Methodology*. John Wiley & Sons. In *New York*.
- Hasan, H. A. (2020). Pendidikan kewirausahaan: Konsep, karakteristik dan Implikasi dalam Memandirikan generasi Muda. *Pilar*, 11(1).
- Hasanah, U. U., & Setiaji, K. (2019). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 1198–1215.
- Heinonen, J. (2007). An entrepreneurial-directed approach to teaching corporate entrepreneurship at university level. *Education+ Training*, 49(4), 310–324.
- Jaya, I., Jatiningrum, C., & Gumanti, M. (2023). Pelatihan Digital Entrepreneurship untuk Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha bagi Generasi Muda pada SMK Miftahul Falah Sinar Mulya Kabupaten Pringsewu. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 89–95.
- Kuratko, D. F. (2016). Corporate entrepreneurship. *The Routledge Companion to the Makers of Modern Entrepreneurship*, 154.
- Mavlutova, I., Lesinskis, K., Liogys, M., & Hermanis, J. (2020). Innovative teaching techniques for entrepreneurship education in the era of digitalisation. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 16(1), 725–733.
- Moko, A. (2005). *Entrepreneurship dalam Perspektif Kondisi Bangsa Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Mulyadi, N. (2009). *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Palinkas, L. A., Mendon, S. J., & Hamilton, A. B. (2019). Innovations in mixed methods evaluations. *Annual Review of Public Health*, 40(1), 423–442.
- Pancarrani, B. (2021). Literasi Digital Dalam Pembelajaran Bahasa Perguruan Tinggi di Tengah Pandemi. *Pedalitra: Prosiding Pedagogi, Linguistik, Dan Sastra*, 1(1), 256–262.
- Rugova, B., & Prenaj, B. (2016). Social media as marketing tool for SMEs: opportunities and challenges. *Academic Journal of Business*, 2(3), 85–97.
- Rusman, M.-M. P. M. P. (2013). *Model-model Pembelajaran*. In *Raja Grafindo Jakarta*.
- Ryan, T. P. (2013). *Sample size determination and power*. John Wiley & Sons.
- Safitri, I. F. (2020). *Kewirausahaan Sosial Usaha Mikro Kecil dan Menengah Yayasan Tirta Alam Bumi Bertuah (Studi Kasus pada Pengelola UMKM YTABB di Kota Pekanbaru)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

- Saharuddin, A., Wijaya, T., Elihami, E., & Ibrahim, I. (2019). Literation of Education and Innovation Business Engineering Technology. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 1(1), 48–55.
- Sariwulan, T., Suparno, S., Disman, D., Ahman, E., & Suwatno, S. (2020). Entrepreneurial performance: The role of literacy and skills. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 269–280.
- Sartono, S., & Sutrismi, S. (2020). Kewirausahaan; Kewirausahaan Komersial Dan Sosial. *BENEFIT*, 7(2), 94–102.
- Shabbir, M. S., Ghazi, M. S., & Mehmood, A. R. (2016). Impact of social media applications on small business entrepreneurs. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 6(3), 203–205.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Bina Aksara.
- Suharti, L., & Sirine, H. (2011). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat kewirausahaan (entrepreneurial intention). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(2), 124–134.
- Suherman, E. (2008). *Desain pembelajaran kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 33, 18.
- Suparno, S., Saptono, A., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2020). Factors influencing students' intention to establish a digital business (Start-up). *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(8), 73–91.
- Suryana, S. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses menuju Sukses*. In *Salemba Empat*.
- Suwarni, E., Rosmalasar, T. D., Fitri, A., & Rossi, F. (2021). Sosialisasi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Minat dan Motivasi Siswa Mathla'ul Anwar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 157–163.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2013). *Using multivariate statistics* (Vol. 6). pearson Boston, MA.
- Warokka, A., Sjahruddin, H., Sriyanto, S., Noerhartati, E., & Saddhono, K. (2020). Digital marketing support and business development using online marketing tools: An experimental analysis. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(1), 1181–1188.
- Zulfiqar, S., Asmi, F., Chandia, K. E., Sarwar, B., & Aziz, S. (2017). Measuring entrepreneurial readiness among youth in Pakistan through theory of planned behavior (TPB) based approach. *Business and Economic Research*, 7(1), 149–167.