

Pengaruh Literasi Keuangan, *Entrepreneur Knowledge*, dan *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Sunarimo Darmaji^{1*}, Yudas Tadius Andi Candra²

^{1,2} Universitas Mercu Buana Yogyakarta

* E-mail Korespondensi: pro.sunarimodarmaji@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 24-06-2025

Revision: 01-07-2025

Published: 05-07-2025

DOI Article:

[10.24905/mlt.v6i1.112](https://doi.org/10.24905/mlt.v6i1.112)

A B S T R A K

Minat berwirausaha mahasiswa dipandang sebagai faktor strategis dalam membentuk kemandirian ekonomi serta memupuk semangat inovatif di kalangan mahasiswa. Kajian ilmiah ini bertujuan menganalisis pengaruh dari literasi keuangan, *entrepreneur knowledge*, serta *e-commerce* kepada minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Pendekatan metodologis kuantitatif dengan menerapkan survei digunakan pada penelitian ini. Sebanyak 78 mahasiswa angkatan 2020, 2021, serta 2022 yang terlibat merupakan sampel terseleksi menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria telah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi serta Kewirausahaan. Data didapatkan dari kuesioner daring memanfaatkan Google Form, proses analisis dilaksanakan melalui regresi linear berganda mempergunakan SPSS V.25. Hasil dari analisis menyimpulkan bahwa *entrepreneur knowledge* maupun *e-commerce* berdampak positif serta signifikan kepada minat berwirausaha, namun literasi keuangan memberikan pengaruh negatif. Indikasi dari temuan ini adalah bahwa keterampilan praktis dan kemampuan memanfaatkan teknologi digital memiliki peran lebih dominan dalam mendorong intensitas berwirausaha dibandingkan pemahaman keuangan semata. Implikasi dari temuan ini dapat dijadikan masukan bagi pengembangan kurikulum kewirausahaan yang lebih adaptif terhadap dinamika di era digital.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Pengetahuan Kewirausahaan, E-Commerce, Minat Berwirausaha, Mahasiswa

A B S T R A C T

Students interest in entrepreneurship is seen as a strategic factor in shaping economic independence and fostering innovative spirit among students. This scientific study aims to analyze the influence of financial literacy, entrepreneurial knowledge, and e-commerce on the interest in entrepreneurship among students of the Accounting Study Program at Mercu Buana University Yogyakarta. A quantitative methodological

Acknowledgment

approach using a survey was applied in this research. Purposive sampling was used to choose 78 students from the 2020, 2021, and 2022 cohorts who met the requirements of having finished the Accounting Information Systems and Entrepreneurship courses. An online survey created with Google Forms was used to gather data, and SPSS 25s was used for multiple linear regression analysis. According to the analysis's findings, financial literacy has a detrimental effect on entrepreneurial desire, but e-commerce and entrepreneurial expertise have a favorable and substantial impact. The findings' implications imply that, rather than just financial knowledge, practical skills and the capacity to use digital technology are more important in promoting entrepreneurial intensity. A curriculum that is better suited to the dynamics of the digital age can be developed using the implications of these findings.

Key word: *Financial Literacy, Entrepreneurial Knowledge, E-Commerce, Entrepreneurial Interest, University Students*

© 2025 Published by multiplier. Selection and/or peer-review under responsibility of multiplier

PENDAHULUAN

Masalah pengangguran merupakan persoalan makroekonomi yang signifikan karena dapat menghambat pembangunan daerah dan memicu masalah sosial lainnya (Siregar et al., 2023). Ironisnya, lulusan perguruan tinggi justru menjadi kontributor terbesar pengangguran di Indonesia, dipengaruhi oleh kurangnya fleksibilitas para lulusan pendidikan tinggi dalam menerima pekerjaan jikalau dibanding individu yang mempunyai tingkat pendidikan lebih rendah. Hal ini menunjukkan perlunya intervensi strategis untuk mengarahkan lulusan universitas agar lebih siap bersaing di dunia kerja.

Perguruan tinggi memiliki peran penting dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan sebagai salah satu solusi mengurangi pengangguran. Penyelenggaraan program kewirausahaan menjadi strategi kunci untuk menekan pengangguran sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi nasional (Ismail, 2021). Program ini diharapkan dapat mencetak wirausahawan baru yang mampu membuka lapangan kerja serta menyesuaikan karier dengan keahlian yang dimiliki.

Minimnya pengetahuan kewirausahaan dan literasi keuangan menyebabkan banyak lulusan perguruan tinggi enggan untuk memulai usaha. Kondisi ini memperburuk tidak

terserapnya tenaga kerja perguruan tinggi dalam bursa kerja (Ismoyo, 2022). Padahal, kewirausahaan diyakini dapat menjadi solusi efektif untuk mengurangi pengangguran, mengentaskan kemiskinan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Rahayu & Idris, 2022).

Literasi keuangan adalah keterampilan dalam membuat keputusan keuangan yang tepat, memahami potensi risiko, mengenali peluang, serta mengatur keuangan dengan cara yang efektif dan efisien (Alshebami & Al Marri, 2022). Di era globalisasi yang penuh ketidakpastian, keterampilan pengelolaan keuangan menjadi semakin penting untuk mencapai kesejahteraan. Ketidakmampuan dalam mengelola keuangan sering menjadi penyebab utama kegagalan bisnis akibat fluktuasi pendapatan, pengeluaran, serta keterbatasan modal (Napitupulu, 2021).

Pengetahuan kewirausahaan (*entrepreneur knowledge*) mencakup pemahaman dasar yang diperlukan untuk mengatasi hambatan usaha, mulai dari manajemen konflik, pengambilan keputusan strategis, pengambilan risiko, hingga analisis pasar dan ekspansi usaha (Tanjaya & Radiano, 2020). Kewirausahaan dipahami sebagai keterampilan dalam mengembangkan gagasan baru yang bernilai guna, dengan memanfaatkan teknologi dan strategi kerja inovatif untuk mencapai efisiensi operasional dan keunggulan kompetitif (Kurnia Dewi et al., 2020).

Minat berwirausaha dipengaruhi oleh ketertarikan individu untuk membangun usaha mandiri serta kesiapan menghadapi risiko. Pendidikan kewirausahaan berperan dalam membentuk sikap dan keterampilan tersebut (Alvian, 2021; Alvian & Yentisna, 2021; Hugo & Nuringsih, 2020). Rendahnya literasi keuangan, kemampuan inovasi, dan pemanfaatan teknologi, seperti *e-commerce*, menjadi hambatan utama tumbuhnya jiwa wirausaha di kalangan mahasiswa.

Transformasi digital telah mengubah sistem pemasaran tradisional menjadi berbasis teknologi. Kemajuan teknologi memberikan peluang besar untuk meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi bisnis. *E-commerce* menjadi sarana distribusi dan perdagangan global yang perlu dimanfaatkan secara optimal oleh para calon wirausaha (Hartini et al., 2022; Muhammad Rifaldi et al., 2024; Kartika Devi & Romansyah, 2024).

Penelitian ini bertumpu pada kerangka hasil pengembangan dari TRA (*Theory of Reasoned Action*), TPB (*Theory of Planned Behavior*). Teori tersebut menjelaskan bahwa

perilaku individu terbentuk melalui pertimbangan logis-rasional terhadap informasi yang dimiliki serta prediksi atas konsekuensi dari tindakan yang akan diambil (Effendy et al., 2021; Wardani & Woli, 2021). Ajzen (1991) menegaskan bahwa TPB relevan untuk menganalisis perilaku wirausaha, karena aktivitas tersebut membutuhkan perencanaan dan pengambilan keputusan yang matang (Fathiyannida & Erawati, 2021).

METODE

Pendekatan kuantitatif penelitian ini berlandaskan kepada paradigma positivistik, dengan pengumpulan data secara terstruktur melalui sampel terpilih menggunakan instrument penelitian “valid”, kemudian dianalisa untuk menguji hipotesis yang sudah diajukan (Sugiyono, 2020).

Analisis regresi linear berganda sebagai uji hipotesis untuk menilai seberapa jauh *independent variable* memperngaruhi *dependent variable*. *Dependent variable* mencakup minat berwirausaha, dan *independent variable* meliputi literasi keuangan, *entrepreneur knowledge*, dan *e-commerce*. Fokus subjek penelitian yakni mahasiswa aktif Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY). Teknik *purposive sampling* sebagai acuan penetapan sampel pada kriteria yang ditentukan sesuai tujuan dari penelitian ini, di antaranya: (1) mahasiswa masih berstatus aktif dan terdaftar di Prodi Akuntansi FE UMBY; dan (2) telah menyelesaikan mata kuliah Kewirausahaan serta Sistem Informasi Akuntansi. Dari total populasi sebanyak 337 mahasiswa aktif yang memenuhi kriteria yaitu angkatan 2020, 2021, dan 2022, diperoleh sampel akhir sebanyak 78 responden yang digunakan dalam analisis.

Hipotesis

Literasi Keuangan

Riset dari Nastuti dan Ani (2024) menjelaskan bahwasanya Literasi Keuangan sangat berdampak penting dalam pengambilan keputusan dalam berwirausaha karena dapat menilai kembali konsekuensi yang akan timbul sebelum memutuskan. Literasi Keuangan berdampak positif kepada pengambilan keputusan Mahasiswa untuk Berwirausaha.

H1: “Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap minat untuk berwirausaha”

Entrepreneur Knowledge

Entrepreneur Knowledge merupakan wawasan mendasar yang digunakan pengusaha untuk menguasai hambatan dan tantangan saat melakukan aktivitas kewirausahaan misalnya penyelesaian konflik, pengambilan keputusan, mengambil risiko bisnis, serta menemukan peluang, seperti analisis pasar dan perluasan bisnis (Tanjaya & Radianto, 2020).

Pernyataan ini selaras dengan penelitian dari Gultom (2021), Ani et al. (2024), NMMA Kristianti (2022), Suhardi & Widodo (2024), dan Nuryanto (2020), menjelaskan bahwasanya pengetahuan kewirausahaan berdampak positif kepada minat berwirausaha.

H2: “*Entrepreneur Knowledge* berpengaruh positif terhadap minat untuk berwirausaha”

E-Commerce

Peranan *e-commerce* pada saat ini sangatlah penting bagi para wirausahawan, dengan *e-commerce* membantu penjualan menjadi lebih mudah dan mempercepat terjualnya barang tanpa bertemu pelanggan. *E-commerce* adalah platform yang dimanfaatkan guna bertransaksi jual beli jasa atau barang secara elektronik yang mencakup aspek pemasaran, pembelian, dan pelaksanaan transaksi yang dilakukan secara daring, seperti melalui situs web, jaringan internet, atau jaringan lainnya. (Harmayani et al., 2020). Temuan dari Fitri et al., (2023) menjelaskan bahwasanya *e-commerce* berdampak positif kepada minat berwirausaha.

H3: “*E-commerce* berpengaruh positif terhadap minat untuk berwirausaha”

HASIL

Dalam penelitian ini, penyebaran kuesioner dilaksanakan online menggunakan platform *Google Form*. Berikut ini merupakan total responden yang mengisi kuisioner:

Tabel 1. Data Penyebaran Kuisioner

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Total Keseluruhan Kuisioner	81	100%
2	Kuisioner yang tidak memenuhi syarat	3	3,7%
3	Kuisioner yang memenuhi syarat	78	96,3%

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan Tabel 1, sebanyak 78 kuesioner dengan persentase 96,3% dinyatakan layak untuk dianalisis dari total kuesioner yang diterima dan sebanyak sebanyak 3 kuesioner (3,7%) tidak memenuhi kriteria kelayakan.

Data primer dikumpulkan langsung dari responden selanjutnya dianalisis mempergunakan SPSS V.25. Teknik dari analisa yang diterapkan berupa regresi linier berganda untuk mengetahui dampak dari variabel independen (X) kepada variabel dependen (Y).

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Literasi Keuangan	X1.1	0.468	0.220	Valid
	X1.2	0.693	0.220	Valid
	X1.3	0.526	0.220	Valid
	X1.4	0.529	0.220	Valid
	X1.5	0.496	0.220	Valid
	X1.6	0.476	0.220	Valid
	X1.7	0.624	0.220	Valid
	X1.8	0.570	0.220	Valid
	X1.9	0.551	0.220	Valid
<i>Entreprenur Knowledge</i>	X2.1	0.842	0.220	Valid
	X2.2	0.732	0.220	Valid
	X2.3	0.821	0.220	Valid
	X2.4	0.848	0.220	Valid
	X2.5	0.723	0.220	Valid
	X2.6	0.797	0.220	Valid
	X2.7	0.886	0.220	Valid
	X2.8	0.853	0.220	Valid
<i>E-Commerce</i>	X3.1	0.598	0.220	Valid
	X3.2	0.691	0.220	Valid
	X3.3	0.711	0.220	Valid
	X3.4	0.645	0.220	Valid
	X3.5	0.621	0.220	Valid
	X3.6	0.527	0.220	Valid
	X3.7	0.529	0.220	Valid

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Minat Berwirausaha	Y1	0.697	0.220	Valid
	Y2	0.802	0.220	Valid
	Y3	0.782	0.220	Valid
	Y4	0.741	0.220	Valid
	Y5	0.711	0.220	Valid
	Y6	0.722	0.220	Valid
	Y7	0.708	0.220	Valid
	Y8	0.707	0.220	Valid
	Y9	0.813	0.220	Valid
	Y10	0.567	0.220	Valid
	Y11	0.607	0.220	Valid
	Y12	0.479	0.220	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2025

Merujuk pada tabel tersebut, analisis validitas menunjukkan seluruh variabel kuesioner “valid”, dengan nilai r hitung melebihi r tabel (0.220) serta tingkatan signifikansi mencapai 5%. Artinya kuesioner tersebut dianggap sebagai instrumen penelitian yang layak untuk mengumpulkan data yang relevan.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dijalankan mempergunakan statistik *Cronbach's Alpha* pada kriteria koefisien melebihi 0,60 atau sekitar 60%. Item pernyataan dalam variabel dianggap “reliabel” apabila nilai *alpha* melebihi 0,60. Sehingga bisa disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan dalam variabel dianggap “reliable”. Berikut merupakan hasil dari pengujian reliabilitas:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan	0,707	Realiabel
Entrepreneur Knowledge	0,924	Realiabel
E-Commerce	0,731	Realiabel
Minat Berwirausaha	0,896	Realiabel

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2025

Merujuk dari tabel tersebut, seluruh instrumen penelitian melampaui skor 0,60 atau reliabel. Dengan demikian disimpulkan bahwasanya seluruh instrument sudah memenuhi nilai yang dijadikan syarat yakni dengan *Cronbach's Alpha* yaitu diatas 0,6 atau 60%.

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 4. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	78	3,00	4,00	3,3503	,26509
Entrepreneur Knowledge	78	2,25	4,00	3,2351	,46713
E-Commerce	78	2,43	4,00	3,3660	,34227
Minat Berwirausaha	78	2,58	4,00	3,4521	,37713
Valid N (listwise)	78				

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2025

Merujuk dari hasil analisis statistik deskriptif di tabel 4, jumlah data (N) yang valid adalah sebanyak 78. Dengan demikian, beberapa rangkuman intepretasi di antaranya:

1. Dari variabel pengetahuan literasi keuangan (X1), dapat disimpulkan bahwasanya nilai minimumnya 3,00 serta maksimumnya 4,00, dengan rerata mencapai 3,3503 serta standar deviasi 0,26509. Hal ini menunjukkan sebaran data dari variabel literasi keuangan.
2. Dari variabel *entrepreneur knowledge* (X2), dapat disimpulkan bahwasanya nilai minimumnya 2,25 serta maksimumnya 4,00, dengan rerata 3,2351 serta standar deviasinya 0,46713. Hal ini menunjukkan sebaran data dari variabel *entrepreneur knowledge*.
3. Dari variabel *e-commerce* (X3), dapat disimpulkan bahwasanya nilai minimumnya 2,43 serta maksimumnya 4,00, dengan rerata 3,3660 serta standar deviasinya 0,34227. Hal ini menunjukkan sebaran data dari variabel *e-commerce*.
4. Dari minat berwirausaha (Y), dapat disimpulkan bahwasanya nilai minimumnya 2,80 serta maksimumnya 4,00 dengan rerata total 3,4521 serta standar deviasinya 0,37713.

Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized	Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,26722354
Most Extreme Differences	Absolute	,085
	Positive	,085
	Negative	,-050
Kolmogorov-Smirnov Z		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.619 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2025

Merujuk dari Tabel 5, hasil dari pengujian memperlihatkan bahwasanya Asymp.Sig.(2-Tailed) mencapai 0,619 melebihi ambang batas 0,05. Dengan demikian, bisa ditarik kesimpulan bahwsanya data mempunyai distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	,594	,443		1,340	,184	
Literasi Keuangan	,034	,125	,024	,268	,789	,873 1,146
Entrepreneur Knowledge	,245	,072	,303	3,421	,001	,865 1,156
E-Commerce	,580	,103	,527	5,636	,000	,777 1,287

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2025

Mengacu pada hasil dari analisis di tabel 6, memperlihatkan bahwasanya semua *independent variable* mempunyai nilai *VIF* dibawah 10 maupun α melebihi 0,10. Indikasi ini mengarah pada tidak ada permasalahan multikolinearitas yang signifikan dari *independent variable*, sehingga terpenuhi asumsi bebas multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,325	,248		1,310	,194
	Literasi Keuangan	-,027	,070	-,048	-,389	,698
	Entrepreneur Knowledge	-,046	,040	-,141	-1,143	,257
	E-Commerce	,040	,058	,090	,689	,493

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2025

Mengacu tabel tersebut, taraf signifikansi untuk semua variabel adalah $> 0,05$. Kesimpulannya adalah bahwasanya tidak ada indikasi heteroskedastisitas atau data tersebut lolos uji heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,594	,443		1,340	,184
	Literasi Keuangan	,034	,125	,024	,268	,789
	Entrepreneur Knowledge	,245	,072	,303	3,421	,001
	E-Commerce	,580	,103	,527	5,636	,000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2025

Sebagaimana ditunjukkan table 8, hasil estimasi model regresi linier multivariat melalui formulasi persamaan matematis:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,594 + 0,034 X_1 + 0,245 X_2 + 0,580 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Berwirausaha

α = Nilai Konstanta

$\beta_1 X_1$ = Nilai koefisien literasi keuangan

$\beta_2 X_2$ = Nilai koefisien *entrepreneur knowledge*

$\beta_3 X_3$ = Nilai koefisien *e-commerce*

e = Kesalahan Residu

Tafsir dari persamaan yang disajikan sebelumnya, diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta 0,594 menunjukkan bahwa nilai koefisien konstanta positif, sehingga dapat diinterpretasikan variabel independen seperti literasi keuangan, *entrepreneur knowledge* dan *e-commerce* nilainya 0 maka minat berwirausaha akan bernilai 0,594.
2. Nilai β_1 adalah 0,034 pada variabel literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif. Hal ini dapat disimpulkan bahwa apabila variabel literasi keuangan terjadi kenaikan sehingga minat berwirausaha meningkat dengan asumsi bahwasanya *independent variable* lainnya adalah konstan.
3. Nilai pada β_2 memiliki nilai 0,245. Artinya bahwa pada variabel *entrepreneur knowledge* menunjukkan nilai yang positif. Dengan kesimpulan apabila variabel *entrepreneur knowledge* terjadi kenaikan sehingga minat berwirausaha meningkat dengan asumsi *independent variable* lainnya adalah konstan.
4. Nilai 0,580 pada variabel *e-commerce* (β_3) menunjukkan nilai yang positif, maka disimpulkan bahwa jika variabel *e-commerce* terjadi peningkatan maka minat berwirausaha turut meningkat melalui anggapan bahwa *independent variable* lainnya adalah tetap atau konstan.

Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Tabel 9. Hipotesis Parsial (Uji-t)

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	,594	,443			1,340	,184
1 Literasi Keuangan	,034	,125	,024	,268	,789	
Entrepreneur Knowledge	,245	,072	,303	3,421	,001	
E-Commerce	,580	,103	,527	5,636	,000	

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2025

Merujuk dari Uji t di Tabel 9 diatas, dengan ini disimpulkan bahwa:

1. Hasil uji signifikansi menunjukkan nilai probabilitas mencapai $0,789 > 0,05$. Maka membuktikan bahwasanya literasi keuangan tidak mempengaruhi minat berwirausaha.
2. Uji signifikansi mengindikasikan nilai probabilitas $0,001 \leq 0,05$. Temuan ini membuktikan apabila *entrepreneur knowledge* berpengaruh atas minat berwirausaha.
3. Nilai probabilitas pada uji signifikansi menampilkan $0,000 \leq 0,05$. Pengujian ini mengindikasikan bahwa *e-commerce* berdampak kepada minat berwirausaha.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan kepada Minat Berwirausaha

Hasil analisis signifikansi memperlihatkan bahwasanya nilai probabilitas 0,789 yang melebihi taraf signifikansi yaitu 0,05. Hal tersebut mengindikasikan bahwa literasi keuangan tidak memberikan dampak secara signifikan dengan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Literasi keuangan tidak mempunyai peran langsung untuk mendorong minat individu memulai usaha mandiri. Indikasi lain karena kondisi yang terkait rendahnya rasa percaya diri atau kekhawatiran terhadap risiko kegagalan dalam berwirausaha. Selain itu, ketidakmampuan mengelola keuangan secara efektif juga dapat menjadi faktor pemicu utama.

Pengetahuan literasi keuangan yang baik ternyata belum tentu menjadi penentu utama dalam membangkitkan minat mahasiswa untuk memulai usaha. Hal ini dapat terjadi karena

rendahnya niat berwirausaha akibat belum adanya praktik manajemen keuangan secara realita dalam kehidupan mahasiswa, serta kebiasaan konsumtif merupakan faktor lain yang turut memengaruhi. Kendati telah memiliki pemahaman yang memadai terkait literasi keuangan, mahasiswa cenderung tidak menerapkan dalam praktik sehari-hari. Ketidakmampuan mengendalikan pengeluaran pribadi dapat menurunkan minat dalam dunia usaha karena tidak ada persepsi kontrol atas keuangan pribadi maupun ketersediaan modal awal. Hal terpenting bagi mahasiswa yang ingin menekuni kewirausahaan yakni pemahaman sekaligus penerapan literasi keuangan secara menyeluruh.

Pengaruh *Entrepreneur Knowledge* kepada Minat Berwirausaha

Merujuk hasil dari pengujian signifikansi, didapatkan nilai probabilitas 0,001 dibawah ambang batas 0,05. Indikasi ini bahwasanya *entrepreneur knowledge* berdampak signifikan kepada minat berwirausaha.

Hasil ini selaras pada TBP, yang memberi pernyataan bahwasanya tindakan seseorang dipengaruhi dari niat dan minatnya. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan di bidang kewirausahaan cenderung lebih yakin dan mantap dalam memulai usaha. Pemahaman yang baik mengenai kewirausahaan dapat mempermudah pengambilan keputusan secara taktis dan strategis serta dalam mengelola risiko, sehingga mendukung tercapainya tujuan usaha yang diinginkan

Pengaruh *E-Commerce* kepada Minat Berwirausaha

Nilai probabilitas 0,000 dibawah tingkatan signifikansi 0,05 berdasarkan hasil uji signifikansi yang merepresentasikan *e-commerce* berdampak signifikan kepada minat mahasiswa dalam berwirausaha. Kesimpulan yang mengacu pada hasil sebelumnya bahwa *e-commerce* berperan sebagai media strategis dalam mendukung aktivitas bisnis, terutama pada aspek pemasaran dan perluasan jangkauan usaha. Melalui platform *e-commerce*, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen dengan lebih cepat dan mudah, bahkan tanpa perlu bertemu secara langsung. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap sistem kerja *e-commerce*, maka semakin besar pula minat mereka untuk memulai usaha.

Perkembangan teknologi telah mengubah pola interaksi manusia dalam berwirausaha dari sistem konvensional menjadi digital. *E-commerce* merupakan hasil transformasi tersebut dan memungkinkan transaksi jual beli produk maupun jasa dilakukan secara daring.

Bagi mahasiswa, *e-commerce* memberikan peluang baru untuk memulai bisnis, memperluas strategi pemasaran, serta menjangkau pasar hingga ke tingkat global. Selain sebagai sarana promosi, *e-commerce* berpotensi mendorong terciptanya lapangan kerja baru sehingga dapat menekan angka pengangguran.

Dengan demikian, semakin intensif promosi produk yang dilakukan melalui platform *e-commerce*, meninggi juga minat konsumen dalam membeli produk. Kondisi ini secara tidak langsung mendorong mahasiswa terlibat dalam kewirausahaan digital untuk mencapai tujuan usahanya.

SIMPULAN

Nilai signifikansi dari variabel Literasi Keuangan yaitu 0,789 melebihi nilai signifikansi 0,05. Indikasi dari nilai tersebut adalah Literasi Keuangan tidak memberi dampak signifikan terhadap minat berwirausaha kendatipun mahasiswa memiliki pengetahuan konsep literasi keuangan, pemahaman tersebut belum tentu mendorong mahasiswa berminat untuk berwirausaha. Variabel *Entrepreneur Knowledge* memiliki nilai signifikansi 0,001 dibawah nilai signifikansi yaitu 0,05 (lebih kecil daripada α). Nilai ini mengindikasikan bahwasanya *entrepreneur knowledge* berdampak signifikan untuk minat berwirausaha mahasiswa yang menandakan tingginya tingkat pengetahuan mahasiswa terkait *entrepreneur knowledge*, maka cenderung untuk memiliki minat dalam berwirausaha. Sedangkan variabel *E-Commerce* mempunyai *P Sig.* 0,000 dibawah ambang batas nilai signifikansi 0,05 (lebih kecil daripada α). Artinya bahwa koefisien regresi positif mengindikasikan semakin baik pemahaman mahasiswa terkait *e-commerce*, maka berbanding lurus dengan kecenderungan minat berwirausaha yang tinggi dengan didukung oleh pemanfaatan teknologi digital dan platform online memudahkan mahasiswa dalam menjangkau pasar serta mengembangkan usaha dengan modal yang lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alshebami, A. S., & Al Marri, S. H. (2022). The Impact of Financial Literacy on

- Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of Saving Behavior. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.911605>
- Alvian, A. (2021). Minat Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Kreativitas Dan Inovasi Pada Mahasiswa Universitas Dharma Andalas Padang (Studi Kasus : Mahasiswa FEB S1 Manajemen). *Menara Ilmu*, XV (01). <https://doi.org/10.31869/mi.v15i1.2373>
- Alvian, A., & Yentisna. (2021). *Minat Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Kreativitas dan Inovasi pada Mahasiswa Universitas Dharma Andalas Padang (Studi Kasus: Mahasiswa FEB S1 Manajemen) Student's Interest Through Creativity and Innovation to Student Of Dharma Andalas University Padang. 01.*
- Bambang Ismoyo. (2022, February 3). *Jumlah Wirausaha Muda Indonesia Sedikit, MES: Edukasi dan Sosialisasi Entrepreneursip Harus Masif*.
<https://www.tribunnews.com/bisnis/2022/02/03/jumlah-wirausaha-mudaindonesia-sedikit-mes-edukasi-dan-sosialisasi-entrepreneurship-harus-masif> .
- Effendy, F., Awalludin, D., Hurriyati, R., Disman, D., Sultan, Mokh. A., Nugraha, S., & Suhono, S. (2021). Dampak Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Wirausaha Mahasiswa dengan Pendekatan Model TPB. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 195–202. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i3.316>
- Fitri, E., Amri, K., & Dianah, A. (2023). Pengaruh E-Commerce, Kepribadian dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Law and Economics*, 2 (1), 22–40. <https://doi.org/10.56347/jle.v2i1.175>
- Gultom, E., Manajemen, P., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Akbar, R. (2021). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2), 40–46. <https://doi.org/10.47065/jbe.v2i2.788>
- Harmayani, Durahman Marpaung, Amir Hamzah Neni Mulyani, & Jeperson Hutahaean. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital* (1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Hartini, S., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Digital Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5 (1), 197–206.
<https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p197-206>
- Hugo, E. M., & Nuringsih, K. (2020). Entrepreneurial Education, Green Orientation Entrepreneur, dan Green Value terhadap Ecology Entrepreneurial Intention. *Jurnal*

- Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2 (4), 914. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9871>
- Ismail, W. (2021). Analisis Peran Pengusaha dalam Mengurangi Pengangguran Terbuka Perspektif Ekonomi Islam di Kota Bima (Studi Kasus HIPMI dan TDA Kota Bima). *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 4.
- Kartika Devi, E., & Romansyah, N. (2024). *Strategi Pemasaran Digital dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan di Era E-Commerce* (Vol. 01, Issue 01).
- Kurnia Dewi, Hasanah Yaspita, & Airine Yulianda. (2020). *Manajemen Kewirausahaan*. Deepublish.
- Kusuma Wardani, D., & Grensi Woli, S. (2021). Pengaruh Budaya Bisnis Masyarakat, Literasi Keuangan, Self Efficacy, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat di Kota Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi FE UST Yogyakarta*, 9. <https://doi.org/10.26460/ja.v9i1.2192>
- Made, N., Kristianti, M. A., Ayu, G., Rencana, K., & Dewi, S. (2022). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Literasi Keuangan, Lingkungan Keluarga dan Love of Money terhadap Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha*. <https://doi.org/10.23887/jimat.v13i04.35820>
- Muhammad Rifaldi, Sri Hartati, & Muhammad Alfin Vajriansyah. (2024). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Brand Awareness di Era E-Commerce. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 3(1), 58–65. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v3i1.2790>
- Napitupulu, J. H., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kota Samarinda. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 9 (3), 138–144. <https://doi.org/10.26740/jupe.v9n3.p138-144>
- Nastuti Ani, A. F. W. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas di Kalimantan Barat. *Jurnal Riset Ilmu Pertanian Dan Ekonomi*, 1.
- Rahayu, & Idris. (2022, January 2). *Peran Kewirausahaan dalam Perekonomian Indonesia*. <Https://Money.Kompas.Com/Read/2022/01/02/215320826/Peran-Kewirausahaan-Dalam-Perekonomian-Indonesia?>
- Rahel Veronika Siregar, Rona Hinirim Gultom, Yohana Feby, Joan Agus Sirait, Nurlia Sinurat, & Radja Marihat Batubara. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Pengangguran terhadap Tingkat Inflasi di Indonesia Periode 2000-2021. *Jurnal Pendidikan Tambusai*,

7. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.6450>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhardi, & Agustina Widodo. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS (JIMB)*, 7. <https://doi.org/10.37479/jimb.v7i1.25119>
- Syafiya Fathiyannida, & Teguh Erawati. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Lingkungan Keluarga dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif dan Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4 (2), 83–94. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v4i2.3255>
- Tanjaya, C., & Radiano, W. E. (2020). Entrepreneurial Knowledge, Entrepreneurial Intention, Dan Entrepreneurial Orientation Pada Pendidikan Ilmu Akuntansi. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, 1 (2), 135–152. <https://doi.org/10.37715/mapi.v1i2.1406>
- Uli Wildan Nuryanto, M. D. A. H. S. A. B. S. (2020). Analisis Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi, Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Wirausaha UMKM di Kabupaten Serang. *Dynamic Management Journal*. <https://doi.org/10.31000/dmj.v4i2.2315>