



**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, EFIKASI DIRI,
KARAKTER WIRAUSAHA DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP
MINAT BERWIRAUSAHA MENGGUNAKAN *E-COMMERCE***

(Mahasiswa Aktif Perguruan Tinggi di Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

TUTI KHOIRIYAH NGATININGSIH

NPM 22001081004



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

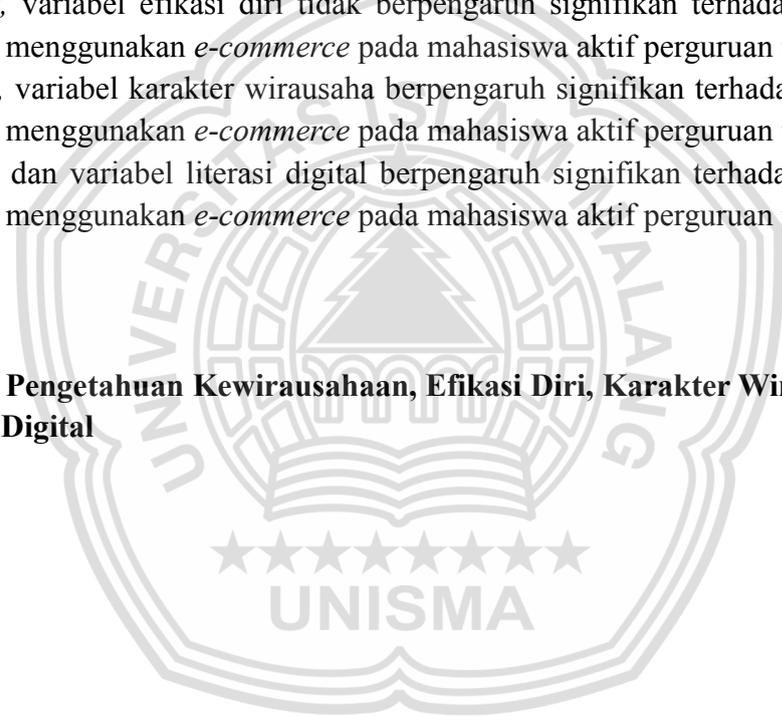
PRODI MANAJEMEN

2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh pengetahuan kewirausahaan, efikasi diri, karakter wirausaha, dan literasi digital terhadap minat berwirausaha menggunakan *e-commerce* pada mahasiswa aktif perguruan tinggi di Kota Malang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian data yang digunakan adalah pengujian hipotesis parsial (Uji t). Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (Uji t) variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *e-commerce* pada mahasiswa aktif perguruan tinggi di Kota Malang, variabel efikasi diri tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *e-commerce* pada mahasiswa aktif perguruan tinggi di Kota Malang, variabel karakter wirausaha berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *e-commerce* pada mahasiswa aktif perguruan tinggi di Kota Malang dan variabel literasi digital berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *e-commerce* pada mahasiswa aktif perguruan tinggi di Kota Malang.

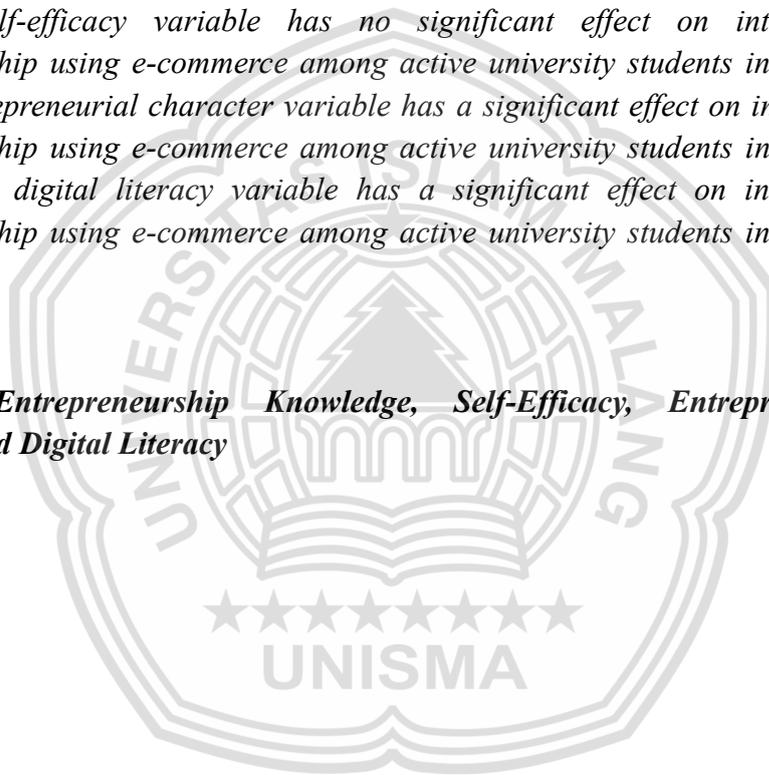
Kata Kunci: Pengetahuan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Karakter Wirausaha dan Literasi Digital



ABSTRACT

This research aims to test and explain the influence of entrepreneurial knowledge, self-efficacy, entrepreneurial character, and digital literacy on interest in entrepreneurship using e-commerce among active university students in Malang City. The sample used in this research was 90 respondents using purposive sampling technique. The data analysis method used in this research is quantitative data analysis using multiple linear regression analysis. The data test used is partial hypothesis testing (t test). The results of this research show that partially (t test) the entrepreneurial knowledge variable has a significant effect on interest in entrepreneurship using e-commerce among active university students in Malang City, the self-efficacy variable has no significant effect on interest in entrepreneurship using e-commerce among active university students in Malang City, the entrepreneurial character variable has a significant effect on interest in entrepreneurship using e-commerce among active university students in Malang City and the digital literacy variable has a significant effect on interest in entrepreneurship using e-commerce among active university students in Malang City.

Keywords: *Entrepreneurship Knowledge, Self-Efficacy, Entrepreneurial Character and Digital Literacy*



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengangguran merupakan situasi yang berpotensi merugikan kemajuan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Pengangguran diartikan sebagai keadaan dimana seseorang yang memiliki bakat dan keinginan untuk bekerja tidak mampu memperoleh pekerjaan yang memadai. Ini adalah fenomena sosial dan ekonomi yang memiliki pengaruh besar terhadap kesejahteraan manusia, keluarga, dan masyarakat secara keseluruhan. Pengangguran dapat menimbulkan dampak sosial dan ekonomi yang besar, seperti kemiskinan, berkurangnya kesejahteraan, dan ketidakstabilan masyarakat. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia, (2023), sebagian besar pengangguran disebabkan oleh ketidaksesuaian antara lapangan kerja yang tersedia dan jumlah orang yang mencari pekerjaan. Selain itu penyebab lain yang mempengaruhi tingginya angka pengangguran di Indonesia adalah pertumbuhan jumlah penduduk yang tidak diikuti dengan terciptanya lapangan kerja.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia (2023), Tingkat Pengangguran Terbuka pada bulan Agustus tahun 2023 sebesar 5,32% diantaranya yaitu masyarakat yang tidak tamat Sekolah Dasar, lulusan Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Kejuruan/Sekolah Menengah Atas, serta lulusan Universitas. Dapat dinyatakan bahwa dari 100 orang angkatan yang bekerja, terdapat sekitar 5 orang yang menganggur. Tingkat Pengangguran terbuka menurut definisi Badan Pusat Statistik Indonesia (2023), merupakan indikator yang telah

digunakan untuk mengukur tenaga kerja yang tidak terserap oleh pasar kerja dan menggambarkan kurangnya pasokan tenaga kerja. termasuk mereka yang secara aktif mencari pekerjaan, mereka yang sedang mempersiapkan usahanya tetapi belum berjalan, mereka yang sengaja tidak mencari pekerjaan karena mereka merasa tidak mungkin mendapatkannya, dan mereka yang sudah memiliki pekerjaan tetapi belum mulai bekerja.

Dalam mengatasi permasalahan pengangguran dan kemiskinan tersebut, salah satu pendekatan efektif adalah dengan mendorong pertumbuhan lapangan kerja melalui upaya pengembangan wirausaha. Amiruddin (2021), menyatakan bahwa berwirausaha adalah pilihan yang tepat untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan. Selain itu, kewirausahaan dapat membantu mengurangi pengangguran dan kemiskinan dengan memungkinkan orang membuat dan menjual barang-barang yang memiliki nilai jual lebih. Kewirausahaan merupakan kegiatan yang harus didukung karena memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan sosial melalui penciptaan lapangan kerja (Barba-Sánchez et al., 2022). Pilihan untuk berwirausaha dalam menciptakan lapangan kerja berpotensi memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan bekerja sebagai karyawan.

Presiden telah mengeluarkan Keputusan Perpres Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional dalam rangka mendukung pertumbuhan kewirausahaan hingga tahun 2024, yang akan mencapai tingkat optimal sebesar 3,95% dari seluruh penduduk Indonesia (Pemerintah Pusat, 2022). Aturan ini menjadi pedoman bagi kementerian atau lembaga (K/L) pemerintah daerah (Pemda), dan pemangku kepentingan dalam melaksanakan rencana

pengembangan kewirausahaan nasional 2021-2024 (Manuaba et al., 2023). Kemudahan tersebut antara lain seperti pendaftaran izin usaha secara elektronik, kemudahan standarisasi dan sertifikasi baik dalam negeri maupun ekspor, akses pendanaan dan jaminan bagi pelaku usaha, pengutamaan dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah, dan prioritas dalam akses pasar digital bagi Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Di era digital saat ini, peluang wirausaha bagi mahasiswa tidak dapat dipisahkan dari peran *E-Commerce*. Menurut Kurniawan et al., (2023) peluang adalah perkembangan yang menguntungkan dalam lingkungan eksternal perusahaan dan jika peluang tersebut dimanfaatkan oleh perusahaan, maka mempunyai kemampuan untuk menghasilkan laba jangka panjang bagi perusahaan. Salah satu penyebab tumbuhnya *E-Commerce* adalah semakin canggihnya perkembangan Internet yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik disingkat UU ITE (Pemerintah Pusat, 2008).

Menurut Harto et al., (2023), pemerintah mendorong generasi muda untuk mempersiapkan transisi dari era tradisional ke era digital dan terdapat peraturan yang dibuat oleh pemerintah yang tercantum dalam Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 untuk mengoptimalkan pemanfaatan potensi era digital, perekonomian dan mendorong percepatan serta pengembangan sistem *E-Commerce*. *E-Commerce* yang sering disebut dengan *online shopping* kini populer tidak hanya di web tetapi juga di platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook dan Tik-tok serta *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lain-lain.

Berdasarkan temuan kajian *E-Commerce* yang dilakukan pada tahun 2019, pelaksanaan tahun 2023 merupakan pelaksanaan kelima yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia, (2023). Kajian *E-Commerce* tahun 2023 dilakukan di 302 kabupaten/Kota di 34 provinsi di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memotret perkembangan *E-Commerce* di Indonesia pada tahun 2022 dari perspektif bisnis *E-Commerce*. Berdasarkan data usaha (*listing*) yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia (2023), survei *E-Commerce* tahun 2023 di 4.252 blok sensus yang tersebar di 302 kabupaten/Kota, hanya 21,88% yang merupakan pengusaha *E-Commerce*, dan masih banyak perusahaan yang belum menerapkan *E-Commerce* pada tahun 2022. Mayoritas pelaku usaha (78,12%) memilih untuk berjualan langsung (*offline*) karena lebih nyaman dan aman, 29,94% tidak berminat berjualan *online*, dan 27,83% kurang memiliki pengetahuan, kepercayaan diri dan karakter dalam berwirausaha menggunakan *E-Commerce*.

Dengan demikian, untuk meminimalisir pengangguran salah satu dari strateginya yaitu membekali diri dengan pengetahuan kewirausahaan guna meningkatkan kualitas pendidikan kewirausahaan dan membangun pelatihan karakter berwirausaha menggunakan teknologi digital sehingga memunculkan minat mahasiswa untuk berwirausaha menggunakan *platform* digital yaitu *E-Commerce*. Minat berwirausaha menurut Indriyani & Subowo (2019), adalah kecenderungan hati seseorang untuk berminat mengembangkan suatu usaha, kemudian dapat mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang didirikannya. Faktor penelitian yang dapat memengaruhi minat berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan, efikasi diri, karakter kewirausahaan, dan

literasi digital, dimana telah disorot sebagai karakteristik penting yang mempengaruhi keinginan individu khususnya mahasiswa untuk menjadi wirausaha.

Faktor penelitian yang pertama adalah pengetahuan kewirausahaan. Menurut Safitri & Maryanti (2022), Pengetahuan Kewirausahaan merupakan pemahaman seseorang dan kemampuannya melalui pendidikan kewirausahaan untuk memperluas pengetahuan tentang wirausaha sehingga dapat menciptakan sesuatu yang baru dan mempunyai nilai serta manfaat bagi diri sendiri serta orang lain. Pengetahuan kewirausahaan dalam konteks ini mengacu pada pemahaman prinsip-prinsip dasar kewirausahaan, prosedur bisnis, dan berbagai karakter positif, kreatif, serta inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha (Wahyudi & Sunarsi, 2021). Pengetahuan kewirausahaan dapat menumbuhkan nilai kewirausahaan khususnya di kalangan mahasiswa, sehingga diharapkan dapat membangun jiwa berwirausaha. Tanpa adanya pengetahuan kewirausahaan, wirausaha tidak akan bisa berjalan dengan baik sehingga minat dalam menciptakan sebuah usaha akan gagal maka diperlukannya pendidikan kewirausahaan untuk memperluas pengetahuan tentang wirausaha.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Indriyani & Subowo, 2019; Srianggareni, 2020; Khatami, 2021; Marlina et al., 2023). Hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Lumbantoruan (2020) yang memiliki hasil penelitian bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Faktor penelitian yang kedua adalah efikasi diri. Menurut Rahmawati (2022), efikasi diri mewakili pemahaman seseorang terhadap kapasitasnya berdasarkan pengalaman sebelumnya dan atribusi kinerja serta perhatiannya terhadap suatu usaha. Mahasiswa mempunyai keinginan yang kuat untuk mendirikan usahanya sendiri, namun bayangan kegagalan, kurangnya dana, dan kurangnya waktu untuk fokus membangun usaha menjadi kendalanya. Diperlukannya kepercayaan diri atau efikasi diri yang positif karena merupakan unsur penentu keberhasilan, sehingga dapat menimbulkan kepuasan yang muncul seiring dengan pengetahuan yang telah diserap (Lumbantoruan, 2020). Mahasiswa yang telah memiliki pengetahuan tentang kewirausahaan pasti akan membentuk sikap untuk mencapai prestasi yang ditumbuhkan oleh kepercayaan dalam dirinya.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Indriyani & Subowo, 2019; Lumbantoruan, 2020; Srianggareni et al., 2020; Ardani, 2020; Khatami, 2021; Bastomi & Sudaryanti, 2022; Rahmawati, 2022; Hayati, 2022; Marlina et al., 2023; Bahri et al., 2023; Awalia et al., 2024); Amali et al., 2024. Hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Usman et al., (2019) dan Putri (2021), yang menyatakan bahwa efikasi diri tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Faktor penelitian yang ketiga adalah karakter wirausaha. Menurut Khatami (2021), karakter kewirausahaan seseorang harus dapat dibentuk melalui pola pikirnya untuk memiliki minat berwirausaha, karakter wirausaha penting untuk mewujudkan ide-ide inovatif dan kreatif seseorang ke dalam dunia usaha dengan membentuk ciri khas, tingkah laku, tabiat, watak, sikap, dan tindakan seseorang.

Menurut Ardani (2020), seseorang yang minat berwirausaha mempunyai karakter selalu bersemangat terhadap kesuksesan usahanya di masa depan dan pandai memanfaatkan peluang untuk mengembangkan perusahaannya. Oleh karena itu, karakter kewirausahaan sangat penting untuk menjadi seorang wirausaha karena mencakup sifat-sifat seperti keuletan, daya cipta dan penemuan baru. Tanpa karakter wirausaha, perusahaan besar tidak akan berfungsi dengan mudah dan tidak dapat diprediksi.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa karakter wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Lumbantoruan, 2020; Ardani, 2020; Khatami, 2021; Hayati, 2022; Marlina et al., 2023). Hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Morizia (2019), yang menyatakan bahwa karakter wirausaha tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Faktor penelitian yang ke-empat adalah literasi digital. Menurut UNESCO (2018), literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menemukan, menganalisis, menggunakan, membuat, dan mendistribusikan konten atau informasi yang memiliki karakteristik kognitif, etika, sosial, emosional, dan teknis atau teknologi. Menurut Parlindungan et al., (2023), mendefinisikan literasi digital sebagai pengetahuan dan kemampuan pengguna dalam memanfaatkan media digital seperti alat komunikasi, jaringan internet, dan lain sebagainya. Menurut Ulfah et al., (2023), kemampuan literasi digital berperan penting dalam meningkatkan minat berwirausaha, pengusaha didesak untuk beralih ke model bisnis digital dan menghindari cara-cara tradisional dalam berbisnis demi pertumbuhan usaha mereka. Namun, teknologi canggih yang dapat memuat banyak

informasi beberapa di antaranya dapat menyesatkan, menyebarkan informasi palsu atau mengandung konten negatif. Pemanfaatan teknologi merupakan sebuah tantangan tersendiri, oleh karena itu literasi digital diperlukan agar mahasiswa dapat menyaring informasi apa pun yang diperolehnya dengan lebih baik.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Sholespy, 2022; Ulfah et al., 2023; Sari, 2023). Hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Hidayati et al., (2023), yang menyatakan bahwa literasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menilai dampak dari pengaruh pengetahuan kewirausahaan, efikasi diri, karakter wirausaha dan literasi digital terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha menggunakan *E-Commerce*. Malang merupakan salah satu kota terbesar di Jawa Timur, dengan jumlah penduduk 844.933 jiwa dan 330.000 mahasiswa aktif yang belajar di 86 universitasnya (Adziim et al., 2023). Sehingga kota Malang dikenal sebagai pusat pendidikan yang menarik minat pelajar dari berbagai penjuru untuk menempuh pendidikan di perguruan tinggi negeri dan swasta (Amali et al., 2024).

Kewirausahaan merupakan jalur karir yang populer bagi lulusan S1, namun banyak dari mereka menghadapi tantangan, seperti kurangnya pengalaman bisnis meskipun mereka memiliki kemampuan akademis (awalia et al., 2024). Dengan pemahaman yang lebih mendalam maka dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mendorong minat serta keterlibatan berwirausaha di kalangan mahasiswa aktif perguruan tinggi di Kota Malang, harapannya dapat menumbuhkan jiwa berwirausaha. Serta bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik

tentang faktor-faktor yang membentuk minat individu dalam mengejar karir wirausaha. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi Minat Berwirausaha, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan inisiatif yang bertujuan untuk memotivasi dan membimbing individu mahasiswa dalam memasuki dunia wirausaha. Mahasiswa aktif perguruan tinggi di Kota Malang memiliki potensi kesuksesan yang tinggi di masa depan dalam bidang bisnis dan ekonomi. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami aspek-aspek yang mungkin mempengaruhi semangat mereka dalam berwirausaha.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin mengetahui variabel pengetahuan wirausaha, efikasi diri, karakter wirausaha, dan literasi digital berpengaruh terhadap minat berwirausaha menggunakan *E-Commerce*. Sehingga, diambillah judul **“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Karakter Wirausaha Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Menggunakan *E-Commerce* (Mahasiswa Aktif Perguruan Tinggi di Kota Malang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *E-Commerce* pada mahasiswa aktif di Kota Malang?

2. Apakah efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *E-Commerce* pada mahasiswa aktif di Kota Malang?
3. Apakah karakter wirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *E-Commerce* pada mahasiswa aktif di Kota Malang?
4. Apakah literasi digital berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *E-Commerce* pada mahasiswa aktif di Kota Malang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *E-Commerce* pada mahasiswa aktif di Kota Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *E-Commerce* pada mahasiswa aktif di Kota Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh karakter wirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *E-Commerce* pada mahasiswa aktif di Kota Malang.
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *E-Commerce* pada mahasiswa aktif di Kota Malang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

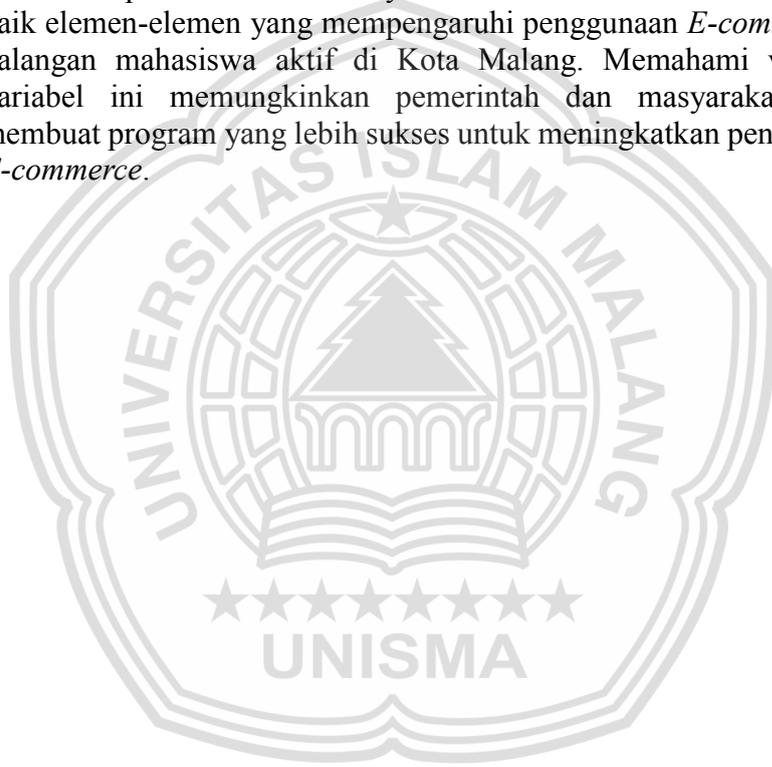
1. Secara Teoritis

- a. Peneliti ingin memberikan bukti bahwa pengetahuan kewirausahaan, efikasi diri, karakter wirausaha dan literasi digital di bidang manajemen, diperlukan bagi para mahasiswa manajemen untuk berwirausaha melalui penelitian ini.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam upaya mendukung pertumbuhan sektor wirausaha dan menciptakan lapangan kerja yang lebih banyak di dalam masyarakat.
- c. Temuan penelitian ini diyakini akan bermanfaat dalam memberikan referensi pengetahuan baru untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

- a. Meningkatkan minat kewirausahaan: Penelitian ini dapat membantu pemerintah dan masyarakat umum lebih memahami unsur-unsur yang mendorong minat kewirausahaan di kalangan mahasiswa aktif di Kota Malang. Memahami variabel-variabel ini memungkinkan pemerintah dan masyarakat untuk menciptakan inisiatif yang lebih efektif untuk meningkatkan minat kewirausahaan dalam demografi ini.
- b. Meningkatkan keterampilan kewirausahaan: Temuan penelitian ini dapat membantu pemerintah dan masyarakat umum lebih memahami unsur-unsur yang mempengaruhi keterampilan kewirausahaan di kalangan mahasiswa aktif di Kota Malang. Memahami variabel-variabel ini memungkinkan pemerintah dan masyarakat untuk menciptakan inisiatif yang lebih sukses untuk meningkatkan keterampilan wirausaha dalam demografi ini.

- c. Meningkatkan literasi digital: Temuan penelitian ini dapat membantu pemerintah dan masyarakat umum lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi literasi digital di kalangan mahasiswa aktif di Kota Malang. Memahami variabel-variabel ini memungkinkan pemerintah dan komunitas untuk menciptakan inisiatif literasi digital yang lebih sukses untuk populasi ini.
- d. Meningkatkan penggunaan *E-commerce*: Penelitian ini dapat membantu pemerintah dan masyarakat umum dalam memahami lebih baik elemen-elemen yang mempengaruhi penggunaan *E-commerce* di kalangan mahasiswa aktif di Kota Malang. Memahami variabel-variabel ini memungkinkan pemerintah dan masyarakat untuk membuat program yang lebih sukses untuk meningkatkan penggunaan *E-commerce*.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengetahuan kewirausahaan, efikasi diri, karakter wirausaha, literasi digital terhadap minat berwirausaha menggunakan *e-commerce* pada mahasiswa aktif di Kota Malang. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *e-commerce* pada mahasiswa aktif di Kota Malang.
2. Efikasi diri individual tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *e-commerce* pada mahasiswa aktif di Kota Malang.
3. Karakter wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *e-commerce* pada mahasiswa aktif di Kota Malang.
4. Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha menggunakan *e-commerce* pada mahasiswa aktif di Kota Malang.

5.1.1 Keterbatasan

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa keterbatasan antara lain:

1. Adanya variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan yaitu variabel Efikasi Diri.
2. Dengan model *Adjusted R²* sebesar 60.5% yang artinya terkandung variabel lain yang lebih memberikan pengaruh dalam minat berwirausaha menggunakan *e-commerce*.

3. Peneliti hanya menggunakan empat variabel independen yaitu Pengetahuan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Karakter Wirausaha & Literasi Digital. Serta satu variabel dependen yaitu Minat Berwirausaha Menggunakan *E-Commerce*.
4. Peneliti hanya melibatkan mahasiswa sebagai responden, yang berasal dari mahasiswa aktif perguruan tinggi di Kota Malang.
5. Penelitian ini belum menggunakan intervening dan moderasi di dalam variabelnya.

5.2 Saran

Merujuk pada hasil penelitian yang diperoleh, peneliti ingin memberikan beberapa rekomendasi sebagai tindak lanjut dari temuan-temuan penting dalam penelitian ini. Rekomendasi tersebut antara lain adalah:

1. Bagi Perguruan Tinggi
 - a. Mengintegrasikan materi tentang analisis peluang usaha di platform *e-commerce* ke dalam kurikulum mata kuliah kewirausahaan atau mata kuliah terkait lainnya.
 - b. Mengadakan pelatihan, workshop, atau seminar yang mengundang praktisi dan ahli di bidang *e-commerce* untuk membagikan pengetahuan dan pengalaman mereka.
 - c. Memfasilitasi mahasiswa untuk melakukan studi lapangan atau magang di perusahaan *e-commerce*, sehingga mereka dapat mempelajari secara langsung bagaimana menganalisis peluang usaha yang baik.
 - d. Mengintegrasikan materi tentang pengembangan keterampilan berpikir kritis ke dalam kurikulum mata kuliah kewirausahaan atau mata kuliah terkait lainnya.

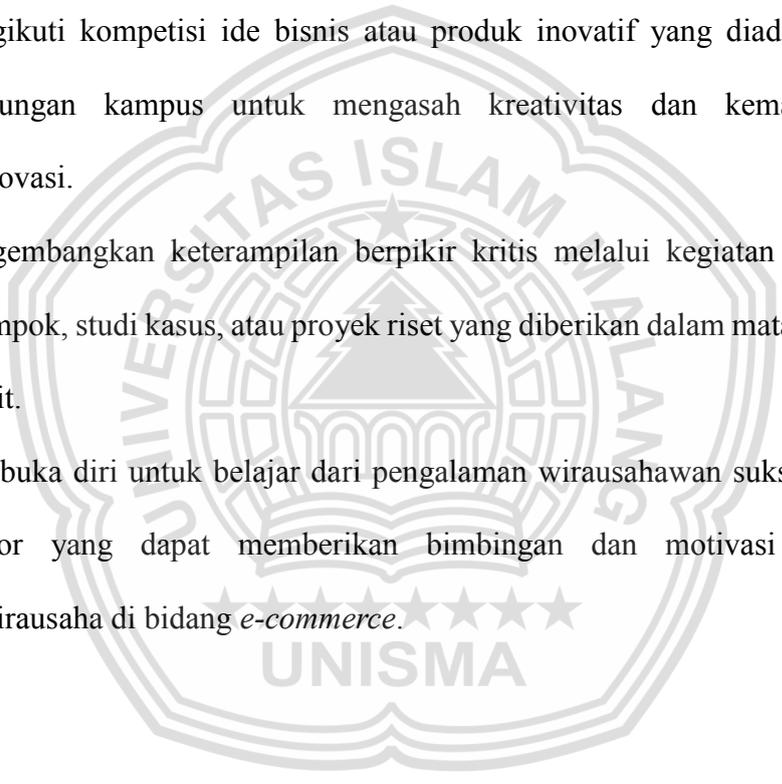
- e. Menggunakan metode pembelajaran yang mendorong mahasiswa untuk berpikir kritis, seperti studi kasus, diskusi kelompok, atau proyek riset.

2. Bagi Pemerintah

- a. Pemerintah dapat mengembangkan program pelatihan khusus yang mencakup analisis peluang usaha *online*, pemasaran digital, pengelolaan platform *e-commerce*, dan pengembangan produk inovatif. Program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan efikasi diri mahasiswa dalam berwirausaha di bidang *e-commerce*.
- b. Untuk mengatasi tantangan kebutuhan modal dalam memulai usaha *e-commerce*, pemerintah bisa menyediakan skema pendanaan khusus atau bekerjasama dengan lembaga keuangan untuk memberikan akses modal yang lebih mudah bagi mahasiswa.
- c. Pemerintah dapat memperkuat jaringan internet, meningkatkan keamanan transaksi *online*, serta memfasilitasi logistik dan pengiriman barang, menciptakan ekosistem yang kondusif untuk pertumbuhan *e-commerce*.
- d. Memberikan insentif seperti keringanan pajak, regulasi yang mendukung, dan perlindungan hak kekayaan intelektual untuk produk inovatif dapat mendorong mahasiswa lebih percaya diri dalam mengembangkan bisnis *e-commerce*.
- e. Fasilitasi kolaborasi antara perguruan tinggi, perusahaan *e-commerce*, dan pemerintah melalui program magang, pertukaran pengetahuan, riset bersama, dan pengembangan kurikulum yang relevan dengan kebutuhan industri.

3. Bagi Mahasiswa

- a. Aktif mencari dan mengikuti pelatihan, workshop, atau seminar tentang analisis peluang usaha di platform e-commerce yang diadakan oleh perguruan tinggi atau pihak lain.
- b. Memanfaatkan kesempatan magang atau studi lapangan di perusahaan *e-commerce* untuk mempelajari secara langsung tentang analisis peluang usaha.
- c. Mengikuti kompetisi ide bisnis atau produk inovatif yang diadakan di lingkungan kampus untuk mengasah kreativitas dan kemampuan berinovasi.
- d. Mengembangkan keterampilan berpikir kritis melalui kegiatan diskusi kelompok, studi kasus, atau proyek riset yang diberikan dalam mata kuliah terkait.
- e. Membuka diri untuk belajar dari pengalaman wirausahawan sukses atau mentor yang dapat memberikan bimbingan dan motivasi dalam berwirausaha di bidang *e-commerce*.



DAFTAR PUSTAKA

- Adziim, F. F., Rolalisasi, A., & Bintarjo, B. (2023). *Perancangan Perpustakaan Digital Kota Malang Bergaya Art Deco*. *Teknika*, 1(1), 9-21.
- 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)
- Ajzen, I. (2011). *The theory of planned behaviour: Reactions and reflections*. *Psychology & health*, 26(9), 1113-1127.
- Amali, Y., Susyanti, J., & Bastomi, M. (2024). Pengaruh Financial Knowledge, Self efficacy dan Social Support Terhadap Kesiapan Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 327-336.
- Amiruddin, A. (2021). Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Manajemen Stie Pembangunan Tanjungpinang Angkatan Tahun 2020-2021 (Studi Kelas Pagi 1 dan Pagi 2). *Jurnal Kemunting*, 2(02), 471-483.
- Ardani, N. A. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy Dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha (*Studi Empiris Pada Mahasiswa S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang Yang Telah Menempuh Mata Kuliah Kewirausahaan*). (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Astri, W., & Latifah, L. (2017). Pengaruh Personal Attributes, Adversity Quotient Dengan Mediasi Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 737–751.
- Awalia, R., Nurhidayah, N., & Novianto, A. S. (2024). *Pengaruh Self Efficacy, Adversity Quotient Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang*. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 287-294.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of self-control*. New York: W.H. Freeman and Company.
- Barba-Sánchez, V., Mitre-Aranda, M., & Brió-González, J. del. (2022). The entrepreneurial intention of university students: An environmental perspective. *European Research on Management and Business Economics*, 28(2). <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100184>
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2004). *Psikologi sosial jilid 1*.
- Basrowi, B. (2011). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Bastomi, M., & Sudaryanti, D. (2022). Analisis Faktor Penentu Minat Berwirausaha Pada Santri Pondok Pesantren Anwarul Huda. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 3(4), 875-882.
- Bastomi, M., Hermawan, A., & Handayati, P. (2023). The effect of digital literacy, e-commerce business trend, mobile payment, income expectations on intention in digital-based entrepreneurship. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 11(3), 688-698.
- Eshet, Y. (2004). Digital literacy: A conceptual framework for survival skills in the digital era. *Journal of educational multimedia and hypermedia*, 13(1), 93-106.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2011). *Theories of personality (Teori kepribadian)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Mulvariate dengan program IBM SPSS (7th ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Hague, C., & Payton, S. (2010). *Digital literacy across the curriculum*. Bristol: Futurelab.
- Harto, B., Rukmana, A. Y., Subekti, R., Tahir, R., Waty, E., Situru, A. C., & Sepriano, S. (2023). *Transformasi Bisnis Di Era Digital: Teknologi Informasi dalam Mendukung Transformasi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hayati, R. (2022). Pengaruh Self Efficacy, Literasi Kewirausahaan Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 04(3), 2022. www.jpnn.com
- Indonesia, B. P. S. (2023). Badan pusat statistik Indonesia. *Badan Pusat Statistik Indonesia*. www.Bps.Go.Id, 13, 12.
- Indonesia, Pemerintah Pusat. (2008). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. LN 2008 (58): 38 hlm. Diubah oleh UU No. 19 Tahun 2016, UU No. 1 Tahun 2024. Jakarta: BIRO HUKUM KOMINFO.

- Indonesia, Pemerintah Pusat. (2022). *Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024*. Jakarta: Pemerintah Pusat. Diambil dari <https://jdih.setneg.go.id>
- Indriyani, I., & Subowo, S. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 470-484.
- Iswandari, A. (2013). Pengaruh Motivasi Intrinsik, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Smkn 12 Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 1(2), 152-162.
- Kasmir. (2009). *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Khatami, A. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy, dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa/i Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Swasta Nila Harahap* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Laura, K. (2010). *Psikologi umum*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Law, N., Woo, D., & Wong, G. (2018). A global framework of reference on digital literacy skills for indikator 4.4. 2 (Information paper No. 51; p. 146). *UNESCO Institute for Statistics*.
- Lovita, E., & Susanty, F. (2021). Peranan Pemahaman E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Bagi Kewirausahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 47–54. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.437>
- Lumbantoruan, N. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy Dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan).
- Malhotra, N. K. (2006). *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing research: An applied approach*. Pearson Education Limited.
- Manajemen, J., Bisnis, D., Srianggareni, N. M., Heryanda, K. K., Telagawathi, N. L. W. S., & Manajemen, J. (2020). Pengaruh Moderasi Self Efficacy Pada Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Di Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Marlina, E., Gusteti, Y., & Putri, D. E. (2023). Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Dharmas Indonesia). *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, 4(3), 296-309.
- Morizia. (2019). “Pengaruh Faktor Kepribadian, Motivasi Berwirausaha Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.” *Jurnal Manajemen Update*, 8(4)

- Munizu, M., Tandiono, R., Pravitasari, E., Kardini, N. L., Hendrawan, H., Nur, T., ... & Manuaba, I. B. K. (2023). *UMKM: Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mustofa, M. A., & Muhson, A. (2014). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, self efficacy, dan karakter wirausaha terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XI SMK Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman. Skripsi. Yogyakarta: UNY.
- Nofriser. (2020). *Pengantar Kewirausahaan*. CV. Adanu Abimata.
- Nuary, F. D. (2010). *Implementasi theory of planned behavior dalam adopsi e-commerce oleh UKM*.
- Oktarina, H., Agung, E. A., & Aswad, S. H. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha (studi kasus mahasiswa program studi pendidikan ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia). *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 2(2), 1-9.
- Pamungkas, A. P., (2021). Pengaruh Self Efficacy, Pendidikan Kewirausahaan dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(3).
- Pane, R., Manullang, T., & Si, M. (2023). *Pengaruh Pemahaman E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Hkbp Nommensen Medan Tahun 2023*. 1(3), 1–13. <https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/entrepreneurship>
- Parlindungan, D. R., Haloho, H. N. Y., Silvian, V., Syabanera, N. D., Cahyadi, L. B., Eugenia, J. F., & Fernando, E. (2023). Literasi Digital untuk Meningkatkan Pemahaman Siswa SMA Paskalis Jakarta Mengenai Etika Komunikasi di Media Sosial. *Dharma Sevanam: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 201-211.
- Puspitaningsih, F. (2014). Pengaruh efikasi diri dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 2(2), 223-235.
- Putri, E. (2021). Pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Panca Sakti. *Research and Development Journal of Education*, 7(2), 269-278.
- Rahmawati, G. (2022). Upaya Membentuk Efikasi Diri Siswa Melalui Program Majelis Muroqobah Di MAN 1 Magetan (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).
- Randika, F. (2023). *Efektivitas Program Pengembangan Kewirausahaan Nasional (PKN) Sebagai Upaya Pencapaian Sustainable Development Goals 8 Target 3 (Studi Kasus Kementerian Koperasi dan UKM)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam 45 Bekasi).

- Ristian, L. R. (2022). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Rudiatna, H. (2021). *Pengaruh Pemahaman E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Survei pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Unpas semeseter 5 dan 7)* (Doctoral dissertation, FKIP UNPAS).
- Safitri, M. E., & Maryanti, E. (2022). *Buku Ajar Kewirausahaan*. Penerbit NEM.
- Sari, B., & Rahayi, M. (2020). *Pengaruh Lingkungan, Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan E-Commerce pada Peningkatan Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB UPI YAI*. 3(2).
- Sari, Y. R. (2020). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Memilih Kuliah Di Stie Pgri Dewantara Jombang (Studi Pada Mahasiswa Stie Pgri Dewantara Angkatan 2017)* (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara Jombang).
- Sholespy, C. I. (2022). *Pengaruh literasi ekonomi dan literasi digital terhadap kemampuan spesifik mahasiswa dalam berwirausaha* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).
- Sihombing, S. J. (2023). *Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha Menggunakan E-commerce* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Sitinjak, I. (2019). The effect of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial competence on the entrepreneurial entry decision and the success of start-up MSMEs in Medan City. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(3), 204.
- Soegoto, E. S. (2014). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung Edisi Revisi*. Elex Media Komputindo.
- Studi, P., Kosentrasi, M., Fakultas, K., Dan, E., Universitas, B., Hidayati, J.), Wediawati, B., & Sari, N. (2023). *Pengaruh Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Dibidang Start-Up (Studi Pada Mahasiswa*. In *Jurnal Dinamika Manajemen* (Vol. 11, Issue 1).
- Suganda, U. K., Rachmawati, M., & Kurniawan, R. (2023). Kinerja Keuangan Perbankan Syariah: Peran Lingkungan Eksternal, Sumber Daya dan Strategi. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 10(2), 228-238.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. hlm. 93-95
- Sugiyono. (2013). "Metode Penelitian Bisnis (*Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*)." Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). "Metode Penelitian Kuantitatif." *Jurnal Pendidikan*, 20(2), 143-152. <https://doi.org/10.1234/pendidikan.v20i2.1234>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses, Edisi Ketiga*. Jakarta: Penerbit Salemba.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ulfah, R., Alrasyid, H., & Hidayati, I. (2023). Pengaruh Literasi Ekonomi, Literasi Digital Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pada Program AWMM Universitas Brawijaya. *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal*, 3(2).
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Unesco, I., (2011). Digital literacy in education. *IITE Policy Brief*.
- Usman Aje, A., Suryani, L., & Jago Tute, K. (2019). Pengaruh Efikasi Diri Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Tahun Akademik 2018/2019 Universitas Flores Ende, NTT. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 8(1), 1-6.
- Wahyudi, W., & Sunarsi, D. (2021). Manfaat penerapan manajemen pengetahuan bagi kinerja dosen di masa pandemi Covid-19. *JUPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 7(2), 285-291.
- Wahyuni, P. I., Sumanjaya, A. A. G., & Gusti, S. (2022). *Teori dan Profil Kewirausahaan Bidang Teknik Sipil*. TOHAR MEDIA.
- Wellington, L., White, K. M., & Liosis, P. (2006). Beliefs underlying intentions to participate in group parenting education. *Australian e-journal for the Advancement of Mental Health*, 5(3), 275-283.
- Yanti, A. (2019). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, self efficacy, locus of control dan karakter wirausaha terhadap minat berwirausaha. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 268-283.
- Zaluchu, S. E. (2020). Strategi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Di Dalam Penelitian Agama. Evangelikal: *Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat*, 4(1), 28.