



# Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-Commerce, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Universitas Islam

Ramadani Nurisla<sup>1</sup>, Andri Eko Prabowo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Riau, Indonesia

E-mail: [aep@edu.uir.ac.id](mailto:aep@edu.uir.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2026-03-07 Revised: 2026-04-13 Published: 2026-05-13  <b>Keywords:</b> <i>Financial Literacy;</i> <i>E-Commerce;</i> <i>Entrepreneurial Knowledge;</i> <i>Interest in Entrepreneurship.</i>	The rapid transformation of Industry 4.0 alongside the increase in the national unemployment rate which reached 7.28 million people as of February 2025 requires a shift in career orientation among university graduates toward entrepreneurship, and this study examines the influence of financial literacy, e-commerce usage, and entrepreneurial knowledge on the entrepreneurial intentions of students at Islamic University by applying a quantitative associative approach where data were collected from 153 respondents selected through snowball sampling with the sample size determined using the Raosoft Sample Size Calculator and the analysis was conducted using Multiple Linear Regression through SPSS, and the findings show that e-commerce usage ( $t = 4.975$ ; $Sig = 0.000$ ) and entrepreneurial knowledge ( $t = 4.624$ ; $Sig = 0.000$ ) have a positive and significant effect on entrepreneurial interest while financial literacy ( $t = 1.179$ ; $Sig = 0.240$ ) does not show a significant partial effect, and at the same time all three variables jointly have a significant influence on entrepreneurial interest ( $F = 28.028$ ; $Sig = 0.000$ ) with an R Square value of 36.1% which indicates that although financial literacy plays an important role in sustaining business operations the accessibility of digital platforms and the strength of entrepreneurial knowledge function as the main drivers in shaping students' initial entrepreneurial interest.

Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2026-03-07 Direvisi: 2026-04-13 Dipublikasi: 2026-05-13  <b>Kata kunci:</b> <i>Literasi Keuangan;</i> <i>E-Commerce;</i> <i>Pengetahuan Kewirausahaan;</i> <i>Minat Berwirausaha.</i>	Transformasi cepat Industri 4.0 bersamaan dengan kenaikan tingkat pengangguran nasional yang mencapai 7,28 juta orang per Februari 2025 menuntut adanya pergeseran orientasi karier di kalangan lulusan universitas menuju kewirausahaan, dan penelitian ini mengkaji pengaruh literasi keuangan, penggunaan e-commerce, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap niat kewirausahaan mahasiswa di Universitas Islam dengan menerapkan pendekatan asosiatif kuantitatif di mana data dikumpulkan dari 153 responden yang dipilih melalui snowball sampling dengan ukuran sampel ditentukan menggunakan Raosoft Sample Size Calculator, dan analisis dilakukan menggunakan Regresi Linier Berganda melalui SPSS. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce ( $t = 4,975$ ; $Sig = 0,000$ ) dan pengetahuan kewirausahaan ( $t = 4,624$ ; $Sig = 0,000$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kewirausahaan, sedangkan literasi keuangan ( $t = 1,179$ ; $Sig = 0,240$ ) tidak menunjukkan pengaruh parsial yang signifikan, dan pada saat yang sama ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kewirausahaan ( $F = 28,028$ ; $Sig = 0,000$ ) dengan nilai R Square sebesar 36,1% yang menunjukkan bahwa meskipun literasi keuangan memainkan peran penting dalam mempertahankan operasi bisnis, aksesibilitas platform digital dan kekuatan pengetahuan kewirausahaan berfungsi sebagai pendorong utama dalam membentuk minat kewirausahaan awal mahasiswa.

## I. PENDAHULUAN

Memasuki era transformasi global dan Revolusi Industri 4.0, Indonesia mengalami pergeseran struktural yang signifikan dalam lanskap ketenagakerjaan yang mencerminkan interaksi dinamis antara kemajuan teknologi dan tuntutan pasar kerja. Data yang dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada Februari 2025 menunjukkan bahwa jumlah pengangguran mencapai 7,28 juta orang, meningkat dari 7,20

juta pada tahun sebelumnya. Kondisi ini didominasi oleh kelompok usia muda 15-24 tahun yang menyumbang sebesar 16,16% dari total pengangguran terbuka. Hal tersebut mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara output pendidikan tinggi dengan daya serap pasar kerja, sehingga mendorong perlunya perubahan orientasi mahasiswa dari pencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*).

Minat berwirausaha pada mahasiswa muncul melalui interaksi yang kompleks antara faktor psikologis dan kontekstual yang secara teoritis berlandaskan *Theory of Planned Behavior*. Icek Ajzen (1991) menjelaskan bahwa niat berperilaku dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks ini, literasi keuangan berkontribusi dalam membentuk sikap terhadap risiko dan peluang finansial, penggunaan e-commerce mencerminkan eksposur lingkungan serta pengaruh sosial, sementara pengetahuan kewirausahaan memperkuat persepsi kontrol perilaku. Hal ini didukung oleh Annamaria Lusardi dan Olivia S. Mitchell (2014), serta Robert D. Hisrich dkk. (2017).

Dari perspektif teknologi, perkembangan pesat platform digital terus membentuk ekosistem kewirausahaan di Indonesia. Jumlah pengguna e-commerce diproyeksikan mencapai 99,1 juta pada tahun 2029, yang mencerminkan percepatan ekonomi digital sekaligus menurunkan hambatan masuk bagi wirausaha baru melalui efisiensi biaya dan perluasan akses pasar. Dave Chaffey (2019), Kenneth C. Laudon dan Carol Guercio Traver (2022), serta Efraim Turban dkk. (2018) menekankan bahwa platform digital memungkinkan individu, termasuk mahasiswa, untuk memulai usaha dengan modal relatif terbatas sekaligus memperluas jangkauan pasar melalui integrasi teknologi.

Literasi keuangan diakui sebagai faktor fundamental yang membentuk perilaku kewirausahaan karena mencerminkan kemampuan individu dalam memahami dan menerapkan pengetahuan keuangan dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini dijelaskan oleh OECD (2016) serta Adele Atkinson dan Flore-Anne Messy (2012). Temuan empiris dari Annamaria Lusardi dan Olivia S. Mitchell (2014), serta Haiyang Chen dan Ronald P. Volpe (1998) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang tinggi berkontribusi terhadap kemampuan perencanaan keuangan yang lebih baik dan kepercayaan diri dalam aktivitas bisnis, sehingga meningkatkan kemampuan dalam mengevaluasi risiko dan peluang. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Wulandari dkk. (2021) serta Effrisanti dan Wahono (2022).

Namun demikian, hubungan antara literasi keuangan dan minat berwirausaha menunjukkan hasil empiris yang bervariasi. Penelitian Santri dan Endrawati (2024) menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu memberikan pengaruh langsung terhadap niat berwirausaha. Hal ini mengindikasikan bahwa peran literasi

keuangan cenderung lebih dominan pada tahap operasional usaha dibandingkan pada tahap pembentukan niat, sehingga diperlukan kajian empiris lebih lanjut untuk memperjelas posisinya dalam proses kewirausahaan.

Selain itu, pengetahuan kewirausahaan juga memiliki peran penting dalam membentuk minat berwirausaha karena mencakup pemahaman terhadap konsep bisnis, kemampuan mengidentifikasi peluang, serta kompetensi dalam mengelola risiko. Robert D. Hisrich dkk. (2017) menjelaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan merupakan fondasi utama dalam membangun kesiapan berwirausaha. Temuan empiris dari Darmaji dan Candra (2025), serta Sopiansyah dan Anita (2025) menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kesiapan dan minat mahasiswa untuk memulai usaha. Temuan ini diperkuat oleh Chong dkk. (2019) serta Rosyidah dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce memberikan kontribusi positif terhadap minat berwirausaha melalui pengalaman praktis dan eksposur terhadap praktik bisnis digital.

Meskipun demikian, kajian literatur yang ada masih menunjukkan keterbatasan dalam menganalisis interaksi simultan antara literasi keuangan, pemanfaatan e-commerce, dan pengetahuan kewirausahaan dalam konteks pendidikan tinggi di Indonesia, khususnya pada perguruan tinggi Islam. Sebagian besar penelitian masih berfokus pada variabel secara parsial, sehingga menciptakan kesenjangan dalam memahami peran integratif dari ketiga faktor tersebut dalam membentuk minat berwirausaha.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, pemanfaatan e-commerce, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan, pada Universitas Islam. Integrasi ketiga variabel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan pendidikan kewirausahaan serta menjadi referensi dalam merancang kurikulum yang adaptif dan berbasis praktik sesuai dengan tuntutan era ekonomi digital.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif asosiatif untuk menganalisis hubungan antara literasi keuangan, penggunaan e-commerce, pengetahuan kewirausahaan, dan minat berwirausaha. Populasi penelitian diperoleh dari data universitas yang berjumlah 23.020 mahasiswa, dengan kerangka sampel

aktif sebanyak 19.723 mahasiswa. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan Raosoft Sample Size Calculator pada tingkat kepercayaan 95% dan margin of error sebesar 8%, sehingga diperoleh kebutuhan minimum sampel sebanyak 153 responden.

Pemilihan margin of error sebesar 8% didasarkan pada pertimbangan keseimbangan antara tingkat ketelitian statistik dan kelayakan penelitian. Mengingat populasi yang relatif besar, diperlukan pendekatan yang efisien dalam pengumpulan data. Selain itu, sifat penelitian yang bersifat eksploratif-asosiatif lebih menekankan pada identifikasi hubungan antar variabel dibandingkan dengan estimasi parameter populasi secara presisi tinggi. Dalam konteks penelitian ilmu sosial, khususnya yang melibatkan variabel perilaku, margin of error sebesar 8% masih berada dalam batas yang dapat diterima karena tingginya variabilitas data.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah snowball sampling, yang termasuk dalam kategori non-probability sampling. Teknik ini dilakukan dengan cara responden awal merekomendasikan responden lain yang memenuhi kriteria penelitian. Metode ini dipilih karena penelitian memerlukan responden dengan karakteristik khusus, yaitu mahasiswa aktif yang memiliki pengalaman dalam menggunakan platform digital, khususnya e-commerce, yang tidak mudah diidentifikasi melalui teknik sampling acak konvensional. Melalui pendekatan ini, responden dapat dijangkau secara lebih efektif melalui jaringan sosial yang relevan.

Penggunaan snowball sampling memiliki beberapa keunggulan metodologis, antara lain kemampuannya dalam menjangkau responden dengan karakteristik spesifik secara efisien, serta memungkinkan akses terhadap individu yang saling terhubung dan memiliki pengalaman serupa, seperti pengguna platform digital. Selain itu, teknik ini mempercepat proses pengumpulan data melalui pemanfaatan jaringan responden, sehingga sangat sesuai untuk penelitian yang memiliki keterbatasan waktu dan aksesibilitas. Meskipun demikian, teknik ini memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi, namun tetap relevan karena mampu menghasilkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian dan konteks yang dikaji.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner terstruktur yang disusun dengan skala Likert 5 poin, mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Penggunaan skala ini memungkinkan pengukuran persepsi, sikap, dan

kecenderungan perilaku responden secara sistematis. Selain itu, skala Likert juga memungkinkan transformasi data kualitatif menjadi data kuantitatif sehingga dapat dianalisis secara statistik dengan lebih terukur dan konsisten pada seluruh variabel penelitian, yaitu literasi keuangan, penggunaan e-commerce, pengetahuan kewirausahaan, dan minat berwirausaha. Penggunaan skala ini juga didukung oleh keunggulannya dalam hal kesederhanaan, konsistensi, serta reliabilitas dalam menangkap variasi pendapat responden.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

#### 1. Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

Uji instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara akurat dan konsisten.

##### a) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan mampu mengukur variabel penelitian. Pengujian dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment.

Kriteria: Item dinyatakan valid apabila nilai  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel atau nilai signifikansi  $<$  0,05.

##### b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi instrumen. Pengujian dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha.

Kriteria: Variabel dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha  $\geq$  0,70.

#### 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi kriteria Best Linear Unbiased Estimator (BLUE), sehingga hasil analisis bersifat valid dan tidak bias.

##### a) Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal.

Metode: Kolmogorov-Smirnov atau Normal Probability Plot

Kriteria: Data berdistribusi normal jika nilai signifikansi  $>$  0,05.

##### b) Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi tinggi antar variabel independen.

Kriteria: Nilai Tolerance  $>$  0,10 Nilai Variance Inflation Factor (VIF)  $<$  10.

##### c) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varians pada residual.

Metode: Uji Glejser atau scatterplot

Kriteria: Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi > 0,05 atau pola scatterplot menyebar secara acak.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (literasi keuangan, penggunaan e-commerce, dan pengetahuan kewirausahaan) terhadap variabel dependen (minat berwirausaha), baik secara parsial maupun simultan.

#### a) Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individu.

Kriteria: Jika nilai signifikansi < 0,05, maka variabel berpengaruh secara signifikan secara parsial.

#### b) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria: Jika nilai signifikansi < 0,05, maka seluruh variabel independen berpengaruh secara signifikan secara simultan.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

Profil responden menunjukkan dominasi mahasiswa perempuan sebesar 78% dibandingkan laki-laki sebesar 22%. Sebagian besar responden berada pada rentang usia produktif, yaitu 18–23 tahun, serta didominasi oleh angkatan 2022 yang mencapai 85%. Dari sisi latar belakang akademik, mayoritas responden berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebesar 24% serta Fakultas Ilmu Komunikasi sebesar 19%.

Distribusi ini mengindikasikan tingkat partisipasi yang lebih tinggi dari mahasiswa dengan bidang studi yang berkaitan langsung dengan bisnis, manajemen, dan media digital. Kondisi tersebut mencerminkan adanya eksposur yang lebih besar terhadap konsep dan praktik kewirausahaan di era digital, sehingga secara tidak langsung dapat mempengaruhi pembentukan minat berwirausaha.

### 1. Hasil Analisis Regresi

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 18,418 + 0,075X_1 + 0,309X_2 + 0,386X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan hubungan antara literasi keuangan ( $X_1$ ), penggunaan e-commerce ( $X_2$ ), dan pengetahuan kewirausahaan ( $X_3$ ) sebagai variabel independen terhadap minat berwirausaha ( $Y$ ) sebagai variabel dependen. Secara umum, model ini menjelaskan bahwa setiap perubahan pada variabel independen akan berkontribusi terhadap perubahan minat berwirausaha.

Nilai konstanta sebesar 18,418 mengindikasikan bahwa minat berwirausaha telah ada pada tingkat dasar di kalangan mahasiswa meskipun tanpa pengaruh variabel independen. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan internal atau predisposisi awal terhadap kewirausahaan. Temuan ini sejalan dengan teori Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Icek Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa niat dapat muncul dari faktor internal sebelum diperkuat oleh faktor eksternal dan evaluasi kognitif individu.

### 2. Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki tingkat pengaruh yang berbeda terhadap minat berwirausaha, baik dari segi signifikansi maupun kekuatan hubungan.

#### a) Literasi Keuangan ( $X_1$ ) → Tidak Signifikan

Literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,240 (> 0,05). Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun mahasiswa memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang cukup baik, hal tersebut belum mampu secara langsung mendorong munculnya niat untuk berwirausaha.

Secara konseptual, temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan belum sepenuhnya berperan dalam membentuk sikap terhadap perilaku kewirausahaan pada tahap awal. Dalam kerangka Theory of Planned Behavior oleh Icek Ajzen (1991), niat tidak hanya

ditentukan oleh pengetahuan, tetapi juga dipengaruhi oleh norma sosial dan persepsi kontrol perilaku, sehingga literasi keuangan saja belum cukup untuk mendorong terbentuknya niat berwirausaha.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Santri dan Endrawati (2024), yang menyatakan bahwa literasi keuangan lebih berperan pada tahap operasional usaha dibandingkan tahap pembentukan niat. Selain itu, Annamaria Lusardi dan Olivia S. Mitchell (2014) juga menegaskan bahwa literasi keuangan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan, namun tidak secara otomatis menghasilkan niat kewirausahaan tanpa adanya faktor pendukung seperti motivasi dan peluang.

Kondisi empiris dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata literasi keuangan mencapai 50,50 yang mengindikasikan tingkat yang relatif memadai. Namun demikian, pengetahuan tersebut masih bersifat pasif dan belum berkembang menjadi perilaku proaktif, seperti keberanian mengambil risiko atau inisiatif dalam memanfaatkan peluang usaha.

b) Penggunaan E-Commerce ( $X_2$ ) → Signifikan

Penggunaan e-commerce menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas interaksi mahasiswa dengan platform digital, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk berwirausaha.

Temuan ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior dari Icek Ajzen (1991), khususnya pada dimensi perceived behavioral control, di mana kemudahan akses dan penggunaan teknologi meningkatkan kepercayaan diri individu dalam memulai usaha. Platform digital mampu mengurangi hambatan seperti keterbatasan modal, akses pasar, dan batasan geografis.

Secara teoritis, hal ini juga didukung oleh Kenneth C. Laudon dan Carol Guercio Traver (2022), serta Dave Chaffey (2019), yang menjelaskan bahwa platform digital mempermudah

proses bisnis dan membuka peluang kewirausahaan yang lebih luas. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Chong dkk. (2019) yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, terutama pada generasi muda yang lebih adaptif terhadap inovasi teknologi.

c) Pengetahuan Kewirausahaan ( $X_3$ ) → Signifikan

Pengetahuan kewirausahaan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ). Variabel ini merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat berwirausaha, karena secara langsung meningkatkan kesiapan dan kemampuan mahasiswa dalam menjalankan aktivitas bisnis.

Temuan ini sejalan dengan Human Capital Theory yang dikemukakan oleh Gary Becker (1964), yang menyatakan bahwa pengetahuan dan keterampilan merupakan faktor utama dalam meningkatkan produktivitas dan kemampuan pengambilan keputusan individu. Dalam kerangka Theory of Planned Behavior, pengetahuan kewirausahaan juga berkontribusi dalam memperkuat sikap dan persepsi kontrol perilaku, karena individu yang memiliki pengetahuan cenderung lebih percaya diri dan siap dalam memulai usaha.

Selain itu, Robert D. Hisrich dkk. (2017) menegaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan meningkatkan kemampuan dalam mengidentifikasi peluang serta kesiapan dalam menjalankan bisnis. Hal ini didukung oleh temuan empiris dari Darmaji dan Candra (2025), serta Sopiansyah dan Anita (2025), yang menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa melalui peningkatan kompetensi dan kepercayaan diri.

3. Uji Simultan (Uji F) dan Koefisien Determinasi

Hasil uji simultan (F-test) menunjukkan nilai F sebesar 28,028 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ). Hasil ini mengindikasikan bahwa literasi

keuangan, penggunaan e-commerce, dan pengetahuan kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan layak dan memiliki kemampuan yang memadai dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Temuan ini menegaskan bahwa minat berwirausaha tidak dibentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi dari berbagai variabel yang saling berkaitan. Oleh karena itu, pendekatan simultan menjadi penting untuk memahami dinamika pembentukan minat berwirausaha secara lebih komprehensif.

Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,361 atau 36,1% menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, penggunaan e-commerce, dan pengetahuan kewirausahaan secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 36,1% variasi dalam minat berwirausaha. Sementara itu, sebesar 63,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti motivasi individu, latar belakang keluarga, karakteristik kepribadian, serta lingkungan sosial.

Hal ini mengindikasikan bahwa minat berwirausaha merupakan konstruk yang kompleks dan multidimensional, sehingga tidak dapat dijelaskan secara sepenuhnya hanya melalui tiga variabel yang diteliti. Keterbatasan nilai determinasi ini sekaligus membuka ruang bagi penelitian selanjutnya untuk mengkaji variabel-variabel lain yang berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap pembentukan minat berwirausaha.

Dari perspektif teoritis, temuan ini memperkuat kerangka Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Icek Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa niat dan perilaku individu terbentuk melalui interaksi berbagai dimensi, termasuk faktor kognitif, lingkungan, dan sosial. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa minat berwirausaha bersifat multidimensional dan memerlukan pendekatan integratif untuk memahami proses pembentukannya secara lebih mendalam.

## **B. Pembahasan**

Temuan paling menonjol dalam penelitian ini terletak pada tidak signifikannya pengaruh literasi keuangan terhadap minat berwirausaha. Hasil ini menantang asumsi konvensional yang selama ini menempatkan pengetahuan keuangan sebagai faktor utama dalam mendorong niat kewirausahaan. Sebaliknya, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang bersifat action-oriented, seperti pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan platform digital, justru memiliki peran yang lebih dominan. Hal ini disebabkan karena kedua faktor tersebut secara langsung mempengaruhi kesiapan, kepercayaan diri, serta keterlibatan praktis mahasiswa dalam aktivitas bisnis.

Dalam konteks yang lebih luas, tingginya tingkat pengangguran di Indonesia yang mencapai 7,28 juta orang semakin menegaskan pentingnya peran e-commerce sebagai solusi strategis. Platform digital memberikan kemudahan akses serta menurunkan hambatan masuk dalam berwirausaha melalui biaya yang relatif rendah dan jangkauan pasar yang luas. Kondisi ini memperkuat urgensi integrasi pendidikan kewirausahaan berbasis digital dalam kurikulum perguruan tinggi, sehingga mahasiswa tidak hanya memiliki pemahaman teoritis, tetapi juga kompetensi praktis yang relevan dengan kebutuhan ekonomi digital.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa pembentukan minat berwirausaha memerlukan integrasi yang seimbang antara pemahaman kognitif, pengalaman praktis, dan pengetahuan aplikatif. Dalam hal ini, pengetahuan kewirausahaan muncul sebagai variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat berwirausaha, karena berfungsi sebagai dasar kognitif dalam membentuk pola pikir kewirausahaan. Dalam kerangka Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Icek Ajzen (1991), variabel ini berkontribusi dalam membentuk sikap (attitude toward behavior) serta memperkuat persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control). Individu yang memiliki pemahaman yang baik mengenai konsep bisnis, identifikasi peluang, dan manajemen risiko cenderung memiliki evaluasi yang lebih positif serta tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi terhadap aktivitas kewirausahaan.

Temuan ini sejalan dengan teori kewirausahaan yang dikemukakan oleh Robert D. Hisrich dkk. (2017), yang menegaskan bahwa

pengetahuan merupakan determinan utama dalam membentuk kesiapan dan niat berwirausaha. Selain itu, hasil empiris dari Darmaji dan Candra, serta Sopiansyah dan Anita juga menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa melalui peningkatan kompetensi dan kepercayaan diri dalam menghadapi peluang bisnis.

Di sisi lain, penggunaan e-commerce juga terbukti memiliki pengaruh signifikan dan berperan sebagai katalis dalam meningkatkan minat berwirausaha. Sejalan dengan Theory of Planned Behavior, kemudahan akses dan penggunaan platform digital mampu memperkuat persepsi kontrol perilaku, karena mahasiswa merasa lebih mampu untuk memulai dan mengelola usaha dengan dukungan infrastruktur digital yang mudah digunakan.

Dari perspektif teori bisnis digital, Kenneth C. Laudon dan Carol Guercio Traver (2022), serta Efraim Turban dkk. (2018) menjelaskan bahwa e-commerce mampu menurunkan hambatan masuk dalam berwirausaha melalui pengurangan kebutuhan modal awal, efisiensi biaya operasional, serta penghapusan batasan geografis. Hal ini menjadikan e-commerce sangat relevan sebagai solusi dalam mengatasi permasalahan pengangguran melalui penciptaan peluang kerja mandiri.

Dukungan empiris dari penelitian Chong dkk. (2019) dan Rosyidah dkk. (2024) semakin memperkuat argumen tersebut, dengan menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital secara signifikan meningkatkan minat berwirausaha melalui peningkatan aksesibilitas dan persepsi kemudahan dalam menjalankan bisnis. Dengan demikian, temuan ini menegaskan pentingnya integrasi antara pemanfaatan teknologi digital dan pendidikan kewirausahaan dalam membentuk kesiapan mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan.

#### **IV. SIMPULAN DAN SARAN**

##### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Islam Riau. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan cenderung berfungsi

sebagai kompetensi teknis dalam pengelolaan usaha, bukan sebagai faktor utama dalam pembentukan niat berwirausaha pada tahap awal.

2. Penggunaan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital berperan sebagai katalis dalam menurunkan hambatan operasional serta meningkatkan aksesibilitas mahasiswa dalam memulai usaha.

3. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, serta merupakan variabel yang paling dominan. Temuan ini menegaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan menjadi fondasi utama dalam membentuk pola pikir bisnis serta meningkatkan kesiapan mahasiswa untuk berwirausaha.

Secara simultan, literasi keuangan, penggunaan e-commerce, dan pengetahuan kewirausahaan berkontribusi sebesar 36,1% terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat faktor lain di luar model penelitian yang turut mempengaruhi pembentukan minat berwirausaha, seperti motivasi, lingkungan sosial, dan karakteristik individu.

##### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka disarankan kepada pihak Universitas Islam Riau untuk melakukan reorientasi kurikulum kewirausahaan. Kurikulum yang selama ini cenderung menekankan pada aspek teoritis, khususnya dalam literasi keuangan konvensional, perlu dikembangkan dengan memperkuat dimensi kewirausahaan digital agar lebih relevan dengan tuntutan lingkungan bisnis modern.

Selain itu, perguruan tinggi diharapkan mampu mengintegrasikan praktik e-commerce ke dalam proses pembelajaran sebagai bentuk experiential learning. Pendekatan ini penting untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam mengelola usaha berbasis digital, sehingga tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga memiliki keterampilan praktis yang aplikatif.

Di sisi lain, mahasiswa juga diharapkan mampu mentransformasikan literasi keuangan yang dimiliki dari sekadar pemahaman pasif menjadi strategi yang lebih

aktif, seperti perencanaan investasi dan pengelolaan modal usaha. Dengan demikian, minat berwirausaha tidak hanya berhenti pada tingkat niat, tetapi dapat berkembang menjadi tindakan nyata yang lebih realistis, aplikatif, dan berkelanjutan.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Ajzen, I. (2012a). The theory of planned behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, July, 438-459. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Ajzen, I. (2012b). The theory of planned behavior BT- *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1* (pp. 438-459). Sage. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Atkinson, A., & Messy, F. (2012). *Measuring Financial Literacy: Results Of The OECD/ International Network On Financial Education (Infe) Pilot Study*. Paris: Organisation For Economic Cooperation And Development. *Measuring Financial Literacy: Results Of The OECD/ International Network On Financial Education (Infe) Pilot Study*. Paris: Organisation For Economic Cooperation And Development, 15.
- Bălan, C. (2014). Dave CHAFFEY, digital business and E-commerce management: Strategy, implementation and practice. *Management and Marketing*, 9(3), 379-381.
- Becker, G. S. (1964). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. University of Chicago Press.
- Chaffey, D. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice*. Pearson Education Limited.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107-128. [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- Choerudin, A., Zulfachry, Widyaswati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Fauziah, N., Sohilauw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Paramita, S. (2023). Literasi Keuangan. In *Banking Journalist Academy* (Issue June).
- Edition, S. (2022). E-commerce.
- Effrisanti, Y., & Wahono, H. T. T. (2022a). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Diri, dan Love of Money Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2), 148-156. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p148-156>
- Effrisanti, Y., & Wahono, H. T. T. (2022b). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Diri, dan Love of Money Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2), 148-156. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p148-156>
- Hasan, M., Supriyadi, A., & Yusuf, M. (2020). How does entrepreneurial literacy and financial literacy influence entrepreneurial intention in perspective of economic education? *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(2), 234-247.
- Indraswati, D., Hidayati, V., Wulandari, N., & Mauliyda, M. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 17-34.
- Lusardi, A., Mitchell, O., & Mitchell, O. S. (2007). Panel.
- Mitchell, O. S., & Lusardi, A. (2015). Financial Literacy and Economic Outcomes: Evidence and Policy Implications. *The Journal of Retirement*, 3(1), 107-114. <https://doi.org/10.3905/jor.2015.3.1.107>
- Nabavi, R. T., & Bijandi, M. S. (2024). A Literature Review on Bandura's Social Learning Theory & Social Cognitive Learning Theory. *Ministry of Science, Research and Technology*, December, 1-23. <https://www.researchgate.net/publication/267750204>
- OECD. (2016). *Adult Financial Literacy Competencies CORE COMPETENCIES FRAMEWORK ON*. Financial Literacy and Education Trust Fund, 1-100.



Statistik, B. P. (2025). BPS Sebut Tingkat Pengangguran Terbuka Sentuh 4,76 Persen. Indikator Lain? Tempo Plus. BPS Sebut Tingkat Pengangguran Terbuka Sentuh 4,76 Persen. Indikator Lain?