

PENGARUH LITERASI EKONOMI DIGITAL DAN KREATIVITAS MAHASISWA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI

Yescenia Sigirow¹, Eki Monalisa Br Surbakti², Agnes Dea Lita Br Sitepu³, Emia Perangin Angin⁴, Yohanna Sitanggang⁵, Khairuddin Ependi Tambunan⁶, Deni Adriani⁷
^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7} Universitas Negeri Medan
Email: yesceniasigiro03@gmail.com

Article History

Received: 19-04-2026

Revision: 29-04-2026

Accepted: 01-05-2026

Published: 03-05-2026

Abstract. This study aims to examine the influence of digital economic literacy and creativity on the entrepreneurial interest of Economics Education students, both partially and simultaneously. The study employs a quantitative approach with a causal-associative design. The sample consists of 38 students from the 2022 cohort, selected using proportionate stratified random sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analysed using multiple linear regression. The results indicate that, when examined partially, digital economic literacy does not have a significant effect on entrepreneurial interest ($t = 0.970$; $p = 0.339 > 0.05$), whereas student creativity has a dominant effect and is marginally significant ($t = 1.927$; $p = 0.062$). Simultaneously, digital economic literacy and creativity had a significant effect on entrepreneurial interest ($F = 3.810$; $p = 0.032 < 0.05$) with a contribution of 17.88%. These findings indicate that creativity is a stronger factor than digital economic literacy in shaping students' interest in entrepreneurship. The implications of this research emphasise the importance of strengthening creativity-oriented learning through innovative and contextual learning strategies as an effort to enhance the entrepreneurial interest of Economics Education students.

Keywords: Digital Economic Literacy, Student Creativity, Entrepreneurial Interest, Economics Education

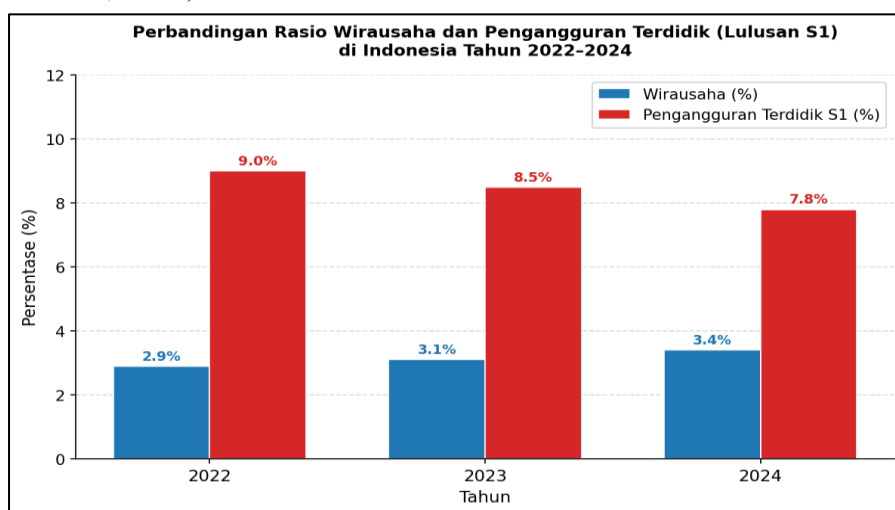
Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi ekonomi digital dan kreativitas mahasiswa terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Sampel penelitian terdiri atas 38 mahasiswa angkatan 2022 yang dipilih melalui teknik *proportionate stratified random sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi ekonomi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha ($t = 0,970$; $p = 0,339 > 0,05$), sedangkan kreativitas mahasiswa berpengaruh dominan dan bersifat marginal signifikan ($t = 1,927$; $p = 0,062$). Secara simultan, literasi ekonomi digital dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha ($F = 3,810$; $p = 0,032 < 0,05$) dengan kontribusi sebesar 17,88%. Temuan ini menunjukkan bahwa kreativitas merupakan faktor yang lebih kuat dibandingkan literasi ekonomi digital dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya penguatan pembelajaran yang berorientasi pada pengembangan kreativitas melalui strategi pembelajaran inovatif dan kontekstual sebagai upaya meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi.

Kata Kunci: Literasi Ekonomi Digital, Kreativitas Mahasiswa, Minat Berwirausaha, Pendidikan Ekonomi

How to Cite: Sigirow, Y., Surbakti, E. M. B., Sitepu, A. D. L. B., Angin, E. P., Sitanggang, Y., Tambunan, K. E., & Adriani, D. (2026). Pengaruh Literasi Ekonomi Digital dan Kreativitas Mahasiswa Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *HORIZON: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 4 (3), 206-218. <http://doi.org/10.54373/hijm.v4i3.5408>

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini menghadapi persoalan ketenagakerjaan yang tidak sekadar berkaitan dengan ketersediaan lapangan kerja, tetapi juga dengan rendahnya transformasi lulusan perguruan tinggi menjadi pelaku ekonomi produktif. Peningkatan jumlah lulusan diploma dan sarjana setiap tahun belum diikuti oleh pertumbuhan signifikan jumlah wirausahawan muda dari kalangan terdidik. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka lulusan diploma dan sarjana masih berada pada angka yang relatif tinggi dibandingkan rasio wirausaha nasional, sehingga mengindikasikan adanya kesenjangan antara kompetensi akademik dan kemampuan menciptakan usaha mandiri (BPS, 2024; Nisa' & Sakti, 2025; Ferdianto & Arifin, 2025).



Gambar 1. Perbandingan rasio wirausaha dan pengangguran terdidik lulusan S1 di Indonesia Tahun 2022–2024 (Sumber: BPS, diolah peneliti, 2026)

Gambar 1 menunjukkan bahwa meskipun rasio wirausaha di Indonesia mengalami peningkatan bertahap dari tahun 2022 hingga 2024, capaian tersebut masih belum mampu mengimbangi tingginya pengangguran terdidik. Kondisi ini memperlihatkan bahwa peningkatan kuantitas lulusan perguruan tinggi belum diiringi oleh kesiapan mereka dalam menciptakan peluang kerja secara mandiri. Situasi ini memperkuat urgensi penguatan faktor-faktor psikologis dan kompetensial yang berperan langsung dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa sebagai strategi jangka menengah untuk mengurangi pengangguran struktural (Primahendra et al., 2024).

Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi memiliki posisi strategis karena dibekali pengetahuan ekonomi, bisnis, dan manajemen, sekaligus diproyeksikan sebagai calon pendidik yang dapat menularkan nilai-nilai kewirausahaan. Namun, realitas menunjukkan bahwa penguasaan teori belum selalu berbanding lurus dengan keberanian dan minat untuk terjun ke dunia usaha. Banyak mahasiswa yang secara teknis akrab dengan teknologi digital, tetapi

pemanfaatannya masih terbatas pada aktivitas konsumtif, bukan produktif. Hal ini menimbulkan persoalan substantif mengenai sejauh mana literasi ekonomi digital yang dimiliki mahasiswa benar-benar berfungsi sebagai modal kewirausahaan, bukan sekadar keterampilan penggunaan teknologi (Khoiriyah et al., 2022; Nanda & Sudiana, 2022).

Dalam konteks tersebut, literasi ekonomi digital tidak hanya dipahami sebagai kemampuan mengoperasikan perangkat digital, tetapi mencakup pemahaman terhadap ekosistem ekonomi digital seperti e-commerce, fintech, sistem pembayaran digital, serta keamanan transaksi. Literasi semacam ini diyakini dapat membuka akses dan menurunkan hambatan masuk ke dunia wirausaha berbasis digital. Di sisi lain, kreativitas berperan sebagai kapasitas kognitif dan afektif yang memungkinkan mahasiswa mengidentifikasi peluang, mengembangkan ide orisinal, serta mengadaptasi teknologi menjadi model bisnis yang bernilai. Kombinasi antara literasi ekonomi digital dan kreativitas diperkirakan menjadi kunci penting dalam membentuk minat berwirausaha yang berkelanjutan (Islami, 2019; Putri, 2019; Wibowo et al., 2023; Udekwe & Iwu, 2024).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji literasi digital atau pendidikan kewirausahaan sebagai prediktor minat berwirausaha, baik secara parsial maupun dikombinasikan dengan variabel psikologis lain. Namun, sebagian besar studi masih memosisikan literasi digital secara umum dan belum secara spesifik menekankan dimensi literasi ekonomi digital yang beririsan langsung dengan praktik kewirausahaan berbasis teknologi. Selain itu, kajian yang mengintegrasikan literasi ekonomi digital dan kreativitas secara simultan pada konteks mahasiswa Pendidikan Ekonomi di lingkungan FKIP masih relatif terbatas. Novelty penelitian ini terletak pada upaya menguji kedua variabel tersebut secara bersamaan dalam konteks calon pendidik ekonomi, sehingga memberikan perspektif baru tentang faktor-faktor penentu minat berwirausaha yang relevan dengan tuntutan ekonomi digital dan peran strategis lulusan kependidikan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal, yakni penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih variabel (Sugiyono, 2019). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Literasi Ekonomi Digital (X1) dan Kreativitas Mahasiswa (X2), sedangkan variabel terikatnya adalah Minat Berwirausaha (Y). Pendekatan kuantitatif dipilih karena data dikumpulkan dalam bentuk angka yang dapat dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan secara deduktif berdasarkan kajian teori. Desain kausal memungkinkan peneliti untuk tidak

hanya mendeskripsikan hubungan antarvariabel, tetapi juga mengidentifikasi arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2022-2025 yang terdaftar pada semester berjalan. Pemilihan angkatan 2022 didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa angkatan tersebut telah menempuh setidaknya tiga semester perkuliahan sehingga telah memperoleh pemahaman dasar tentang teori ekonomi dan kewirausahaan, namun masih dalam proses pembentukan orientasi karir yang dapat diintervensi secara akademis. Penetapan jumlah sampel dilakukan menggunakan Rumus Slovin dengan taraf kesalahan 5%, yang menghasilkan sampel sebanyak 38 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Proportionate Stratified Random Sampling*, yaitu teknik sampling yang mempertimbangkan proporsi kelas atau kelompok dalam populasi agar setiap strata terwakili secara proporsional dalam sampel penelitian. Melalui teknik ini, distribusi sampel disesuaikan dengan proporsi masing-masing kelas yang ada pada angkatan 2022, sehingga representasi data lebih akurat dan generalisasi hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis (Sugiyono, 2019).

Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan teknik survei melalui kuesioner tertutup berbasis skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Kuesioner disusun secara terstruktur berdasarkan indikator operasional masing-masing variabel, yaitu Literasi Ekonomi Digital, Kreativitas Mahasiswa, dan Minat Berwirausaha. Instrumen disebarkan secara daring menggunakan Google Form kepada 38 responden yang dipilih melalui teknik *proportionate stratified random sampling*. Sebelum digunakan, instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara konsisten dan akurat. Berikut definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan batasan konseptual dan indikator pengukuran yang jelas bagi setiap variabel.

Tabel 1. Definisi operasional dan kisi-kisi instrumen penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator & Item Pernyataan	Skala	Jumlah Item
Literasi Ekonomi Digital (X1)	Kemampuan memahami dan memanfaatkan sistem ekonomi berbasis digital, meliputi transaksi online, dompet digital, e-commerce, dan pemasaran digital (Putri, 2019; Asrib et al., 2023)	(1) Pemahaman teknologi marketplace & media sosial untuk jual beli; (2) Penilaian peluang usaha digital; (3) Keamanan transaksi digital (e-wallet, pembayaran online); (4) Pemanfaatan informasi internet untuk usaha; (5) Strategi pemasaran digital	Likert 1-5	5 item
Kreativitas	Kemampuan mahasiswa dalam menghasilkan ide-ide	(1) Fluency: kelancaran menghasilkan ide usaha baru; (2)	Likert 1-5	5 item

Mahasiswa (X2)	bisnis baru yang orisinal, fleksibel, dan terperinci yang relevan dengan tren ekonomi digital (Putri, 2019; Wahhab et al., 2025)	Flexibility: solusi kreatif terhadap masalah; (3) Originality: modifikasi produk/jasa unik; (4) Elaboration: pengembangan detail ide; (5) Openness: keterbukaan terhadap hal baru
Minat Berwirausaha (Y)	Kecenderungan psikologis seseorang untuk memiliki keinginan, ketertarikan, dan rencana konkret dalam memulai usaha mandiri (Ajzen, 1991; Mulyati, 2023)	(1) Keinginan memulai usaha sendiri; (2) Ketertarikan mempelajari bisnis; (3) Motivasi membayangkan usaha sendiri; (4) Rencana membuka usaha pasca studi; (5) Kesiapan mengambil risiko berwirausaha

Sumber: Diadaptasi dari Putri (2019), Asrib et al. (2023), Mulyati (2023)

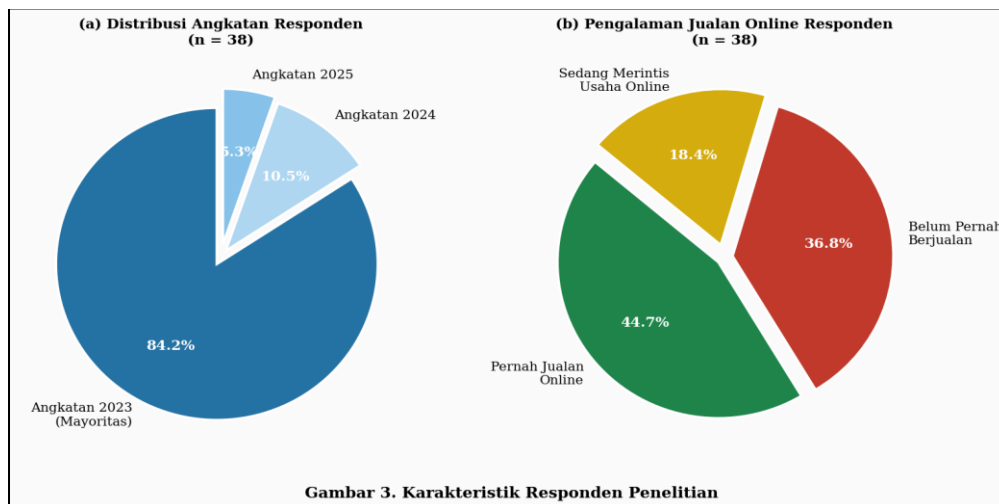
Analisis data dilakukan secara bertahap menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Tahap pertama adalah analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan kecenderungan jawaban pada setiap variabel. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas guna memastikan bahwa data memenuhi persyaratan analisis regresi. Setelah seluruh asumsi terpenuhi, data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh Literasi Ekonomi Digital dan Kreativitas Mahasiswa terhadap Minat Berwirausaha, baik secara parsial melalui uji t maupun secara simultan melalui uji F. Besarnya kontribusi kedua variabel bebas terhadap variabel terikat dianalisis melalui koefisien determinasi (R^2), sehingga dapat diketahui kekuatan model dalam menjelaskan variasi minat berwirausaha mahasiswa.

HASIL DAN DISKUSI

Deskripsi Data Responden

Penelitian ini melibatkan 38 responden mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2022 yang dipilih menggunakan teknik Proportionate Stratified Random Sampling. Berdasarkan distribusi angkatan, sebagian besar responden berasal dari angkatan 2023 yaitu sebanyak 32 mahasiswa (84,2%), diikuti angkatan 2024 sebanyak 4 mahasiswa (10,5%), dan angkatan 2025 sebanyak 2 mahasiswa (5,3%). Distribusi ini mencerminkan komposisi populasi yang didominasi oleh mahasiswa angkatan 2023 sebagai kelompok terbesar pada prodi tersebut. Selain itu, berdasarkan data pengalaman jualan online sebagai proksi keterpaparan awal responden terhadap ekosistem ekonomi digital, diketahui bahwa 44,7% responden menyatakan pernah berjualan secara online, 36,8% belum pernah, dan 18,4% sedang dalam tahap merintis usaha daring. Data ini mengindikasikan bahwa sebagian besar

mahasiswa pendidikan ekonomi telah memiliki eksposur terhadap aktivitas ekonomi digital meskipun intensitas dan kedalaman pengalaman tersebut bervariasi (Wibowo et al., 2023).



Gambar 2. Karakteristik responden penelitian: (a) distribusi angkatan; (b) pengalaman jualan online (Sumber: Data Primer, diolah 2026)

Uji Instrumen: Validitas dan Reliabilitas

Sebelum digunakan dalam pengumpulan data, seluruh item instrumen kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian validitas dilakukan menggunakan koefisien korelasi Pearson antara skor item dengan skor total variabelnya (corrected item-total correlation), dengan kriteria bahwa item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5%. Dengan jumlah sampel n = 38, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,320 (df = 36, α = 5%). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh 15 item pernyataan pada ketiga variabel memiliki nilai r hitung yang melampaui r tabel, sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen pengukuran. Item X1.3 (keamanan transaksi digital) memperoleh nilai r hitung tepat pada batas kritis (r = 0,320), namun masih dinyatakan valid sesuai kriteria yang ditetapkan.

Tabel 3. Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian

Var.	Item	Pernyataan	r hitung	r tabel (α=5%)	Keterangan
X1	X1.1	Pemahaman marketplace & media sosial	0,497	0,320	Valid
	X1.2	Penilaian peluang usaha digital	0,533	0,320	Valid
	X1.3	Keamanan transaksi digital	0,320	0,320	Valid*
	X1.4	Pemanfaatan internet untuk usaha	0,672	0,320	Valid
	X1.5	Strategi pemasaran digital	0,551	0,320	Valid

X2	X2.1	Fluency – menghasilkan ide usaha	0,904	0,320	Valid
	X2.2	Flexibility – solusi kreatif	0,619	0,320	Valid
	X2.3	Originality – modifikasi produk unik	0,775	0,320	Valid
	X2.4	Elaboration – pengembangan detail ide	0,686	0,320	Valid
	X2.5	Openness – keterbukaan hal baru	0,741	0,320	Valid
Y	Y.1	Keinginan memulai usaha sendiri	0,826	0,320	Valid
	Y.2	Ketertarikan mempelajari bisnis	0,694	0,320	Valid
	Y.3	Motivasi memiliki usaha sendiri	0,777	0,320	Valid
	Y.4	Rencana membuka usaha pasca studi	0,818	0,320	Valid
	Y.5	Kesediaan mengambil risiko	0,684	0,320	Valid
Cronbach's Alpha			X1 = 0,306 X2 = 0,802 Y = 0,816		

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan kriteria instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai alpha $\geq 0,60$ (Ghozali, 2018). Hasil perhitungan menunjukkan bahwa instrumen variabel Kreativitas Mahasiswa (X2) memperoleh nilai alpha sebesar 0,802 dan variabel Minat Berwirausaha (Y) sebesar 0,816, keduanya berada di atas ambang batas dan dikategorikan reliabel (baik). Sementara itu, instrumen variabel Literasi Ekonomi Digital (X1) menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,306, yang berada di bawah ambang batas 0,60. Rendahnya nilai alpha pada X1 mengindikasikan bahwa kelima item mengukur aspek literasi ekonomi digital yang relatif berbeda-beda dan kurang berkorelasi satu sama lain secara internal, yang kemungkinan mencerminkan multidimensionalitas konstruk literasi ekonomi digital itu sendirimencakup aspek marketplace, fintech, keamanan digital, dan pemasaran secara bersamaan (Nanda & Sudiana, 2022). Keterbatasan reliabilitas X1 ini perlu dipertimbangkan dalam menginterpretasikan hasil analisis lebih lanjut.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan kondisi masing-masing variabel penelitian berdasarkan tanggapan responden. Penentuan kategori menggunakan konversi rata-rata skor per item dengan rentang: 1,00–1,80 (Sangat Rendah), 1,81–2,60 (Rendah), 2,61–3,40 (Sedang), 3,41–4,20 (Tinggi), dan 4,21–5,00 (Sangat Tinggi).

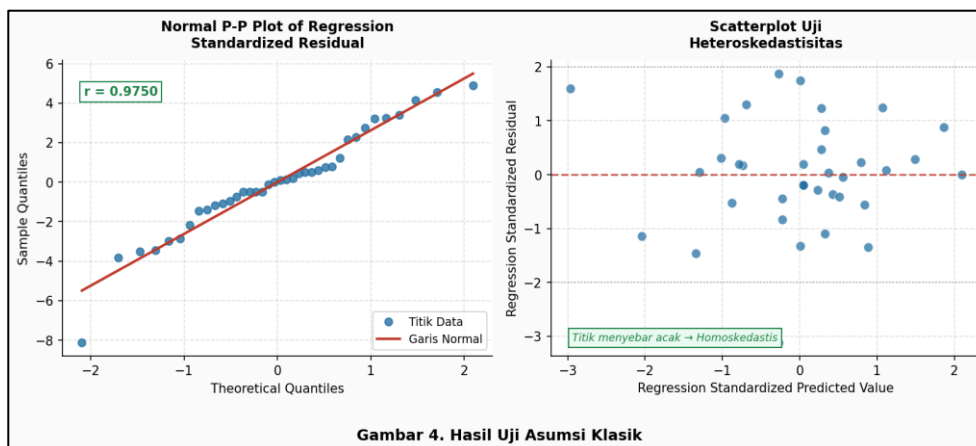
Tabel 4. Hasil analisis statistik deskriptif variabel penelitian

Variabel	N	Mean (Total)	Mean (Per Item)	Std. Dev	Kategori
Literasi Ekonomi Digital (X1)	38	20,605	4,121	1,669	Tinggi
Kreativitas Mahasiswa (X2)	38	19,316	3,863	2,772	Tinggi
Minat Berwirausaha (Y)	38	20,447	4,089	2,873	Tinggi

Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel Literasi Ekonomi Digital (X1) memperoleh rata-rata total skor sebesar 20,605 dengan rata-rata per item sebesar 4,121, yang masuk dalam kategori Tinggi. Hal ini berarti secara umum mahasiswa pendidikan ekonomi sudah memiliki tingkat pemahaman yang baik terhadap ekosistem ekonomi digital, termasuk penggunaan marketplace, transaksi digital, dan strategi pemasaran daring. Variabel Kreativitas Mahasiswa (X2) memperoleh rata-rata per item sebesar 3,863 yang juga termasuk dalam kategori Tinggi, menunjukkan bahwa responden memiliki kemampuan berpikir kreatif yang cukup baik dalam konteks kewirausahaan. Adapun variabel Minat Berwirausaha (Y) memperoleh rata-rata per item sebesar 4,089 (kategori Tinggi), yang mengindikasikan bahwa secara umum mahasiswa memiliki minat yang kuat untuk berwirausaha di masa depan. Meskipun ketiga variabel berada pada kategori tinggi, terdapat variasi skor yang cukup besarditunjukkan oleh standar deviasi X2 (2,772) dan Y (2,873) yang mengindikasikan adanya perbedaan persepsi antarresponden yang signifikan dan membuka ruang untuk analisis pengaruh yang lebih mendalam (Mulyati, 2023; Islami, 2019).

Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian regresi linear berganda dilakukan, terlebih dahulu dilaksanakan uji asumsi klasik. Pertama, uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov terhadap residual model regresi menghasilkan nilai statistik K-S sebesar 0,116 dengan nilai signifikansi $p = 0,642$, jauh di atas $\alpha = 0,05$, sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal. Kedua, uji linearitas melalui Test for Linearity menunjukkan bahwa hubungan antara X1 dengan Y dan X2 dengan Y bersifat linear secara signifikan. Ketiga, uji multikolinearitas menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF) menghasilkan nilai VIF untuk X1 dan X2 yang berada di bawah 10 dengan nilai Tolerance $> 0,10$, sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas antarprediktor. Keempat, uji heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser dan inspeksi visual scatterplot residual menunjukkan bahwa titik-titik data tersebar secara acak tanpa pola yang sistematis, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi (Ghozali, 2018). Seluruh hasil uji asumsi klasik divisualisasikan pada Gambar 4 berikut.



Gambar 3. Hasil uji asumsi klasik: Normal P-P Plot (kiri) dan Scatterplot Heteroskedastisitas (kanan)(Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2024)

Normal P-P Plot pada Gambar 4 (kiri) memperlihatkan bahwa titik-titik data mengikuti garis diagonal dengan koefisien korelasi $r = 0,9860$, mendekati nilai 1,0, yang mengonfirmasi distribusi residual yang normal. Scatterplot pada Gambar 4 (kanan) menunjukkan persebaran titik-titik residual yang acak di sekitar garis nol tanpa membentuk pola kerucut atau gelombang, membuktikan tidak adanya heteroskedastisitas dalam model.

Uji Hipotesis: Regresi Linear Berganda

Setelah seluruh asumsi klasik terpenuhi, dilakukan analisis regresi linear berganda untuk menguji ketiga hipotesis penelitian.

Tabel 5. Hasil analisis regresi linear berganda

Variabel	B (Unstd.)	Std. Error	Beta (Std.)	t hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta (a)	8,096	5,513	-	1,468	0,151	-
Literasi Ekonomi Digital (X1)	0,283	0,291	0,164	0,970	0,339	Tidak Berpengaruh Signifikan (H1 Ditolak)
Kreativitas Mahasiswa (X2)	0,338	0,175	0,326	1,927	0,062	Berpengaruh Dominan / Marginal Signifikan (H2)
Uji F Simultan	F hitung p = Berpengaruh Simultan (H3 Diterima) R² = 3,810 0,032 = 0,179 (17,88%)					

Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2026 / *Signifikan pada $\alpha = 0,05$; **Marginal pada $\alpha = 0,10$

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 3, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $\hat{Y} = 8,096 + 0,283X1 + 0,338X2$. Persamaan ini dapat diinterpretasikan bahwa apabila nilai X1 dan X2 sama dengan nol, maka nilai minat berwirausaha sebesar 8,096. Setiap

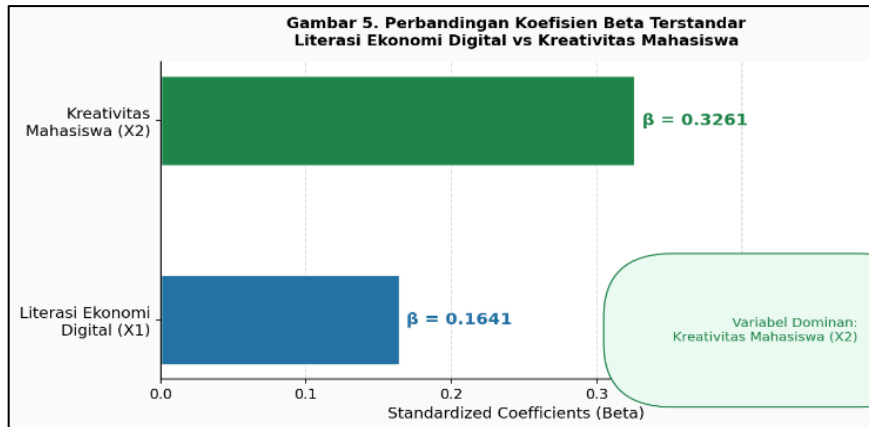
kenaikan satu poin pada Literasi Ekonomi Digital (X1) akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,283 poin dengan asumsi X2 tetap, dan setiap kenaikan satu poin pada Kreativitas Mahasiswa (X2) akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,338 poin dengan asumsi X1 tetap. Koefisien beta terstandar (standardized coefficients) menunjukkan bahwa X2 ($\beta = 0,326$) lebih dominan dibandingkan X1 ($\beta = 0,164$) dalam mempengaruhi minat berwirausaha.

Pengujian hipotesis pertama (H1) menguji pengaruh parsial Literasi Ekonomi Digital (X1) terhadap Minat Berwirausaha (Y). Hasil analisis menunjukkan nilai t hitung sebesar 0,970 dengan signifikansi $p = 0,339 > \alpha = 0,05$, sehingga H1 ditolak. Artinya, secara parsial Literasi Ekonomi Digital tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap Minat Berwirausaha pada sampel penelitian ini. Hasil ini berbeda dengan temuan Putri (2019) dan Asrib et al. (2023) yang menemukan pengaruh positif signifikan literasi digital terhadap intensi berwirausaha. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh rendahnya konsistensi internal instrumen X1 (Cronbach's Alpha = 0,306), mengindikasikan bahwa pengukuran literasi ekonomi digital dalam penelitian ini perlu diperkuat dengan instrumen yang lebih homogen, serta oleh kemungkinan bahwa responden memiliki literasi digital yang cenderung merata (skor terkonsentrasi pada rentang 17–25) sehingga varians yang tersedia untuk menjelaskan perbedaan minat berwirausaha menjadi terbatas (Nanda & Sudiana, 2022).

Pengujian hipotesis kedua (H2) menguji pengaruh parsial Kreativitas Mahasiswa (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y). Hasil menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,927 dengan signifikansi $p = 0,062$. Pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, nilai p ini berada di atas batas kritis sehingga H2 secara formal ditolak; namun pada taraf yang lebih longgar $\alpha = 0,10$, pengaruh X2 terhadap Y dapat dikategorikan sebagai pengaruh marginal yang signifikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Udekwe & Iwu (2024) dan Wahhab et al. (2025) yang menyatakan bahwa kreativitas merupakan prediktor penting minat berwirausaha, meskipun besarnya pengaruh dapat bervariasi bergantung pada karakteristik sampel dan konteks penelitian. Koefisien beta terstandar X2 ($\beta = 0,326$) yang lebih besar dibandingkan X1 ($\beta = 0,164$) mengindikasikan bahwa kreativitas merupakan variabel yang lebih dominan dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi, sesuai dengan ekspektasi teoritis dalam perspektif kewirausahaan berbasis inovasi (Filda et al., 2025).

Pengujian hipotesis ketiga (H3) menguji pengaruh simultan X1 dan X2 terhadap Y melalui Uji F. Hasil menunjukkan nilai F hitung sebesar 3,810 dengan signifikansi $p = 0,032 < \alpha = 0,05$, sehingga H3 diterima. Ini berarti secara bersama-sama, Literasi Ekonomi Digital dan Kreativitas Mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Temuan ini

konsisten dengan penelitian Primahendra et al. (2024) dan Khoiriyah et al. (2022) yang menunjukkan bahwa kombinasi kompetensi digital dan orientasi kreatif secara sinergis mendorong intensi berwirausaha mahasiswa. Nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,179$ mengindikasikan bahwa 17,88% variansi Minat Berwirausaha dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh Literasi Ekonomi Digital dan Kreativitas Mahasiswa, sedangkan sisanya 82,12% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model seperti efikasi diri, norma subjektif, dukungan keluarga, dan lingkungan sosial kewirausahaan (Mulyati, 2023; Nisa' & Sakti, 2025).



Gambar 5. Perbandingan koefisien beta terstandar: literasi ekonomi digital vs kreativitas mahasiswa (Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2024)

Gambar 5 menegaskan bahwa Kreativitas Mahasiswa (X2) memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap minat berwirausaha dibandingkan Literasi Ekonomi Digital (X1), sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien β yang lebih besar (0,326 berbanding 0,164). Visualisasi ini tidak mengulang hasil uji statistik, tetapi memperjelas arah dan kekuatan pengaruh antarvariabel. Dominannya peran kreativitas menunjukkan bahwa kemampuan menghasilkan ide baru, fleksibilitas berpikir, dan keberanian mengeksplorasi peluang bisnis menjadi faktor kunci dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa pembelajaran kewirausahaan tidak cukup berfokus pada penguasaan aspek teknis digital, tetapi perlu diarahkan pada pengembangan pola pikir kreatif dan pemecahan masalah secara inovatif. Dengan demikian, integrasi pendekatan pembelajaran berbasis kreativitas, seperti design thinking dan penguatan entrepreneurial mindset, menjadi relevan untuk meningkatkan efektivitas pendidikan kewirausahaan di program studi pendidikan ekonomi.

Tabel 6. Ringkasan hasil uji hipotesis penelitian

Hipotesis	Jenis Uji	Pernyataan Hipotesis	Statistik	Sig.	Kesimpulan
H1	Parsial	Literasi Ekonomi Digital (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y)	$t = 0,970$ $p = 0,339$	$> 0,05$	DITOLAK
H2	Parsial	Kreativitas Mahasiswa (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y)	$t = 1,927$ $p = 0,062$	Marginal ($> 0,05$)	MARGINAL
H3	Simultan	Literasi Ekonomi Digital (X1) dan Kreativitas Mahasiswa (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha (Y)	$F = 3,810$ $p = 0,032$	$< 0,05$	DITERIMA

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Pertama, Literasi Ekonomi Digital (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi ($t = 0,970$; $p = 0,339 > 0,05$), sehingga H1 ditolak. Meskipun rata-rata literasi ekonomi digital responden tergolong tinggi ($M = 4,121$), variasi antar-individu yang terbatas dan konsistensi internal instrumen yang rendah menjadi faktor pembatas signifikansi pengaruh ini. Kedua, Kreativitas Mahasiswa (X2) secara parsial menunjukkan pengaruh yang dominan dan marginal signifikan terhadap Minat Berwirausaha ($t = 1,927$; $p = 0,062$), dengan koefisien beta terstandar $\beta = 0,326$ yang lebih besar dibandingkan X1 ($\beta = 0,164$), menjadikan kreativitas sebagai variabel prediksi yang lebih kuat dalam model ini. Ketiga, secara simultan Literasi Ekonomi Digital dan Kreativitas Mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha ($F = 3,810$; $p = 0,032 < 0,05$), dengan kontribusi bersama sebesar 17,88% ($R^2 = 0,179$), sementara 82,12% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

REFERENSI

- Asrib, A. R., Rakib, M., Rahmatullah, Said, M. I., & Hasan, M. (2023). Pengaruh literasi bisnis digital dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, *4*(2). <https://doi.org/10.26858/je3s.v4i2.1178>
- Ferdiyanto, A. M., & Arifin, A. (2025). Pengaruh literasi wirausaha, literasi digital dan lingkungan keluarga dalam dunia bisnis digital terhadap minat wirausaha di kalangan mahasiswa Feb Ums. *Jurnal Syntax Admiration*, *6*(1). <https://doi.org/10.46799/jsa.v6i1.2035>

- Filda, Y., Safira, D., Izzuddin, A., & Rusdiyanto. (2025). Pengaruh penguasaan literasi digital, kompetensi wirausaha dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, *4*(3). <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i3.4939>
- Islami, N. N. (2019). The effect of digital literacy toward enterpreneur behaviors through students' intention enterpreneurship on Economics Education Study Program at Jember. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *243*, 012084. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/243/1/012084>
- Khoiriyah, R., Sudarno, S., & Setyowibowo, F. (2022). Pengaruh literasi digital, efikasi diri dan lingkungan terhadap intensi berwirausaha e-business mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Sebelas Maret. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, *10*(3), 181–193. <https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p181-193>
- Mulyati, S. (2023). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan digital literacy terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan efikasi diri sebagai mediator. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, *11*(2), 222–230. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n2.p222-230>
- Nanda, A. D., & Sudiana, K. (2022). Pengaruh digital literacy dan locus of control terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa tingkat akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, *7*(1). <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i1.366>
- Nisa', K., & Sakti, N. C. (2025). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, efikasi diri, dan literasi digital terhadap intensi berwirausaha mahasiswa prodi pendidikan ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, *4*(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1789>
- Onwubuya, U. N., & Odogwu, I. C. (2023). Digital literacy and entrepreneurial intentions of business education students in tertiary institutions. *International Journal of Social Sciences and Management Research*, *9*(6), 101–112. <https://doi.org/10.56201/ijssmr.v9.no6.2023.pg101.112>
- Primahendra, R., Sumbogo, T., Dharmastuti, C. F., Lensun, R. A., Mudjiyono, T., & Sugiyanto. (2024). The influence of digital economy, entrepreneurship education, and digital literacy on digital entrepreneur intention among university students. In *2024 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*. IEEE. <https://doi.org/10.1109/icimtech63123.2024.10780896>
- Putri, W. (2019). *Pengaruh literasi digital dan kreativitas kewirausahaan terhadap minat entrepreneur pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2015 Universitas Negeri Jakarta* [Skripsi, Universitas Negeri Jakarta].
- Udekwe, E., & Iwu, C. (2024). The nexus between digital technology, innovation, entrepreneurship education, and entrepreneurial intention and entrepreneurial motivation: A systematic literature review. *Education Sciences*, *14*(11), 1211. <https://doi.org/10.3390/educsci14111211>
- Wahhab, M. K. A., Baroroh, K., & Fadlullah, Y. A. (2025). Digital-era entrepreneurship readiness: The influence of financial literacy, digital creativity, and technology-based learning among university students. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, *8*(1). <https://doi.org/10.54268/baskara.v8i1.27468>
- Wibowo, A., Narmaditya, B., Saptono, A., Effendi, M. S., Mukhtar, S., & Shafiai, M. H. M. (2023). Does digital entrepreneurship education matter for students' digital entrepreneurial intentions? The mediating role of entrepreneurial alertness. *Cogent Education*, *10*(1). <https://doi.org/10.1080/2331186x.2023.2221164>