



PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS NURUL HUDA

Oleh: Edi Supriyanto¹, Khafid Ismail², Vovi Sinta³

edyfazlenzaqq@gmail.com

¹ Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Nurul Huda

² Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Nurul Huda

³ Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Nurul Huda

***Abstrak-**Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital dan penggunaan e-commerce terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nurul Huda. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 Universitas Nurul Huda dengan jumlah sample 32 responden, yang dipilih menggunakan teknik cluster sampling. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau angket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital dan penggunaan e-commerce memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Peningkatan literasi digital memungkinkan mahasiswa untuk lebih memahami dan memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan usaha. Sementara itu, penggunaan e-commerce memberikan akses pasar yang lebih luas dan efisien. Kesimpulannya, kedua variabel tersebut secara signifikan meningkatkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Disarankan agar perguruan tinggi meningkatkan program pelatihan literasi digital dan e-commerce untuk mahasiswa guna mempersiapkan mereka menjadi wirausahawan yang adaptif dan kompeten di era digital.*

***Kata Kunci :**Literasi digital, Penggunaan E-commerce, Minat Berwirausaha*

***Abstract-**This study aims to examine the impact of digital literacy and e-commerce usage on the entrepreneurial interest of Economics Education students at Nurul Huda University. This study employs a quantitative method with data collected through questionnaires and documentation. The research was conducted with 32 students from the 2021 cohort of the Economics Education program at Nurul Huda University, selected using cluster sampling techniques. Information were investigated utilizing distinct factual examination, old style presumption tests, various straight relapse investigation, and speculation testing. The outcomes show that computerized proficiency and web based business utilization altogether impact understudies' enterprising interest. Expanded advanced literacy enables students to better understand and utilize technology in developing their businesses.*

Meanwhile, e-commerce usage provides broader and more efficient market access. In conclusion, both variables significantly enhance entrepreneurial interest among students. It is recommended that universities improve digital literacy and e-commerce training programs for students to prepare them to become adaptive and competent entrepreneurs in the digital era.

Keywords: Digital Literacy, E-commerce Usage, Entrepreneurial Intention

PENDAHULUAN

Di tengah kemajuan era digital, kemampuan memanfaatkan Inovasi terkomputerisasi telah menjadi kebutuhan, khususnya dalam bisnis. Peningkatan mekanis menghadirkan berbagai kemajuan yang membantu kelancaran aktivitas bisnis, misalnya saja hadirnya tahapan bisnis online yang membantu para pelaku bisnis untuk menjangkau sektor bisnis yang lebih luas tanpa perlu dibatasi oleh jarak dan waktu. Untuk tetap bersaing di lingkungan yang terus berubah, para pelaku usaha dituntut memiliki keterampilan adaptif serta pemahaman yang mendalam terhadap teknologi digital. (Feri Sulianta, 2020)

Kemampuan *literasi digital*, yang mencakup penguasaan dan pemahaman dalam memanfaatkan teknologi dengan bijak, kini menjadi keterampilan esensial bagi setiap individu, terutama mahasiswa yang berpotensi menjadi wirausaha di masa depan. *Literasi digital* juga merupakan salah satu cara untuk merespons kemajuan teknologi, dengan memanfaatkan media untuk memperkuat kemampuan membaca dan meningkatkan semangat untuk

menciptakan budaya literasi sebagai sarana untuk memperoleh pengetahuan. (Suherdi Devri et al., 2021)

E-commerce mengacu pada pemanfaatan teknologi internet untuk melakukan transaksi jual beli produk dan layanan secara online. Dengan memanfaatkan platform *e-commerce*, penjual dapat memperkenalkan produk atau layanan mereka kepada pasar yang lebih luas, tanpa terhalang oleh batasan jarak atau lokasi. Dalam *e-commerce*, proses seperti pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman bisa diatur secara otomatis, sehingga operasional bisnis menjadi lebih efisien. *E-commerce* juga menyediakan beragam metode pembayaran digital yang membuat transaksi lebih cepat dan mudah. Hal ini sejalan dengan kebutuhan dunia usaha yang memerlukan individu dengan kompetensi tinggi yang juga mampu mengelola bisnis berbasis teknologi. (Damayanti & Harti, 2021)

Pada tahun 2025-2030 Indonesia akan mengalami imbalan segmen, khususnya keadaan dimana jumlah individu dalam usia yang berguna akan lebih tinggi daripada jumlah individu dalam usia muda dan lanjut usia (lansia). Jika penduduk usia produktif ini tidak memiliki akses ke lapangan pekerjaan,

hal tersebut dapat menjadi ancaman bagi negara. Dengan demikian, tantangan utama yang harus diatasi adalah bagaimana mengubah surplus sumber daya manusia usia produktif menjadi tenaga kerja yang kompeten dan terampil melalui pendidikan, sehingga mereka dapat berkontribusi secara positif bagi negara. (BPS, 2022)

Literasi digital dan penggunaan *e-commerce* merupakan faktor-faktor yang mendorong minat seseorang untuk berwirausaha. (Rosyid, 2013). Kemampuan literasi digital dan pemanfaatan *e-commerce* dapat menciptakan peluang, memperkuat kepercayaan diri, serta memotivasi mahasiswa untuk terlibat dalam dunia wirausaha digital. Dukungan dari pengetahuan yang memadai dan kemajuan teknologi memungkinkan mahasiswa menggunakan inovasi data dalam memulai organisasi baru dan memperluas pendapatan mereka.

Minat berwirausaha menjadi fondasi penting dalam membangun kewirausahaan yang sukses. Ketika minat tersebut didukung oleh persiapan yang baik, keterampilan, dan pengetahuan yang cukup, individu akan lebih siap dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis, merancang strategi yang efektif, dan mengambil keputusan yang tepat untuk menjalankan usaha. Tingkat minat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor seperti literasi digital dan penggunaan *e-commerce*. (Kayun, 2023)

Berdasarkan wawancara dengan mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi, beberapa faktor menyebabkan rendahnya minat berwirausaha. Salah satu faktor utamanya adalah persepsi

keliru bahwa memulai usaha memerlukan modal besar, padahal banyak jenis usaha seperti *dropshipping*, jasa *freelance*, dan *affiliate marketing* yang dapat dimulai dengan modal kecil ataupun tanpa modal. Meskipun mahasiswa memiliki akses baik ke media digital, kemampuan mereka untuk memanfaatkannya dalam konteks bisnis masih terbatas. Mereka lebih sering menggunakan media sosial atau *platform digital* untuk keperluan pribadi atau akademis daripada untuk kegiatan berwirausaha. Penggunaan internet untuk menjual barang atau jasa juga tergolong rendah, yang mungkin disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang potensi pasar online, strategi pemasaran digital, serta keterampilan dalam mengelola platform penjualan.

Penelitian ini diharapkan dapat menganalisis pemahaman serta kemampuan mahasiswa dalam *literasi digital* dan penggunaan *e-commerce* dapat meningkatkan minat mereka dalam berwirausaha. Dengan memanfaatkan teknologi *digital* dan *platform e-commerce* secara optimal, diharapkan mahasiswa dapat menghasilkan peluang untuk usaha baru yang inovatif dan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan pasar *digital*.

Dengan gambaran di atas, Peneliti tertarik untuk memimpin judul "Pengaruh Literasi digital dan Penggunaan *E-commerce* terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nurul Huda".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif Menurut (Sugiyono, 2018). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena data yang diperoleh berbentuk angka yang memungkinkan untuk dianalisis menggunakan teknik statistik. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau angket.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasional. Menurut (Djaali, 2020) penelitian korelasional bertujuan untuk mendeskripsikan dua atau lebih fakta serta karakteristik objek yang diteliti.

Penelitian ini dilakukan di Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 Universitas Nurul Huda dengan jumlah sample 32 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melakukan uji statistik deskriptif untuk menentukan kategori dari setiap variabel, apakah termasuk dalam kategori sedang atau rendah. Analisis ini penting untuk memahami distribusi data dan memberikan gambaran umum tentang karakteristik masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden berada dalam kategori sedang untuk *literasi digital* (68,8%) dan penggunaan *e-commerce* (46,9%). Minat berwirausaha juga sebagian besar berada dalam kategori sedang (78,1%).

1. Literasi digital mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nurul Huda

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Nurul Huda berada pada kategori sedang. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang sebagian besar masuk dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 22 mahasiswa (68,8%). Selain itu, ada 5 mahasiswa (15,6%) yang termasuk dalam kategori tinggi, dan 5 mahasiswa (15,6%) dalam kategori rendah. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak semua mahasiswa memiliki literasi digital yang tinggi dalam berwirausaha, sehingga masih ada mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha yang belum optimal.

Hal tersebut mengidentifikasi bahwa *Literasi digital* cukup baik. Namun *Literasi digital* ini perlu dimanfaatkan secara lebih optimal untuk mendukung aktivitas kewirausahaan. Karna dengan Kemampuan literasi digital dapat memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan seseorang. Dengan penguasaan teknologi digital yang baik, seseorang dapat lebih mudah mengakses informasi, berinovasi, dan memanfaatkan platform digital untuk memulai dan mengelola usaha.

2. Penggunaan e-commerce mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nurul Huda

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nurul Huda berada pada kategori sedang. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang sebagian besar berada di kategori

sedang, yaitu sebanyak 15 mahasiswa (46,9%). Selain itu, 13 mahasiswa (40,6%) masuk dalam kategori tinggi, dan 4 mahasiswa (12,5%) berada di kategori rendah. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-commerce* oleh mahasiswa berada pada kategori sedang, yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* sudah cukup baik.

Hal tersebut mengidentifikasi bahwa penggunaan *e-commerce* cukup baik. karena dengan adanya Penggunaan *e-commerce* tersebut mahasiswa dapat mengetahui bagaimana konsep berwirausaha yang baik, serta dapat memberikan motivasi berwirausaha kepada mahasiswa dengan adanya Penggunaan *e-commerce* tersebut.

3. Minat Berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nurul Huda

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nurul Huda berada pada kategori sedang. Hal ini terlihat dari data responden yang menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa (25 orang atau 78,1%) berada pada kategori sedang. Sebanyak 2 mahasiswa (6,3%) masuk dalam kategori tinggi, sementara 5 mahasiswa (15,6%) berada dalam kategori rendah. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki minat berwirausaha yang berada dalam kategori sedang. Ini menunjukkan bahwa meskipun beberapa mahasiswa sudah menunjukkan minat yang cukup tinggi, masih ada sebagian

yang belum memiliki ketertarikan kuat untuk menjadi wirausahawan.

Hal tersebut mengidentifikasi bahwa Minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nurul Hudacukup baik. Karena apabila minat ini didukung dengan persiapan yang matang, keterampilan yang memadai, serta pengetahuan yang cukup, individu akan lebih siap dalam menghadapi tantangan bisnis, merencanakan strategi yang efektif, dan membuat keputusan yang tepat untuk menjalankan usaha. Tingkat minat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *literasi digital* dan pemanfaatan *e-commerce*.

4. Pengaruh Literasi digital dan Penggunaan E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nurul Huda

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *literasi digital* dan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Literasi digital* terbukti memiliki nilai signifikansi sebesar 0,015, dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($3,284 > 2,037$). Sementara itu, penggunaan *e-commerce* memiliki nilai signifikansi 0,000, dengan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,886 > 2,037$).

Hal ini membedakan spekulasi tidak valid (H_0) ditiadakan dan spekulasi elektif (H_a) diakui, hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut mempengaruhi minat rintisan mahasiswa. Pemeriksaan ini sesuai

dengan dampak eksplorasi terarah yang dilakukan oleh (Rezi, 2022) yang hasil penelitian secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan data yang telah disampaikan, dapat disimpulkan hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital dan pemanfaatan e-commerce memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Meskipun keduanya berada pada kategori sedang, keduanya terbukti memberikan kontribusi dalam meningkatkan minat berwirausaha. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa literasi digital memiliki nilai signifikansi 0,015 ($p < 0,05$) dan t hitung 3,284, sementara penggunaan e-commerce memiliki nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) dan t hitung 2,886, yang keduanya lebih besar dari t tabel 2,037. Dengan demikian, hipotesis alternatif diterima, yang menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pencipta ingin menyampaikan rasa terima kasihnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi, khususnya Bapak/Ibu pembimbing untuk arahan mereka, dan saran yang sangat berharga. Selain itu, penulis sangat menghargai dukungan dan motivasi dari rekan-rekan selama pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2022). *Analisis Profil Penduduk Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Damayanti, N. A., & Harti. (2021). Pengaruh Tingkat Keaktifan Penggunaan Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sman 9 Surabaya Dalam Berbelanja Online Nur Aisyah Damayanti Dan Harti. *E Journal Unesa*.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Bumi Aksara).
- Feri Sulianta. (2020). *Buku Literasi digital, Riset Dan Perkembangannya Dalam Perspektif Social Studies* Oleh Feri Sulianta.
- Kayun, I. W. (2023). *Kewirausahaan Di Era Digital Berinovasi Dan Bertumbuh Dalam Dunia Teknologi*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Mutiah, R. L. A. (2022). Pengaruh Digital Literacy Dan Penggunaan E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha Digital (Digital Entrepreneurship) Pada Mahasiswa Tadris Ips Uin Syarif Hidayatullah Jakarta Program Studi Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan.
- Rosyid, Y. (2013). Pengaruh Tingkat Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Unesa*, 1(3), 8.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Suherdi Devri, Rezky Fadillah Syarifah, Apdilah Dicky, Sinuraya Junus, Sahputra Andi, Syahputra Dinur, & Dewi Wahyuni. (2021). *Peran Literasi digital Di Masa Pandemi* - Google Buku.