

Pengaruh Literasi Digital, Pendidikan Kewirausahaan, dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Gen-Z Di Era Ekonomi Digital (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Kota Malang Angkatan 2022)

Alvia Serli Putri Amalia^{1*}, Moh. Cholid Mawardi², Arista Fauzi Kartika Sari³
^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

*Email Korespondensi: Alviaserli12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital, pendidikan kewirausahaan, dan pemanfaatan media sosial terhadap minat kewirausahaan mahasiswa Generasi Z di era ekonomi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap mahasiswa Akuntansi angkatan 2022 di tiga universitas di Kota Malang: Universitas Islam Malang, Universitas Negeri Malang, dan Universitas Merdeka Malang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan tingkat kesalahan 5%. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital, pendidikan kewirausahaan, dan pemanfaatan media sosial secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kewirausahaan. Secara parsial, ketiga variabel tersebut juga memiliki pengaruh positif dan signifikan. Temuan ini memperkuat Teori Perilaku Terencana yang menyatakan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan memengaruhi niat kewirausahaan. Penelitian ini memiliki implikasi penting untuk pengembangan kurikulum kewirausahaan berbasis digital di universitas.

Kata kunci: Literasi digital, pendidikan kewirausahaan, media sosial, minat kewirausahaan, gen-z

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of digital literacy, entrepreneurship education, and social media utilization on the entrepreneurial interest of Generation Z students in the digital economy era. The study used a quantitative approach with a survey method of Accounting students of the 2022 intake at three universities in Malang City: the Islamic University of Malang, the State University of Malang, and the Merdeka University of Malang. The sampling technique used purposive sampling with a 5% error rate. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression. The results showed that digital literacy, entrepreneurship education, and social media utilization simultaneously had a significant effect on entrepreneurial interest. Partially, all three variables also had a positive and significant effect. These findings strengthen the Theory of Planned Behavior that states that attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control influence entrepreneurial intentions. This research has important implications for the development of digital-based entrepreneurship curricula in universities.

Keywords: Digital literacy, entrepreneurship education, social media, interest in entrepreneurship, gen-z

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Literasi digital didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mendapatkan, mengelola, memahami, mengintegrasikan, berkomunikasi, menciptakan, dan menyampaikan informasi secara benar dan aman melalui teknologi digital (Anggraeni et al., 2023). Ekonomi digital ditandai oleh pemanfaatan internet, perangkat pintar, *big data*, dan media sosial sebagai instrumen utama dalam penciptaan nilai. Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi digital

menunjukkan tren yang positif, ditandai dengan meningkatnya aktivitas e-commerce, *digital marketing*, serta lahirnya berbagai *startup* berbasis teknologi. Kondisi ini membuka peluang luas bagi generasi muda untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan berbasis digital dengan hambatan masuk yang relatif lebih rendah dibandingkan model bisnis konvensional.

Dalam konteks tersebut, Generasi Z menjadi kelompok yang sangat relevan untuk dikaji. Generasi ini merupakan individu yang lahir antara 1997–2012 dan tumbuh dalam lingkungan digital sehingga memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi. Karakteristik Gen-Z antara lain terbiasa menggunakan media sosial, cepat dalam mengakses informasi, kreatif dalam memanfaatkan teknologi, serta memiliki kecenderungan untuk mencari fleksibilitas dalam karier. Paparan teknologi sejak usia dini menjadikan mereka lebih responsif terhadap peluang usaha berbasis digital, seperti bisnis *online*, *content creation*, dan *digital marketing*. Namun demikian, kedekatan dengan teknologi tidak secara otomatis menjamin tumbuhnya minat berwirausaha tanpa adanya dukungan kompetensi dan pendidikan yang memadai (Eka et al., 2025).

Pendidikan kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai proses pembelajaran sistematis yang dirancang untuk menumbuhkan pemahaman, sikap, dan keterampilan kewirausahaan di antara individu. Di era ekonomi digital, kewirausahaan tidak lagi terbatas pada usaha konvensional, melainkan berkembang ke arah model bisnis berbasis platform digital yang lebih dinamis dan adaptif (Handayati et al., 2020). Bagi mahasiswa, khususnya di bidang akuntansi dan bisnis, kewirausahaan menjadi alternatif karier yang strategis di tengah ketidakpastian pasar kerja. Perguruan tinggi memiliki tanggung jawab dalam menumbuhkan minat berwirausaha melalui pendidikan kewirausahaan yang terstruktur, penguatan literasi digital, serta pemanfaatan media sosial secara produktif.

Secara teoretis, minat berwirausaha dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta *perceived behavioral control* (Conner, 2020: 1-18). Dalam konteks penelitian ini, literasi digital dapat meningkatkan *perceived behavioral control* karena memberikan rasa mampu dalam memanfaatkan teknologi untuk bisnis. Pendidikan kewirausahaan berperan dalam membentuk sikap positif terhadap kewirausahaan serta memperkuat norma subjektif melalui dukungan akademik. Sementara itu, pemanfaatan media sosial dapat memperkuat ketiga komponen tersebut melalui akses informasi, jejaring bisnis, dan inspirasi kewirausahaan.

Meskipun sejumlah penelitian terdahulu telah menguji pengaruh literasi digital dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan secara parsial atau belum mengintegrasikan variabel pemanfaatan media sosial secara komprehensif dalam satu model penelitian. Selain itu, penelitian yang secara khusus menyoroti mahasiswa Akuntansi Generasi Z di Kota Malang angkatan 2022 masih terbatas. Padahal, karakteristik lokal, lingkungan akademik, serta perkembangan ekosistem digital daerah dapat memengaruhi dinamika minat berwirausaha mahasiswa. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diisi melalui model yang mengintegrasikan literasi digital, pendidikan kewirausahaan, dan pemanfaatan media sosial dalam menjelaskan minat berwirausaha mahasiswa Gen-Z di era ekonomi digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital, pendidikan kewirausahaan, dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Generasi Z, baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan model minat berwirausaha berbasis ekonomi digital serta kontribusi praktis bagi perguruan tinggi dalam merancang strategi pembelajaran kewirausahaan yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Kontribusi Penelitian

Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya literasi digital dan pemanfaatan media sosial secara produktif sebagai peluang usaha di era ekonomi digital. Hasil penelitian ini juga memberikan pemahaman bahwa pendidikan kewirausahaan yang diperoleh selama perkuliahan memiliki peran dalam membentuk minat serta kesiapan mahasiswa untuk berwirausaha. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan mampu memanfaatkan kompetensi digital dan pengalaman pembelajaran kewirausahaan sebagai modal dalam mengembangkan usaha berbasis digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior yang menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta *perceived behavioral control*. TPB menegaskan bahwa penentu paling dekat (*proximal determinants*) dari perilaku adalah niat (*intention*) untuk melakukan perilaku tersebut dan persepsi kontrol terhadap perilaku itu. Niat (*intention*) menggambarkan motivasi seseorang berupa rencana atau keputusan sadar untuk berusaha melakukan sebuah perilaku (Conner, 2020 : 1-18).

Literasi Digital dan Minat Berwirausaha

Literasi digital adalah kemampuan memanfaatkan teknologi secara efektif dalam berbagai aktivitas, termasuk kewirausahaan digital (Anggraeni et al., 2023). Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, literasi digital meningkatkan *perceived behavioral control* karena mahasiswa yang memiliki kompetensi digital cenderung lebih percaya diri dalam menjalankan usaha berbasis teknologi. Semakin tinggi literasi digital, semakin tinggi pula minat berwirausaha

H1: Literasi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Pendidikan Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha

Pendidikan kewirausahaan membentuk pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan mahasiswa (Tambunan et al., 2024). Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, pendidikan kewirausahaan memperkuat sikap positif dan norma subjektif terhadap aktivitas usaha. Semakin baik pendidikan kewirausahaan yang diterima, semakin tinggi minat berwirausaha mahasiswa.

H2: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Pemanfaatan Media Sosial dan Minat Berwirausaha

Pemanfaatan media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media promosi dan pengembangan jaringan bisnis (Supriatna et al., 2022). Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, penggunaan media sosial dapat memperkuat sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* terhadap kewirausahaan. Semakin optimal pemanfaatan media sosial, semakin tinggi minat berwirausaha mahasiswa.

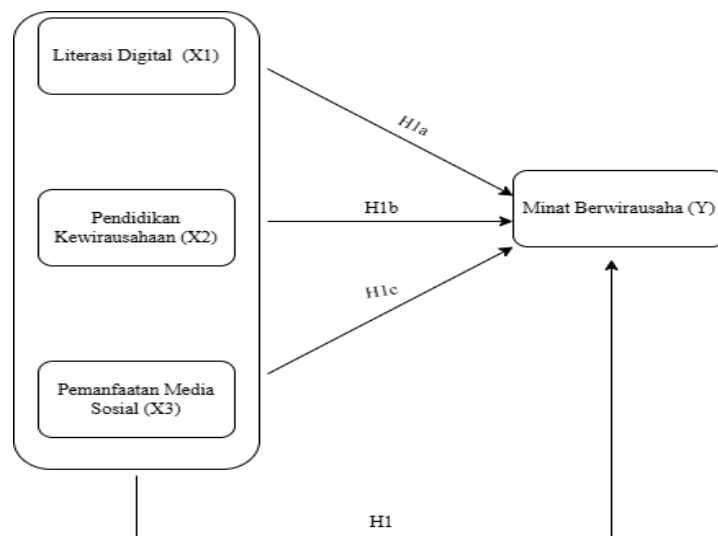
H3: Pemanfaatan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Pengaruh Simultan

Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama dapat membentuk intensi kewirausahaan mahasiswa. Literasi digital memberikan kompetensi, pendidikan kewirausahaan membentuk pola pikir, dan media sosial menyediakan sarana implementasi.

H4: Literasi digital, pendidikan kewirausahaan, dan pemanfaatan media sosial secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Kerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian

H1: Literasi digital, pendidikan kewirausahaan, dan pemanfaatan media sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha.

H2: Literasi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

H3: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

H4: Pemanfaatan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode yang digunakan yaitu survei menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data primer dari responden dengan cara memberikan serangkaian pernyataan dan jawaban kepada responden. Kuesioner yang diberikan menggunakan nilai skala likert dari 1 sampai 5.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Akuntansi angkatan 2022 di Kota Malang yang berjumlah 559 mahasiswa. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh 233 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria mahasiswa aktif angkatan 2022 yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan.

Metode Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), serta uji hipotesis melalui analisis regresi linier berganda.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak dan konsisten dalam mengukur variabel literasi digital, pendidikan kewirausahaan, pemanfaatan media sosial, dan minat berwirausaha. Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan bahwa data memenuhi persyaratan analisis regresi. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data. Selanjutnya, uji hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2023) Variabel Dependen (Y) merupakan variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Menurut (Sugiyono, 2023) Variabel independen (X) berfungsi sebagai variabel pemicu, pengindikasian, atau yang mendahului. Dalam Bahasa Indonesia, sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab dari perubahan atau munculnya variabel dependen (yang terikat) (terikat).

Definisi Operasional Variabel

Literasi Digital (X1)

Literasi digital merupakan kemampuan penting di era teknologi modern, mencakup keterampilan untuk memperoleh, memahami, mengelola, mengevaluasi, serta menyampaikan informasi melalui teknologi digital secara efektif, aman, dan etis (Herlina et al., 2023). Indikator yang diambil dari literasi digital yaitu:

1. Akses
2. Analisis dan evaluasi
3. Penciptaan konten
4. Refleksi
5. Aksi

Pendidikan Kewirausahaan (X2)

Pendidikan kewirausahaan merupakan proses pembelajaran sistematis untuk menumbuhkan pemahaman, sikap, dan keterampilan wirausaha, dengan tujuan membentuk *mindset* inovatif dan mempersiapkan individu menciptakan peluang usaha secara mandiri (Handayati et al., 2020). Indikator yang diambil dari pendidikan kewirausahaan yaitu:

1. Keinginan berwirausaha
2. Wawasan program
3. Tumbuhkan wawasan program

Pemanfaatan Media Sosial (X3)

Pemanfaatan media sosial merujuk pada penggunaan platform digital untuk berkomunikasi, menyebarkan informasi, serta membangun koneksi dengan audiens yang luas. media sosial berperan penting dalam komunikasi, pemasaran, pendidikan, dan penyebaran informasi, serta memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan edukatif, sehingga menjadi elemen penting dalam berbagai aspek kehidupan modern (Slišāne et al., 2021). Indikator yang diambil dari pemanfaatan media sosial yaitu:

1. Partisipasi
2. Keterbukaan
3. Percakapan
4. Komunitas
5. Saling terhubung

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	249	1.00	5.00	4.2896	.47947
X1	249	1.00	5.00	4.3679	.41291
X2	249	1.00	5.00	4.3133	.47681
X3	249	1.00	5.00	4.2753	.47276
Valid N (listwise)	249				

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan analisis deskriptif, diketahui bahwa jumlah partisipan (N) dalam penelitian ini berjumlah 249 orang. Semua variabel menunjukkan nilai minimum sebesar 1,00 dan maksimum sebesar 5,00. Berdasarkan tabel 1 hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa:

1. Minat Berwirausaha (Y1) mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,2896 dengan deviasi standar 0,47947.
2. Literasi Digital (X1) mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,3679 dengan deviasi standar 0,41291.
3. Pendidikan Kewirausahaan (X2) mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,3133 dengan deviasi standar 0,47681.
4. Pemanfaatan Media Sosial (X3) mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,2753 dengan deviasi standar 0,47276.

b. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Literasi Digital (X1)	X1.1	0.558	0.124	Valid
	X1.2	0.604	0.124	Valid
	X1.3	0.610	0.124	Valid
	X1.4	0.594	0.124	Valid
	X1.5	0.549	0.124	Valid
	X1.6	0.496	0.124	Valid
	X1.7	0.559	0.124	Valid
	X1.8	0.543	0.124	Valid
	X1.9	0.563	0.124	Valid
	X1.10	0.609	0.124	Valid
Pendidikan kewirausahaan (X2)	X2.1	0.684	0.124	Valid
	X2.2	0.665	0.124	Valid
	X2.3	0.663	0.124	Valid
	X2.4	0.677	0.124	Valid
	X2.5	0.569	0.124	Valid
	X2.6	0.517	0.124	Valid
	X2.7	0.599	0.124	Valid
	X2.8	0.604	0.124	Valid
	X2.9	0.656	0.124	Valid
Pemanfaatan Media Sosial (X3)	X3.1	0.698	0.124	Valid
	X3.2	0.653	0.124	Valid
	X3.3	0.648	0.124	Valid
	X3.4	0.545	0.124	Valid
	X3.5	0.514	0.124	Valid
	X3.6	0.686	0.124	Valid
	X3.7	0.550	0.124	Valid
	X3.8	0.668	0.124	Valid
	X3.9	0.521	0.124	Valid
	X3.10	0.554	0.124	Valid
	X3.11	0.460	0.124	Valid
Minat Berwirausaha Mahasiswa (Y)	Y1.1	0.566	0.124	Valid
	Y1.2	0.720	0.124	Valid
	Y1.3	0.680	0.124	Valid
	Y1.4	0.640	0.124	Valid
	Y1.5	0.555	0.124	Valid
	Y1.6	0.525	0.124	Valid
	Y1.7	0.621	0.124	Valid

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
	Y1.8	0.640	0.124	Valid
	Y1.9	0.524	0.124	Valid
	Y1.10	0.543	0.124	Valid

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 2 dapat disimpulkan bahwa seluruh r hitung $>$ r tabel dengan signifikansi 0,05 (5%) dan dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
1.	Literasi Digital	0,767	0,60	Reliabel
2.	Pendidikan Kewirausahaan	0,807	0,60	Reliabel
3.	Pemanfaatan Media Sosial	0,816	0,60	Reliabel
4.	Minat Berwirausaha	0,805	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 3 hasil uji reliabilitas, seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel (0,767; 0,807; 0,816; dan 0,805) $>$ dari standar reliabel 0,60. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian layak dan konsisten untuk digunakan dalam penelitian.

c. Hasil Uji Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		249
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.90569537
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.064
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.278
Point Probability		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 $>$ 0,05. Dengan demikian, data residual berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas.

d. Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	TotalX1	.463	2.159
	TotalX2	.273	3.666
	TotalX3	.321	3.112
a. Dependent Variable: TotalY			

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 5 uji multikolinearitas, seluruh variabel memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.733	1.282		5.250	.000
	TotalX1	-.025	.042	-.055	-.610	.543
	TotalX2	-.024	.052	-.054	-.460	.646
	TotalX3	-.068	.040	-.185	-1.708	.089

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas, seluruh variabel memiliki nilai Sig. > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

e. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.183	1.704		.107	.915
	TotalX1	.298	.055	.256	5.388	.000
	TotalX2	.507	.069	.454	7.321	.000
	TotalX3	.213	.053	.231	4.050	.000

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, variabel TotalX1, TotalX2, dan TotalX3 memiliki nilai Sig. 0,000 < 0,05, sehingga ketiganya berpengaruh positif dan signifikan terhadap TotalY.

f. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji F (Simultan)

Tabel 8 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4237.068	3	1412.356	236.322	.000 ^b
Residual	1464.217	245	5.976		
Total	5701.285	248			

a. Dependent Variable: TotalY

b. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX1, TotalX2

Sumber : Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 8 hasil uji F diperoleh nilai Sig. 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel TotalX1, TotalX2, dan TotalX3 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap TotalY. Model regresi dinyatakan layak digunakan.

2. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9 Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 ^a	.743	.740	2.445

a. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX1, TotalX2

b. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 9 hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,743. Hal ini menunjukkan bahwa 74,3% variasi TotalY dapat dijelaskan oleh variabel TotalX1, TotalX2, dan TotalX3, sedangkan sisanya 25,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

3. Hasil Uji t (Parsial)

Tabel 10 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.183	1.704		.107	.915
	TotalX1	.298	.055	.256	5.388	.000
	TotalX2	.507	.069	.454	7.321	.000
	TotalX3	.213	.053	.231	4.050	.000

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Data diolah, 2026

Secara parsial, Total X1, Total X2, Total X3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap total Y (Sig. 0,000 < 0,05). Variabel yang paling dominan adalah Total X2.

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Digital, Pendidikan Kewirausahaan, dan Pemanfaatan Media Sosial secara simultan terhadap Minat Berwirausaha

Secara simultan, literasi digital, pendidikan kewirausahaan, dan pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Generasi Z. Hasil ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha terbentuk dari kombinasi kemampuan digital, dukungan pendidikan, dan pemanfaatan teknologi secara optimal. Temuan ini selaras dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*.

2. Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha

Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Generasi Z. Hasil uji regresi dan uji t menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan mahasiswa dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital, semakin besar minat mereka untuk berwirausaha. Temuan ini mendukung *Theory of Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa peningkatan *perceived behavioral control* dapat memperkuat niat berperilaku, serta selaras dengan penelitian (Mustain et al., 2023) yang menyatakan bahwa literasi digital berkontribusi terhadap minat kewirausahaan mahasiswa.

3. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Generasi Z. Hasil uji regresi dan uji t menunjukkan bahwa semakin baik pembelajaran kewirausahaan yang diterima, semakin tinggi ketertarikan mahasiswa untuk memulai usaha. Temuan ini mendukung *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa sikap dan persepsi kontrol diri memengaruhi niat berperilaku, serta sejalan dengan penelitian (Marshanda et al., 2025) meskipun berbeda dengan temuan (Wulandari et al., 2024) karena perbedaan karakteristik dan konteks penelitian.

4. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Generasi Z. Semakin optimal mahasiswa menggunakan media sosial untuk promosi, komunikasi, dan pencarian informasi bisnis, semakin tinggi minat mereka untuk memulai usaha. Temuan ini mendukung *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa peningkatan *perceived behavioral control* dapat memperkuat niat berperilaku, serta sejalan dengan penelitian (Chusumastuti, 2020) yang menemukan pengaruh positif media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel literasi digital, pendidikan kewirausahaan, dan pemanfaatan media sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Gen-z akuntansi di Kota Malang.
2. Variabel literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Gen-z akuntansi Kota Malang.
3. Variabel pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Gen-z akuntansi Kota Malang.
4. Variabel pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Gen-z akuntansi Kota Malang.

Keterbatasan

- a) Penggunaan kuesioner berpotensi menimbulkan bias subjektif karena bergantung pada persepsi responden.
- b) Responden terbatas pada mahasiswa Akuntansi angkatan 2022 di tiga universitas di Kota Malang sehingga generalisasi masih terbatas.
- c) Penelitian hanya menguji tiga variabel independen, sehingga belum mencakup faktor lain yang mungkin berpengaruh.
- d) Pendekatan cross-sectional tidak dapat menggambarkan perubahan minat berwirausaha dalam jangka panjang.

Saran

- a) Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan metode pengumpulan data yang lebih beragam serta memperluas cakupan populasi dan sampel agar hasil penelitian lebih komprehensif dan memiliki daya generalisasi yang lebih luas.
- b) Perguruan tinggi diharapkan memperkuat integrasi pendidikan kewirausahaan dengan perkembangan ekonomi digital melalui kurikulum dan praktik pembelajaran yang aplikatif.
- c) Mahasiswa diharapkan lebih proaktif dalam mengembangkan kompetensi kewirausahaan dan mengoptimalkan literasi digital serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana produktif untuk merintis usaha di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F. K. A., Nuraini, L., Harijanto, A., Prastowo, S. H. B., Subiki, S., Supriadi, B., & Maryani, M. (2023). Student Digital Literacy Analysis in Physics Learning Through Implementation Digital-Based Learning Media. *Journal of Physics: Conference Series*, 2623(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/2623/1/012023>
- Chusumastuti, D. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Media Online Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa (Studi Kasus di Sekolah Tinggi Multi Media “MMTC” Yogyakarta). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen . Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 77–85. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v4i2.86>
- Conner, M. (2020). *Theory of Planned Behavior. Handbook of Sport Psychology*, 1–18.
- Eka, P., Lestari, T., Pranitasari, D., Prastuti, D., & Hermastuti, P. (2025). Minat Berwirausaha di Kalangan Gen Z : antara Ambisi Pribadi dan Tantangan Risiko. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9, 15423–15432.
- Handayati, P., Wulandari, D., Soetjipto, B. E., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2020). Does entrepreneurship education promote vocational students’ entrepreneurial mindset? *Heliyon*, 6(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05426>
- Herlina, S., Kusumah, Y. S., & Juandi, D. (2023). Digital Literacy: Student Perception in Mathematics Learning. *AKSIOMA: Jurnal Program Studi Pendidikan Matematika*,

- 12(3), 3115. <https://doi.org/10.24127/ajpm.v12i3.7561>
- Marshanda, O. P., Gusnardi, G., & Riadi, R. (2025). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(7), 8473–8482. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i7.8342>
- Mustain, M., Murwani, F. D., & Mukhlis, I. M. (2023). The Effect of Digital Literacy on Entrepreneurial Intention through Entrepreneurial Attitude. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 2(12), 3361–3370. <https://doi.org/10.55927/fjas.v2i12.7066>
- Slišāne, A., Lāma, G., & Rubene, Z. (2021). Self-assessment of the entrepreneurial competence of teacher education students in the remote study process. *Sustainability (Switzerland)*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/su13116424>
- Sugiyono, P. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif 2023. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Supriatna, T., Juhandi, D., & Rasipan, R. (2022). Promosi Media Sosial dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Pemasaran yang di Moderasi Akses Fasilitas Digital. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(2), 167–178. <https://doi.org/10.37366/master.v2i2.481>
- Tambunan, K. E., Hasibuan, A. F., Prayogo, R. R., Dongoran, F. R., Syah, D. H., & Sagala, G. H. (2024). The effectiveness of case method in developing intrapreneurship among business students. *Journal of Education and Learning*, 18(2), 296–304. <https://doi.org/10.11591/edulearn.v18i2.21161>
- Wulandari, R., Afdal, & Hariko, R. (2024). Literasi Digital Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Generasi Z. *Risalah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 10(3), 983–996.