

Pengaruh Literasi Digital, Orientasi Berwirausaha, Dan Ketersediaan Modal Terhadap Keputusan Berwirausaha (Studi Pada Pelaku Usaha Generasi Z Kota Malang)

Muhammad Alainal Mubarak *)

Ronny Malavia Mardani **)

Mohamad Bastomi *)**

Email : 22101081232@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to analyze the influence of digital literacy, entrepreneurial orientation, and capital availability on entrepreneurial decision-making among Generation Z in Malang City. A total of 91 respondents were selected using a purposive sampling technique, with criteria including young entrepreneurs aged 13–28 years who actively run businesses and utilize digital media for their operations. Data were collected through employing a Likert-scale questionnaire and analyzing the data through multiple linear regression techniques.

The results indicate that digital literacy has a positive and significant effect on entrepreneurial decision-making, suggesting that the ability to use digital technology facilitates young people in starting and managing their businesses effectively. Meanwhile, entrepreneurial orientation does not significantly affect entrepreneurial decision-making, implying that Generation Z's entrepreneurial mindset has not yet been fully transformed into actual behavior. Furthermore, capital availability has a positive and significant influence, confirming that access to financial resources is a major factor driving entrepreneurial decisions among young individuals. Simultaneously, all three variables significantly affect entrepreneurial decision-making.

This study contributes to the development of digital entrepreneurship among young generations and provides valuable insights for policymakers and MSME stakeholders to design effective empowerment strategies.

Keywords: *Digital Literacy, Entrepreneurial Orientation, Capital Availability, Entrepreneurial Decision-Making, Generation Z.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak signifikan terhadap dinamika kewirausahaan modern, khususnya di kalangan Generasi Z yang dikenal sebagai digital native. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang sarat dengan kemajuan teknologi informasi, sehingga memiliki potensi besar dalam memanfaatkan media digital untuk kegiatan bisnis. Di Kota Malang, jumlah pelaku usaha muda dari Generasi Z mengalami peningkatan yang cukup pesat, yaitu dari sekitar 6.500 orang pada tahun 2023 menjadi lebih dari 7.000 orang pada tahun 2024 (DKPP Kota Malang, 2024). Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa minat dan partisipasi generasi muda dalam berwirausaha terus berkembang.

Namun demikian, peningkatan kuantitas pelaku usaha belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan kualitas dalam hal pemanfaatan teknologi digital, orientasi berwirausaha, dan ketersediaan modal. Sebagian pelaku usaha muda masih menghadapi kendala dalam mengoptimalkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha, memiliki orientasi kewirausahaan yang belum matang, serta keterbatasan modal yang menghambat realisasi usaha.

Kondisi ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana faktor literasi digital, orientasi berwirausaha, dan ketersediaan modal berpengaruh terhadap keputusan generasi muda dalam menjalankan kegiatan wirausaha. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap keputusan berwirausaha Generasi Z di Kota Malang, sehingga hasilnya diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan literasi digital dan kebijakan pemberdayaan wirausaha muda di era ekonomi digital.

Secara konseptual, literasi digital, orientasi berwirausaha, dan ketersediaan modal memiliki keterkaitan yang erat dalam membentuk keputusan berwirausaha Generasi Z. Literasi digital berperan dalam meningkatkan kemampuan individu untuk mengakses informasi pasar, memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, serta mengelola usaha berbasis teknologi, sehingga mendorong kemantapan dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Orientasi berwirausaha mencerminkan sikap inovatif, keberanian mengambil risiko, motivasi berprestasi, dan kemandirian pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya. Sementara itu, ketersediaan modal menjadi faktor pendukung utama yang memungkinkan individu merealisasikan rencana usahanya secara nyata. Interaksi ketiga variabel tersebut secara bersama-sama menentukan kuat atau lemahnya keputusan Generasi Z dalam memulai dan menjalankan usaha di era digital.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Landasan teoritis penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen, di mana keputusan seseorang untuk berperilaku, termasuk berwirausaha, ditentukan oleh tiga komponen utama: *attitude toward behavior*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*. Keputusan berwirausaha adalah tahapan krusial dalam proses pembentukan usaha yang bersifat individual dan kompleks Wahyuni et al. (2025). Sihombing & Sulisty (2021) Keputusan berwirausaha adalah hasil pertimbangan rasional yang diambil oleh seseorang untuk memulai usaha dengan mempertimbangkan risiko, keuntungan, dan sumber daya yang dimiliki. Terdapat empat indikator Keputusan Berwirausaha menurut Andriani & Ariani (2024) sebagai berikut, Niat Berwirausaha yaitu, Keinginan dan kesiapan mental seseorang untuk menjalankan bisnis, Realisasi Usaha merupakan Tindakan nyata dalam memulai atau menjalankan usaha, Komitmen Berwirausaha ialah Konsistensi dan dedikasi dalam mengelola usaha.

Literasi Digital

Literasi digital adalah kompetensi individu dalam mengakses, memahami, serta mengolah informasi melalui pemanfaatan teknologi digital secara efektif, termasuk dalam konteks kegiatan kewirausahaan (Yuniar & Subroto 2024). Khairunisa & Sabaria (2023) mengindikasikan bahwa tingkat literasi digital yang tinggi secara bermakna berkontribusi pada peningkatan minat dan pengambilan keputusan untuk berwirausaha, khususnya di kalangan generasi muda. Terdapat tiga indikator literasi digital menurut Ningsih & Wahyudi (2024) sebagai berikut, Akses Informasi Digital adalah Kemampuan mencari dan menyaring informasi bisnis secara online, termasuk tren pasar, kompetitor, atau peluang usaha. Ini merupakan dasar bagi proses pengambilan keputusan dalam bisnis, penggunaan Media Sosial adalah Kemampuan menggunakan platform seperti Instagram, TikTok, Facebook untuk promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Media sosial adalah alat branding dan engagement yang efektif, pemanfaatan *e-Commerce* adalah Kemampuan individu dalam menggunakan platform seperti Tokopedia, Shopee, dan marketplace lain untuk menjual produk/jasa, aplikasi Pendukung Usaha adalah Penggunaan aplikasi digital untuk manajemen operasional bisnis.

Orientasi Berwirausaha

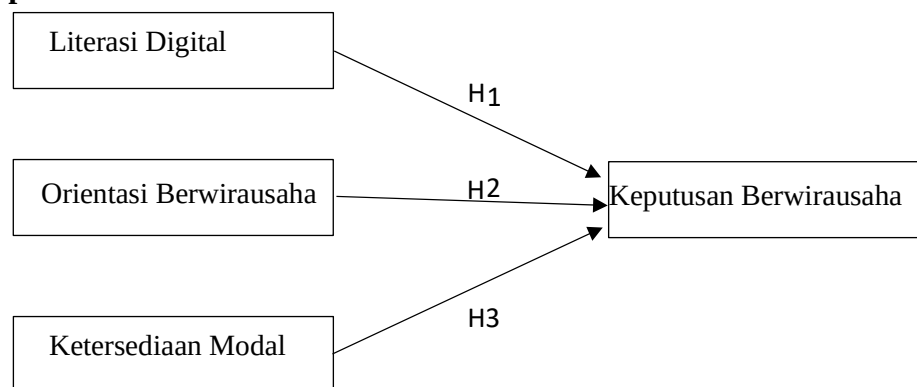
Menurut Hidayat, Siregar, et al. (2023) bahwa orientasi berwirausaha mampu mendorong peningkatan inovasi produk. Selanjutnya, inovasi produk tersebut memberikan dampak positif terhadap kinerja bisnis. Dewintara (2021) menjelaskan bahwa orientasi berwirausaha merupakan

sikap atau karakter individu dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dalam penelitian ini, orientasi berwirausaha dipahami sebagai kemampuan mahasiswa dalam mewujudkan keinginan mereka untuk mengelola dan mengembangkan suatu usaha. Menurut Justin & Handoyo (2023) terdapat empat indikator orientasi berwirausaha, sebagai berikut, Inovatif merupakan Kemampuan untuk menciptakan ide, produk, atau pendekatan bisnis baru, keberanian Mengambil Risiko adalah Kesiapan untuk menghadapi ketidakpastian, termasuk kemungkinan kerugian dalam bisnis, dorongan Berprestasi ialah Motivasi pribadi untuk mencapai keberhasilan dalam berwirausaha, kemandirian merupakan Sikap untuk bertindak dan membuat keputusan bisnis secara mandiri tanpa bergantung pada pihak lain.

Ketersediaan Modal

Ridwan et al. (2024) Untuk memulai dan menjalankan usaha, seorang wirausaha membutuhkan ketersediaan modal sebagai alat untuk mendapatkan sumber daya, peralatan, tempat usaha, dan kebutuhan operasional lainnya. Ketersediaan modal dianggap sebagai salah satu komponen penting dalam keputusan untuk berwirausaha. Modal yang mencukupi memungkinkan wirausaha untuk memenuhi kebutuhan mereka untuk pemasaran, produksi, dan pengembangan bisnis Wiwik (2023). Menurut Syaharani & Mayangsari (2022) terdapat empat indikator ketersediaan modal, sebagai berikut, Sumber Dana Pribadi ialah Modal awal yang berasal dari tabungan atau simpanan pribadi, Akses ke Lembaga Keuangan merupakan Kemudahan mendapatkan bantuan keuangan dari bank, KUR, fintech, dll, Dukungan Keluarga/Mitra merupakan Ketersediaan dana atau bantuan dari keluarga, rekan, atau investor kecil, Modal Non-Tunai adalah Kepemilikan alat kerja, perlengkapan, atau bahan baku sebagai bentuk modal.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

H1: Literasi Digital berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha

H2: Orientasi Berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha

H3: Ketersediaan Modal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatif, yang difokuskan guna mengidentifikasi serta menilai keterkaitan maupun dampak antara variabel yang dapat diukur secara numerik. Studi ini dilaksanakan di Kota Malang. Waktu pelaksanaan penelitian ini direncanakan berlangsung dalam jangka 5 bulan, mulai dari bulan Mei 2025 sampai bulan September 2025.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha generasi z yang beroperasi di wilayah Kota Malang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Penetapan ukuran sampel pada studi ini mengacu pada pendapat Hair et al. (2021) yang menyatakan bahwa jumlah sampel minimal yang disarankan untuk analisis multivariat adalah 5 hingga 10 kali jumlah indikator variabel. Dalam penelitian ini, terdapat total 13 indikator yang mewakili tiga variabel independen (literasi digital, orientasi berwirausaha, dan ketersediaan modal) serta satu variabel dependen (keputusan berwirausaha). Dengan demikian, jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah $13 \times 7 = 91$ responden. Kriteria yang telah ditetapkan dan relevan dengan tujuan penelitian, dan peneliti menargetkan:

- 1) Domisili di kota Malang
- 2) Memiliki usia 13-28 (generasi Z)
- 3) Telah menjalankan usaha
- 4) Memiliki sosial media untuk usaha
- 5) Menggunakan *e-commerce*

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku usaha generasi z di Kota Malang. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei, yaitu melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang berasal dari kalangan Generasi Z. Pengukuran data dilakukan dengan menggunakan skala Likert.

Dalam penelitian ini, terdapat 5 jenis analisis yang dilakukan yaitu :

Uji instrumen (uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas), Uji asumsi klasik (uji multikolineritas, uji heteroskedastisitas), Analisis regresi linear berganda, Uji hipotesis (uji F, uji t), Koefisien determinasi.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Kriteria Responden

a. Kriteria Menurut Usia

No	Usia	Jumlah responden	Persentase
1	22	12	13,2%
2	23	13	14,3%
3	24	11	12,1%
4	25	23	25,3%
5	26	17	18,7%
6	27	15	16,5%
Total		91	100%

Sumber : Data Oktober 2025

Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam label yang didapat dari hasil jawaban responden dengan kategori usia. Responden dengan usia 22 tahun sebanyak 12 responden dengan tingkat persentase 13,2%, usia 23 tahun berjumlah 13 responden dengan tingkat persentase 14,3%, usia 24 tahun berjumlah 11 responden dengan tingkat persentase 12,1%, responden dengan usia 25 tahun berjumlah 23 responden dengan tingkat persentase 25,3%, responden dengan usia 26 tahun berjumlah 17 responden dengan tingkat persentase 18,7%, dan responden dengan usia 27 tahun berjumlah 15 responden dengan tingkat persentase 16,5%.

b. Domisili Kota Malang

No	Kecamatan	Jumlah responden	Persentase
1	Klojen	11	12,1%
2	Blimbing	23	25,3%
3	Lowokwaru	29	31,9%
4	Sukun	20	22%
5	Kedungkandang	8	8,8%
Total		91	100%

Sumber : Data Oktober 2025

Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam tabel yang didapat dari jawaban responden dengan kategori domisili Kota Malang diketahui bahwa jumlah responden Kec. Klojen berjumlah 11 orang dengan persentase 12,1%, Jumlah responden dari Kecamatan Blimbing sebanyak 23 orang dengan proporsi 25,3%. Responden dari Kecamatan Lowokwaru berjumlah 29 orang atau 31,9%. Adapun Kecamatan Sukun menyumbang 20 responden dengan persentase 22%, sedangkan Kecamatan Kedungkandang memiliki 8 responden dengan persentase 8,8%.

c. Jenis Usaha

No	Jenis usaha	Jumlah responden	Persentase
1	Pertanian, perkebunan, dan kehutanan	3	3,3%
2	Jasa	15	16,5%
3	Informasi dan komunikasi	5	5,5%
4	Konstruksi dan properti	0	0%
5	Industri pengolahan	20	22%
6	Peternakan dan perikanan	8	8,8%
7	Perdagangan	27	29,7%
8	Transportasi dan pergudangan	2	2,2%
9	Ekonomi kreatif	5	5,5%
10	Pariwisata dan ekowisata	6	6,6%
Total		91	100%

Sumber Data : Oktober 2025

Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam tabel yang didapat dari jawaban responden dengan kategori jenis usaha diketahui bahwa jumlah responden pertanian, perkebunan, dan kehutanan berjumlah 3 orang dengan persentase 3,3%, Responden yang bergerak di sektor jasa berjumlah 15 orang atau 16,5%. Pada sektor informasi dan komunikasi terdapat 5 responden dengan persentase 5,5%. Sementara itu, sektor konstruksi dan properti tidak memiliki responden (0%). Di sektor industri pengolahan tercatat 20 responden atau 22%. Sektor peternakan dan perikanan menyumbang 8 responden dengan persentase 8,8%. Pada sektor perdagangan terdapat 27 responden atau 29,7%. Sektor transportasi dan pergudangan memiliki 2 responden dengan persentase 2,2%. Untuk sektor ekonomi kreatif tercatat 5 responden atau 5,5%, dan sektor pariwisata serta ekowisata mencakup 6 responden dengan persentase 6,6%.

d. Lama Usaha

No	Lama usaha	Jumlah responden	Persentase
1	< 1 tahun	7	7,7%
2	> 1-2 tahun	35	38,5%
3	> 2-3 tahun	34	37,4%
4	> 3-4 tahun	12	13,2%
5	> 4 tahun	3	3,3%
Total		91	100%

Sumber Data : Oktober 2025

Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam tabel yang didapat dari jawaban responden dengan kategori lama usaha diketahui bahwa jumlah responden < 1 tahun berjumlah 7 orang dengan persentase 7,7%, jumlah responden > 1-2 tahun berjumlah 35 orang dengan persentase 38,5%, jumlah responden > 2-3 tahun berjumlah 34 orang dengan persentase 37,4%, jumlah responden > 3-4 tahun berjumlah 12 orang dengan persentase 13,2%, dan jumlah responden > 4 tahun berjumlah 3 orang dengan persentase 3,3%.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
Literasi digital (X1)	X1.1	0,562	0,206	0,000	Valid
	X1.2	0,473	0,206	0,000	Valid
	X1.3	0,591	0,206	0,000	Valid
	X1.4	0,820	0,206	0,000	Valid
Orientasi berwirausaha (X2)	X2.1	0,562	0,206	0,000	Valid
	X2.2	0,660	0,206	0,000	Valid
	X2.3	0,577	0,206	0,000	Valid
Ketersediaan modal (X3)	X3.1	0,485	0,206	0,000	Valid
	X3.2	0,682	0,206	0,000	Valid
	X3.3	0,636	0,206	0,000	Valid

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
Keputusan berwirausaha (Y)	Y1	0,620	0,206	0,000	Valid
	Y2	0,770	0,206	0,000	Valid
	Y3	0,610	0,206	0,000	Valid

Sumber Data : Oktober 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dari variabel X1, X2, X3, dan Y mempunyai r hitung $>$ r tabel, sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan kuesioner itu valid.

Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach alpha	Standard	Keterangan
1	Literasi Digital (X1)	0,872	0,60	Reliabel
2	Orientasi Berwirausaha (X2)	0,611	0,60	Reliabel
3	Ketersediaan Modal (X3)	0,735	0,60	Reliabel
4	Keputusan Berwirausaha (Y)	0,780	0,60	Reliabel

Sumber Data : Oktober 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60, menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini bersifat reliabel dan konsisten.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98998181
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.043
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber Data : Oktober 2025

Mengacu pada tabel diatas semua data dinyatakan normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.850	1.177
	X2	.910	1.099
	X3	.855	1.170
a. Dependent Variable: Y			

Sumber Data : Oktober 2025

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak mengalami multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.334	1.033		.200
	X1	.000	.042	-.001	.991
	X2	.007	.061	.013	.907
	X3	-.047	.066	-.083	.475
a. Dependent Variable: ABS_RES					

Sumber Data : Oktober 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.016	1.750		2.295	.024
X1	.197	.071	.278	2.775	.007
X2	.105	.103	.099	1.021	.310
X3	.331	.111	.297	2.975	.004

a. Dependent Variable: Y

Sumber Data Oktober 2025

$$Y = 4,016 + 0,197 X_1 + 0,105 X_2 + 0,331 X_3$$

Analisis di atas, menjelaskan dengan menggunakan rumus berikut:

1. Nilai koefisien konstanta sebesar 4,016 menunjukkan bahwa ketika literasi digital, orientasi berwirausaha, dan ketersediaan modal ada maka keputusan berwirausaha bernilai positif.
2. Nilai β yang didapatkan variabel (X_1) sebesar 0,197 dan signifikansi $0,007 \leq 0,05$ berarti literasi digital memiliki dampak yang searah serta bermakna pada keputusan berwirausaha yang artinya apabila literasi digital meningkat maka keputusan berwirausaha juga meningkat.
3. Nilai β yang diperoleh variabel (X_2) sebesar 0,105 dan signifikansi $0,310 \geq 0,05$ berarti orientasi berwirausaha tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha.
4. Nilai koefisien beta variabel (X_3) sebesar 0,331 dan signifikansi $0,004 \leq 0,05$ berarti ketersediaan modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha yang artinya apabila ketersediaan modal meningkat maka keputusan berwirausaha juga meningkat.

Uji Hipotesis

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30.981	3	10.327	10.186	.000 ^b
	Residual	88.206	87	1.014		
	Total	119.187	90			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : data Oktober 2025

Mengacu tabel diatas mengindikasikan bahwa nilai F hitung sebesar $10,186 \geq F$ tabel 2,708 dan nilai $\text{sig}.0,000 \leq 0,05$, artinya model penelitian layak digunakan.

Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.016	1.750		2.295	.024
X1	.197	.071	.278	2.775	.007
X2	.105	.103	.099	1.021	.310
X3	.331	.111	.297	2.975	.004

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data Oktober 2025

Mengacu pada hasil uji t yang disajikan pada tabel diatas dapat diperoleh informasi sebagai berikut:

- a. Mengindikasikan bahwa literasi digital mempunyai dampak yang bermakna terhadap keputusan kegiatan usaha mandiri.
- b. Menunjukkan bahwa orientasi berwirausaha tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

- c. Mengindikasikan bahwa ketersediaan modal memiliki pengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.510 ^a	.260	.234	1.007
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber : data Oktober 2025

Mengacu pada tabel diatas diartikan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi dapat menjelaskan variasi variabel keputusan pembelian sebesar 0.234 (23,4%), sementara sisanya dijelaskan variabel independen lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Digital Terhadap Keputusan Berwirausaha

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dideskripsikan sebelumnya, pada penelitian ini menyatakan bahwa uji parsial (uji t), variabel literasi digital memiliki nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa literasi digital mempunyai dampak yang searah serta bermakna pada keputusan berwirausaha.

Temuan ini searah dengan studi yang diterapkan oleh Wahyuni et al. (2025) yang menyatakan bahwa kemampuan memahami dan mengelola informasi digital dapat meningkatkan efektivitas pemasaran serta kualitas pengambilan keputusan bisnis pada era digital.

Pada variabel Literasi Digital, skor tertinggi terdapat pada indikator X1.2 “Saya menggunakan sosial media untuk mempromosikan usaha” dengan nilai rata-rata 4,6, yang menunjukkan bahwa responden telah memiliki kemampuan adaptasi digital yang kuat. Sementara skor terendah terdapat pada indikator X1.3 “Saya memanfaatkan platform *e-commerce* seperti tokopedia, shopee, dll” dengan rata-rata 4,0, yang menunjukkan bahwa aspek evaluasi informasi masih perlu ditingkatkan.

Pengaruh Orientasi Berwirausaha Terhadap Keputusan Berwirausaha

Mengacu pada hasil analisis data yang sudah dideskripsikan sebelumnya, pada penelitian ini menyatakan bahwa uji parsial menunjukkan bahwa variabel orientasi berwirausaha memiliki nilai signifikansi sebesar $0,310 > 0,05$, yang berarti orientasi berwirausaha tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Hidayat, Lisana, et al. (2023) yang menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja dan keputusan usaha, khususnya pada pelaku usaha yang telah berpengalaman. Ketidaksigifikanan variabel ini dapat disebabkan oleh karakteristik responden yang sebagian besar masih berada pada tahap awal karier dan belum memiliki pengalaman bisnis yang cukup.

Pada variabel Orientasi Berwirausaha, skor tertinggi muncul pada indikator X2.1 “Saya senang mencoba ide baru dalam berbisnis” dengan nilai rata-rata 4,3, sedangkan skor terendah ada pada indikator X2.2 “Saya berani menghadapi risiko dalam usaha” dengan nilai 4,0, yang mendukung temuan bahwa variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun responden memiliki minat berwirausaha, keberanian mengambil risiko belum sepenuhnya terbentuk.

Pengaruh Ketersediaan Modal Terhadap Keputusan Berwirausaha

Mengacu pada temuan studi diatas menyatakan bahwa variabel ketersediaan modal memiliki nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$, yang berarti mempunyai dampak yang searah serta bermakna pada keputusan berwirausaha.

Temuan ini didukung studi yang diterapkan oleh Ridwan et al. (2024) yang menjelaskan bahwa modal merupakan faktor dominan dalam mendorong seseorang untuk mengambil keputusan berwirausaha.

Pada variabel Ketersediaan Modal, skor tertinggi terdapat pada indikator X3.2 “Saya memiliki modal pribadi untuk memulai usaha” dengan nilai rata-rata 4,5, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengandalkan aset pribadi sebagai sumber pembiayaan. Adapun skor terendah terdapat pada indikator X3.1 “Saya mudah memperoleh modal dari berbagai sumber pendanaan” dengan rata-rata 4,0, yang mengindikasikan bahwa akses terhadap lembaga pembiayaan belum sepenuhnya optimal.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital, orientasi berwirausaha, dan ketersediaan modal terhadap keputusan berwirausaha. Berdasarkan temuan studi dan interpretasi data, maka dapat kesimpulan sebagai berikut, Literasi digital berdampak secara nyata terhadap pilihan seseorang untuk berwirausaha. Orientasi berwirausaha tidak mempunyai dampk yang bermakna pada keputusan berwirausaha. Ketersediaan modal berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

Keterbatasan

Berdasarkan penelitian ini, peneliti menghadapi beberapa keterbatasan, yaitu sebagai berikut, Keterbatasan penelitian ini terletak pada pemahaman responden yang dikawatirkan oleh peneliti ada yang belum memahami dengan pernyataan yang ada dalam kuisisioner yang harus dijawab oleh responden. Keterbatasan waktu menjadi kendala, mengingat kesulitan dalam menjadwalkan pertemuan dengan responden untuk penyebaran kuisisioner. Ketidaksesuaian waktu antara peneliti dan responden menghambat proses pengisian data di lapangan.

Saran

Dilihat dari hasil analisis penelitian yang diterapkan terkait pengaruh literasi digital, orientasi berwirausaha, dan ketersediaan modal terhadap keputusan berwirausaha, penelitian ini memberikan beberapa saran, yaitu, Bagi generasi z Diharapkan agar pelaku usaha muda terus meningkatkan kemampuan literasi digitalnya melalui pelatihan, seminar, dan pemanfaatan teknologi informasi untuk memperluas jaringan bisnis dan pemasaran. Penguasaan teknologi akan menjadi modal utama dalam membangun usaha yang inovatif dan kompetitif di era digital. Bagi pemerintah daerah diharapkan dapat menyediakan program pendampingan dan akses pembiayaan yang lebih mudah bagi pelaku usaha muda, misalnya melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR) digital, inkubator bisnis, dan pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi. Upaya ini diharapkan dapat mendorong peningkatan jumlah wirausahawan muda dan memperkuat perekonomian daerah. Peneliti berikutnya studi ini masih menghadapi beberapa batasan, salah satunya pada jumlah sampel beserta variabel yang dianalisis. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti berikutnya guna menambahkan variabel lain seperti dukungan keluarga, pengalaman berwirausaha, atau faktor lingkungan sosial guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berwirausaha.

Referensi

- Andriani, D. M., Ariani, Z., Nur'aini, N. A., Dewi, N. Y. S., Hidayanti, N., & Agustina, A. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Adopsi E-Commerce Terhadap Kinerja Umkm. In *Seminar Nasional Paedagoria* (Vol. 4, No. 1, Pp. 48-58).

- Bastomi, M., Junaidi Junaidi., Hermawan, A., & Handayati, P. (2023). The Effect Of Digital Literacy, E-Commerce Business Trend, Mobile Payment, Income Expectations On Intention In Digital-Based Entrepreneurship. *International Journal Of Applied Finance And Business Studies*, 11(3), 688-698. <https://doi.org/10.35335/Ijafibs.V11i3.196>
- Bastomi, M., & Sudaryanti D. (2022). Analisis Faktor Penentu Minat Berwirausaha Pada Santri Pondok Pesantren Anwarul Huda. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)* (Vol. 3, No. 4, 875–882). <https://doi.org/10.47065/Ekuitas.V3i4.1549>
- Bastomi, M., Winarno, A., Sudarmiatin, & Restuningdiah, N. (2025). The Interplay Of Islamic Financial Literacy, Intellectual Capital, And Working Capital In Financial Performance: A Government Policy Perspective. *Multidisciplinary Science Journal*, 8, 2026088. <https://doi.org/10.31893/Multiscience.2026088>
- Dewintara, E. (2021). *Orientasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare* (Doctoral Dissertation, Iain Parepare).
- Hidayat, Y. A., Siregar, L. S., & Kurniani, K. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Pada Kinerja Bisnis Umkm Kopi Temanggung. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal Of Indonesian Agribusiness)*, 11(1), 190-204.
- Hidayat, Y. A., Siregar, L. S., & Kurniani, K. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Pada Kinerja Bisnis Umkm Kopi Temanggung. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal Of Indonesian Agribusiness)*, 11(1), 190-204.
- Justin, J., & Handoyo, S. E. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Literasi Digital, Jiwa Kepemimpinan, Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 297-306.
- Khairunisa, N. A., & Sabaria, S. (2023). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong. *Asset: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2).
- Ningsih, R. S., & Wahyudi, H. D. (2024). Pengaruh Karakter Entrepreneur, Literasi Digital, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xi Smk Pawyatan Daha 1 Kediri. *Jpeka: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 69-84.
- Ridwan, M., Rizal, M., & Hardaningtyas, R. T. (2024). Pengaruh Ketersediaan Modal, Latar Belakang Pendidikan Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Berwirausaha Umkm Di Kota Malang. *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 4155-4165.
- Sihombing, M. J. S., & Sulisty, H. (2021). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 1(4), 309-321.
- Syahrani, E. P., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh E-Commerce, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Ketersediaan Modal, Dan Dukungan Keluarga Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1189-1202.
- Wahyuni, C. S., Afriza, E. F., & Srigustini, A. (2025). Pengaruh Literasi Ekonomi, Literasi Digital Dan Adversity Quotient Terhadap Digital Entrepreneurship Intention Mahasiswa. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 38-47.
- Wiwik, D. A. (2023). *Pengaruh E-Commerce, Sistem Informasi Akuntansi, Dukungan Keluarga, Dukungan Kampus Dan Ketersediaan Modal Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Its Mandala)* (Doctoral Dissertation, Institut Teknologi Dan Sains Mandala).

Muhammad Alainal Mubarak *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Ronny Malavia mardani **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Mohamad Bastomi ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma