

## PENGARUH LITERASI DIGITAL, EFIKASI DIRI DAN LINGKUNGAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA *E-BUSINESS* MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS SEBELAS MARET

Ririn Khoiriyah<sup>1</sup>, Sudarno<sup>2</sup>, Feri Setyowibowo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Sebelas Maret, [khoiriyahririn8@gmail.com](mailto:khoiriyahririn8@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Sebelas Maret, [sudarno251168@gmail.com](mailto:sudarno251168@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Sebelas Maret, [ferysw@gmail.com](mailto:ferysw@gmail.com)

### DOI

<https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p181-193>

### Article history

*Received*

2 March 2022

*Revised*

16 March 2022

*Accepted*

21 March 2022

### How to cite

Khoiriyah, R., Sudarno., & 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), 97-105.

<https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p181-193>

### Kata Kunci:

Intensi Berwirausaha *E-business*, Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan.

### Keywords:

*E-business Entrepreneurial Intention, Digital Literacy, Self Efficacy, Environment.*

### Corresponding author

Ririn Khoiriyah

[khoiriyahririn8@gmail.com](mailto:khoiriyahririn8@gmail.com)

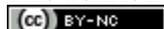
### Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan guna mengetahui pengaruh dari variabel literasi digital, variabel efikasi diri dan variabel lingkungan terhadap variabel intensi dalam berwirausaha *e-business* yang dilakukan oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret. Penelitian ini berjenis kuantitatif atau yang dilakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret Angkatan 2017-2019 yaitu sejumlah 241 mahasiswa sebagai populasi penelitian. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 151 mahasiswa dan teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah berupa *proportionate stratified random sampling*. Pengujian regresi linier berganda menjadi analisis data yang dipilih oleh peneliti. Hasil dari penelitian ditemukan bahwa: (1) variabel literasi digital memiliki pengaruh terhadap variabel intensi berwirausaha *e-business*. (2) variabel efikasi diri memiliki pengaruh terhadap variabel intensi berwirausaha *e-business*. (3) variabel lingkungan memiliki pengaruh terhadap variabel intensi berwirausaha *e-business*.

### Abstract

*This study aims to determine the effect of digital literacy variables, own variables and environmental variables on the variables in the e-business entrepreneurship carried out by students of Economic Education at the University of March. This research is quantitative or the data collection is carried out through questionnaires distributed to the respondents. Economic Education students at Sebelas Maret University Class of 2017-2019 are 241 students as a research population. The number of samples in this study was 151 students and the sampling technique used by the researchers was proportional stratified random sampling. Multiple linear regression tests became the investigator's chosen data analysis. The results of the study found that: (1) the variabel digital literacy influences the variabel intensity of entrepreneurship in electronic commerce. (2) the self-efficacy variabel influences the intensity variabel of entrepreneurship in e-business. (3) environmental variabels influence the intensity of e-business entrepreneurship variabels.*

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



## PENDAHULUAN

Pembangunan terhadap sumber daya manusia (SDM) menjadi salah satu aspek krusial dari pertumbuhan ekonomi pada suatu negara. Namun adanya berbagai permasalahan terkait sumber daya manusia, pertumbuhan ekonomi sulit dicapai dengan mudah. Masalah yang terkait dengan sumber daya manusia salah satunya yaitu pengangguran. Munculnya masalah pengangguran tersebut diakibatkan oleh jumlah penduduk yang kian meningkat dan diikuti peningkatan pada angkatan kerja, namun kesempatan kerja yang tersedia tidak mencukupi. Arah sosial saat ini yang masih terfokus pada sektor formal juga mempengaruhi tingkat pengangguran, hal ini karena ketika sektor formal terpuruk masyarakat tidak berusaha menciptakan lapangan kerja sendiri di sektor informal atau sektor swasta.

Salah satu penyumbang tingkat pengangguran yaitu berasal dari lulusan Universitas atau S1. Tingkat pengangguran pada lulusan Universitas atau S1 mengalami kenaikan setiap tahunnya. Data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik atau yang biasa disebut dengan BPS memperlihatkan pada 2019 tingkat pengangguran sebesar 738.182 dan meningkat pada 2020 menjadi 981.203. Sementara itu, kita ketahui tingkat Universitas merupakan kelas paling tertinggi di tingkatan pendidikan, kenyataan hal ini tidak menjamin dapat mengatasi pengangguran. Alasan tersebut menjadi bagian untuk menegaskan bahwa terdapat hubungan tingkat pendidikan yang semakin tinggi tidak memberikan jaminan dalam memperoleh maupun mendapatkan pekerjaan dengan mudah. Selain itu lingkungan kerja sangatlah kompetitif dan peluang untuk mendapatkan pekerjaan sangat terbatas karena ketersediaan lapangan pekerjaan yang terbatas sehingga membuat banyak lulusan tidak dapat tertampung pada lapangan pekerjaan yang ada (Keat, Selvarajah, & Meyer, 2011). Penerapan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dan kondisi persaingan global lainnya akan semakin memperburuk kondisi yang dihadapi seperti terjadinya persaingan bebas antara alumni universitas di Indonesia dengan diluar (Suharti & Sirine, 2012).

Salah satu penyebab terjadinya pengangguran di usia kerja yang matang atau aktif dan terdidik adalah terdapat banyaknya lulusan perguruan tinggi yang hanya mencari pekerjaan yang sesuai dengan pendidikannya ataupun formal di perusahaan dan tidak menciptakan lapangan kerja sendiri, dengan kata lain niat untuk memulai berwirausaha dikalangan mahasiswa masih rendah (Hia, 2015). Hal tersebut juga menegaskan bahwa, di Indonesia jumlah orang yang berwirausaha masih rendah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2020 menyatakan bahwa dari total penduduk, jumlah wirausaha di Indonesia mencapai 3,10%. Hal ini juga ditegaskan oleh data dari US News and

World Report dalam 2020 Best Countries Entrepreneurship Rankings yang menunjukkan bahwa Indonesia ranking 44 dari jumlah kontestan 73 negara yang disurvei. Hal tersebut menunjukkan bahwa sangat perlunya mendorong wirausaha muda untuk pembangunan ekonomi suatu negara, terutama kehidupan pada era modern saat ini yang tidak lekang oleh dunia digital atau internet.

Data yang tercatat oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang biasa disingkat sebagai APJII mengungkapkan tahun 2020 terdapat data yang menunjukkan bahwa jumlah pengguna dari jaringan internet sebesar 196,7 juta jiwa dan mengalami peningkatan yaitu sebesar 25,53 juta jiwa dari tahun 2019. Perkembangan internet yang sangat pesat tersebut tentu dimanfaatkan oleh masyarakat, terutama dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari pada masa pandemi Covid-19 saat ini. Masyarakat yang semula banyak bertransaksi secara langsung (offline) namun karena adanya pandemi yang membatasi segala aktivitas diluar rumah masyarakat beralih bertransaksi jual beli melalui online. Berdasarkan data Bank Indonesia pada masa pandemi, jumlah konsumen meningkat sebesar 51% pada bulan Agustus 2020 dan jumlah orang yang berbisnis online mengalami kenaikan sebesar 38,3% jika dibandingkan pada tahun 2019. Peningkatan jumlah konsumen dan penjual pada masa pandemi tersebut tentu mendorong transaksi bisnis online mengalami peningkatan. Hal ini juga ditegaskan oleh data dari Bank Indonesia bahwa selama pandemi Covid 19 terdapat kenaikan transaksi bisnis online sebesar 26%. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya pandemi Covid 19 semakin membuka peluang untuk berwirausaha dalam *e-business* dengan memanfaatkan platform digital.

Perkembangan *e-business* tidak terlepas dari kemajuan teknologi informasi dan dengan berkembangnya *e-business* dapat dijadikan sebagai paradigma baru serta menjadi kunci kesuksesan dalam bisnis. Naili, Naryoso, & Ardyan, (2017: 21) menjelaskan bahwa *e-business* merupakan operasi bisnis yang diterapkan melalui internet sehingga hal tersebut mampu membantu memperluas pemasaran produk baik dipasar nasional maupun internasional. *E-business* sangat sesuai dijadikan platform digital dalam berwirausaha. *E-business* dapat dilakukan ataupun diaplikasikan oleh seseorang atau kelompok menggunakan beberapa jenis platform digital seperti melalui media sosial. Chaffey dalam Utami & Saputri (2020) mengemukakan media sosial merupakan media yang melakukan pemantauan dan memberikan fasilitas kepada konsumen untuk melakukan interaksi dan berpartisipasi aktif dengan perusahaan dan mereknya. Media sosial yang menjadi platform yang terfavorit di bulan Januari 2020 yaitu Youtube sebesar 88% dari total jumlah penduduk, Whatsapp sebesar 84% dari total jumlah penduduk,

Facebook sebesar 82% dari total jumlah penduduk, dan Instagram sebesar 79% dari total jumlah penduduk. Pengguna yang aktif di media sosial menunjukkan peningkatan yang tinggi dalam setiap tahun, hal tersebut tentu akan memberikan keuntungan bagi pelaku *e-business* dalam membantu untuk menjual dan memasarkan produknya serta menjangkau banyak konsumen.

Potensi yang dimiliki media sosial yang dapat menjangkau konsumen yang lebih luas semakin mendorong terbukanya peluang-peluang wirausaha terutama *e-business*. Peluang ini harus dimanfaatkan terutama bagi mahasiswa untuk berwirausaha *e-business*. Untuk itu diperlukan keteguhan dan tekad yang kuat dari mahasiswa sehingga terciptanya niat untuk berwirausaha dalam *e-business*. Ajzen (1991) mengemukakan niat dapat dikatakan sebagai indikasi seberapa keras atau sejauh mana seseorang bersedia untuk mencoba. Selanjutnya, Bandura (1973) mengemukakan niat adalah tekad yang menjadi sumber kegiatan maupun ketetapan kondisi tertentu di waktu mendatang. Berdasarkan pemaparan tersebut, niat dapat dimaknai sebagai keteguhan hati atau keadaan mental yang berkomitmen untuk melakukan suatu tindakan. Menurut teori yang dikembangkan oleh Ajzen, dikatakan bahwa niat merupakan penentu dalam melaksanakan suatu perilaku tertentu. Pengukuran variabel intensi berwirausaha *e-business* (Y) menggunakan empat indikator yang mengadopsi dari penelitian (Linan & Chen, 2009) yang mencakup siap melakukan apapun untuk menjadi wirausaha, tujuan profesional yaitu menjadi wirausaha, berusaha semaksimal mungkin untuk memulai dan menjalankan bisnis serta memutuskan untuk memiliki bisnis dimasa yang akan datang.

Jurusan Pendidikan Ekonomi merupakan bagian dari Universitas Sebelas Maret yang memberikan mata kuliah terkait kewirausahaan maupun sistem informasi bisnis kepada mahasiswanya baik secara teori dan praktik dengan tujuan untuk menanamkan bekal berwirausaha pada mahasiswa. Data observasi awal yang dihimpun oleh peneliti terhadap 40 responden menunjukkan bahwa sebanyak 9 mahasiswa atau sekitar 22,5% yang memanfaatkan perangkat digital untuk *e-business* dan mengupdate perkembangan bisnis terkini. Sebanyak 18 mahasiswa atau sekitar 45% telah mempunyai keyakinan yang kuat dalam menjalankan *e-business*, artinya 55% mahasiswa belum mempunyai keyakinan pada dirinya untuk mengatasi resiko ketika berwirausaha dalam *e-business*. Sebesar 33 mahasiswa atau 82,5% menyatakan bahwa faktor lingkungan sekitar menjadi salah satu faktor yang mendorong intensi dalam berwirausaha *e-business*, serta hanya 12 mahasiswa atau 30% yang optimis untuk menjadi wirausaha *e-business*. Sesuai hasil observasi tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat literasi digital mahasiswa dalam hal pemanfaatan perangkat digital untuk

*e-business* masih rendah, efikasi diri dan lingkungan menjadi faktor yang mempengaruhi beberapa mahasiswa untuk berwirausaha *e-business*, dan intensi atau niat mahasiswa untuk terjun dalam berwirausaha dalam *e-business* masih tergolong rendah.

Zubaidah (2019) mengemukakan bahwa jenis keterampilan yang harus dimiliki seseorang di era digital yaitu penguasaan terhadap teknologi. Salah satu faktor yang diindikasikan mempunyai pengaruh terhadap intensi berwirausaha *e-business* yaitu literasi digital. Pernyataan tersebut dipertegas dengan penelitian Funda & Ali (2017) yang mengungkapkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap variabel dependen penelitian berupa intensi berwirausaha melalui internet secara positif dan signifikan yaitu sebesar 71%. Namun hasil penelitian (Hasanah & Setiaji, 2019) menyatakan bahwa secara signifikan literasi digital berpengaruh terhadap variabel dependen penelitian berupa intensi berwirausaha *e-business* mahasiswa yaitu hanya sebesar 14%. Hal tersebut semakin mempertegas bahwa kemampuan literasi digital berperan penting dan mampu memberikan peluang yang besar serta kemudahan kepada mahasiswa ketika terjun ke dalam dunia wirausaha di era-digital.

Ghufro (2018: 335) mengemukakan bahwa literasi digital mengacu pada peningkatan kemampuan individu dalam kegiatan membaca, menganalisis, serta menggunakan informasi digital. Selanjutnya, Harjono (2019) mengungkapkan literasi digital mengacu pada pengetahuan, keterampilan serta pemahaman dalam memanfaatkan teknologi digital. Pengukuran variabel literasi digital (X1) menggunakan enam indikator yang mengadopsi dari penelitian (Stefany, Nurbani, & Badarrudin, 2017) yang meliputi a) Literasi informasi, merupakan pengguna media digital mampu untuk melakukan pencarian, penafsiran, pengevaluasian, pengelolaan dan membagikan informasi seputar bisnis melalui perangkat digital yang dimiliki untuk dikonsumsi publik. b) *Learning skills*, merupakan pengguna media digital mampu memanfaatkan perangkat digital yang dimiliki sehingga dapat memberikan dukungan dalam aspek kehidupan sehari-hari misalnya proses belajar mengajar dan kerjasama untuk meningkatkan kinerja. c) *ICT literacy*, merupakan pengguna media digital mampu dalam mengadopsi, mengadaptasi dan dalam hal penggunaan perangkat digital baik aplikasi maupun layanan serta pandangan pengguna mengenai adanya peningkatan kehidupan melalui adanya teknologi. d) Manajemen Privasi, merupakan berfokus mengenai pengelolaan identitas online yang dilakukan oleh pengguna digital. Pengguna media digital mampu untuk melakukan aktivasi fitur yang terdapat pada aplikasi sehingga melindungi kerahasiaan data. e) *Communication and Collaboration*, merupakan pengguna media digital mampu

berpartisipasi aktif sehingga waktu menjadi lebih efisien. Hal ini berkaitan dengan media digital bersifat konvergen seperti pengaktifan koneksi akun Instagram dan Facebook sehingga pelaku bisnis dapat menghemat waktu dalam membagikan informasi mengenai produk. f) *Media Literacy*, merupakan pengguna media digital memiliki keterampilan dalam memfilter berbagai informasi yang disebarluaskan diberbagai media secara lebih kritis dan kreatif.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan literasi digital merupakan kemampuan mahasiswa dalam hal pemahaman dan penggunaan perangkat digital sebagai wujud komunikasi termediasi dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Melalui pemanfaatan perangkat digital yang baik mampu memberikan informasi perkembangan bisnis terkini dan kemudahan bagi mahasiswa ketika terjun ke dalam dunia wirausaha di era-digital. Oleh karena itu mahasiswa yang lebih melek digital mampu bersaing dalam dunia bisnis yang semakin canggih sehingga ke depannya mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Melalui budaya digital tersebut diharapkan dapat semakin mendorong peningkatan intensi berwirausaha *e-business* dan peluang-peluang baru lainnya seperti pelaku bisnis online, ekonomi kreatif maupun *startup*.

Pada beberapa penelitian mengungkapkan efikasi diri menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi intensi mahasiswa dalam berwirausaha. Laviolette, Lefebvre, & Brunel (2012) menjelaskan efikasi diri menjadi antededen kognitif utama dari niat kewirausahaan dan perilaku kewirausahaan. Hasil penelitian Hassan (2020) juga mengungkapkan efikasi diri mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen penelitian berupa intensi dalam berwirausaha secara positif dan signifikan yaitu sebesar 22,90%. Tingkat efikasi diri yang tinggi menunjukkan kesiapan dan kemampuan individu untuk menghadapinya kondisi yang menantang selama pengembangan bisnis baru dan untuk mengejar tujuannya (Memon, Soomro, & Shah, 2019). Kewirausahaan tidak hanya melibatkan kreativitas, risiko, dan inisiatif, tetapi merupakan proses yang panjang dan menantang yang membutuhkan antusiasme, komitmen, dan ketekunan. Oleh karena itu, efikasi diri memberikan dampak secara positif terhadap kesuksesan dalam wirausaha.

Efikasi diri wirausaha mengukur tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang yang berkaitan dengan kemampuannya sendiri untuk menerapkan langkah-langkah dalam memulai bisnis (Alammari, et al., 2019). Selanjutnya, Barakat, et al. (2014) menjelaskan efikasi diri merupakan keyakinan individu pada keterampilan dan kemampuannya yang terkait dengan aktivitas kewirausahaan. Pengukuran variabel efikasi diri (X2) menggunakan tiga indikator yang mengadopsi dari

penelitian (Liñán, 2004) yang meliputi a) Keyakinan terhadap potensi diri, merupakan individu mempunyai keyakinan penuh terhadap kemampuan atau potensi yang dimiliki baik pengetahuan atau keterampilan sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam berwirausaha terutama dalam *e-business*. b) Keyakinan terhadap kesuksesan bisnis yang dirintis, merupakan Individu mempunyai keyakinan penuh mengenai bisnis yang dirintis atau yang akan dijalankan dapat mencapai kesuksesan. c) Keyakinan akan tetap survive dalam berbisnis, merupakan Individu mempunyai keyakinan penuh bahwa mampu bertahan dalam menjalankan bisnisnya, dapat menghadapi segala resiko atau tantangan dalam menjalankan bisnisnya.

Berdasarkan pemaparan tersebut, efikasi diri dapat dimaknai sebagai keyakinan yang terdapat pada diri mahasiswa terhadap kemampuan yang dimiliki dalam menentukan perilaku yang tepat dalam memulai bisnis untuk mencapai kesuksesan yang diharapkan. Keyakinan dinilai penting karena tanpa keyakinan, keterampilan yang dimiliki oleh individu akan sia-sia. Oleh karena itu keyakinan akan kemampuan diri sangat diperlukan mahasiswa dalam memulai berwirausaha. Efikasi diri wirausaha secara langsung berdampak pada niat wirausaha, mahasiswa dengan tingkat efikasi yang tinggi mampu mendorong mencapai keberhasilan dalam melakukan proses kewirausahaan serta menghadapi situasi yang menantang terkait dengan peluncuran bisnis baru. Oleh sebab itu bagi mahasiswa yang memulai berwirausaha, keyakinan terhadap kemampuan diri sangat diperlukan.

Pada beberapa penelitian mengungkapkan faktor lingkungan menjadi salah satu penentu yang penting untuk intensi berwirausaha. Paulina & Wardoyo (2013: 2) mengungkapkan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap variabel dependen penelitian berupa intensi seseorang dalam berwirausaha yaitu berupa lingkungan yang terjadi di keluarga, lingkungan yang terjadi di masyarakat, faktor yang berada dalam lingkup pengetahuan maupun kesempatan. Hal ini dipertegas oleh penelitian Syarifuddin, Iskandar, & Hakim (2017) yang mengungkapkan lingkungan berpengaruh terhadap variabel dependen penelitian berupa intensi seseorang dalam berwirausaha secara positif dan signifikan yaitu sebesar 39%. Yusuf (2012) menjelaskan pengertian lingkungan adalah fenomena fisik/alam atau sosial baik meliputi peristiwa, situasi ataupun kondisi yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perkembangan individu. Pengukuran variabel lingkungan (X3) menggunakan empat indikator yang mengadopsi dari penelitian (Hasanah & Setiaji, 2019) yang meliputi keluarga terdekat yang memiliki bisnis sendiri, mahasiswa mendapat dorongan dari dosen untuk berwirausaha, mahasiswa mendapat dorongan teman di universitas untuk

berwirausaha dan dukungan sarana dan prasarana dari pihak universitas untuk berwirausaha.

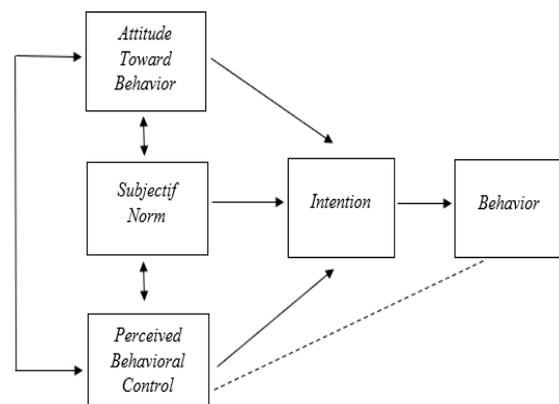
Terdapat berbagai faktor lingkungan yang mempengaruhi intensi mahasiswa dalam berwirausaha diantaranya berasal dari lingkungan keluarga, teman maupun lingkungan universitas. Keluarga dinilai sebagai tempat pertama dan terpenting untuk belajar bagi anak-anak. Oleh sebab itu keluarga memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap kepribadian, karakter serta keterampilan yang dimiliki oleh seorang anak. Keluarga dapat mempengaruhi individu dalam berwirausaha. Shirokova, et al. (2016) menjelaskan keluarga yang memiliki bisnis cenderung secara emosional mendukung inisiatif anak-anak untuk berwirausaha. Orang tua yang berprofesi sebagai seorang wirausaha tentu mempunyai kehidupan dan memahami nilai-nilai mengenai kewirausahaan. Melalui cara ini, pandangan dan nilai-nilai mengenai wirausaha diperkenalkan kepada anak sejak dini.

Universitas dan lembaga pendidikan tinggi lainnya mempunyai peran utama dalam menanamkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan kepada mahasiswa yang akan berguna untuk karir dimasa depan (Nurmi & Paasio, 2007). Hasil dari penelitian Lüthje & Franke (2003) mengemukakan bahwa lingkungan universitas yang mendorong terhadap kewirausahaan akan berdampak pada niat berwirausaha yang jauh lebih tinggi terhadap mahasiswanya. Hal tersebut dipertegas dengan penelitian Rohit Trivedi (2016) yang mengungkapkan salah satu faktor yang mempengaruhi tumbuhnya wirausaha baru berasal dari lingkungan universitas. Melalui lingkungan universitas mahasiswa dapat berinteraksi dengan dosen maupun dengan teman kuliah. Saat berinteraksi dengan dosen dalam perkuliahan klasik dan pertemuan informal, mahasiswa mendapatkan motivasi yang tinggi. Selain dosen, teman-teman universitas juga mendorong teman-teman mahasiswa untuk menjadi wirausaha, hal tersebut lantaran di lingkungan universitas banyak mahasiswa yang memulai usaha sendiri. Hal tersebut menunjukkan ketika semakin tinggi perilaku interaksi sosial mahasiswa yang terjadi dilingkungannya baik berasal dari lingkungan dalam keluarga, lingkungan dalam masyarakat, maupun lingkungan yang terjadi dalam perguruan tinggi, maka semakin tinggi tingkat motivasinya dan semakin tinggi pula niat dan peluang seseorang dalam berwirausaha.

Urgensi penelitian ini yaitu tingkat pengangguran pada lulusan Universitas atau S1 mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hal tersebut karena banyak lulusan perguruan tinggi yang mencari pekerjaan daripada menciptakan lapangan pekerjaan. Selain itu adanya pandemi Covid 19 dan perkembangan internet yang sangat pesat semakin mendorong berkembangnya *e-business* namun belum dimanfaatkan secara maksimal oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret.

Berdasarkan data observasi awal dilapangan hanya terdapat 9 dari 40 mahasiswa yang berwirausaha (6 online, 3 offline). Hal tersebut menunjukkan bahwa intensi mahasiswa dalam berwirausaha *e-business* masih rendah.

Penelitian ini mengkaji faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha yang dipresentasikan dengan 3 variabel (1) literasi digital, (2) efikasi diri dan (3) lingkungan yang dikorelasikan dengan *Theory Of Planned Behavioral* oleh Ajzen. TPB dijabarkan lebih jauh dari teori sebelumnya berupa *Theory of Reasoned Action* atau yang bisa disebut dengan TRA. Pada TRA dipengaruhi oleh 2 aspek yaitu berupa sikap berperilaku dan norma subjektif. Namun pada TPB ditambah dengan menggunakan aspek berupa *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991). Berbagai perilaku dalam kewirausahaan sangat sesuai apabila dijelaskan dengan *Theory of Planned Behavior* yang bisa disebut dengan TPB. Pada TPB menyelaraskan pada perilaku manusia dengan niat seseorang bertindak dan membuat keputusan secara sadar (kontrol kehendak). Penelitian ini berkaitan erat dengan ketiga variabel yang terdapat di dalam *Theory Of Planned Behavioral*. Faktor *Attitude Toward Behaviour* tercermin dalam keyakinan seseorang memilih menjadi wirausaha atau bukan, faktor *Subjective Norm* tercermin dalam lingkungan keluarga dan literasi digital, serta faktor *Perceived Behavioral Control* tercermin dalam efikasi diri.



Gambar 1. *Theory Of Planned Behaviour*

Penelitian ini bertujuan yaitu 1) Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap intensi berwirausaha *e-business* mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret 2) Untuk mengetahui pengaruh efikasi diri terhadap intensi berwirausaha *e-business* mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret 3) Untuk mengetahui pengaruh lingkungan terhadap intensi berwirausaha *e-business* mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret 4) Untuk mengetahui pengaruh literasi digital, efikasi diri dan lingkungan secara simultan terhadap intensi berwirausaha *e-business* mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret.

## METODE

Jurusan Pendidikan Ekonomi yang menjadi bagian dari Universitas Sebelas Maret menjadi tempat dilaksanakannya penelitian ini. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dan perolehan data lapangan dilakukan oleh peneliti melalui penyebaran angket atau kuesioner. Instrumen untuk mengukur variabel literasi digital sejumlah 12 item pernyataan dengan menggunakan enam indikator yang mengadopsi dari penelitian (Stefany et al., 2017). Instrumen untuk mengukur variabel efikasi diri sejumlah 10 item pernyataan dengan menggunakan tiga indikator yang mengadopsi dari penelitian (Liñán, 2004). Instrumen untuk mengukur variabel lingkungan sejumlah 11 item pernyataan dengan menggunakan empat indikator yang mengadopsi dari penelitian (Hasanah & Setiaji, 2019). Instrumen untuk mengukur variabel intensi berwirausaha *e-business* sejumlah 11 item pernyataan dengan menggunakan empat indikator yang mengadopsi dari penelitian (Linan & Chen, 2009).

Mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sebelas Maret Angkatan 2017-2019 sebanyak 241 mahasiswa menjadi populasi pada penelitian ini. Peneliti menggunakan teknik untuk mengambil data lapangan melalui *proportionate stratified random sampling* dengan alasan anggota populasi memiliki karakteristik yang homogen dan berstrata secara proporsional. Sampel penelitian yaitu sejumlah 151 mahasiswa dengan rincian 55 responden penelitian atau orang dari angkatan tahun 2017, 49 responden penelitian atau orang dari angkatan tahun 2018, dan 47 responden penelitian atau orang dari angkatan tahun 2019. Pengujian instrumen penelitian dilakukan melalui pengujian validitas dan pengujian reliabilitas. Data yang telah terhimpun dilakukan pengujian berupa asumsi klasik yang mencakup pengujian normalitas, linieritas, multikolinearitas dan pengujian heterokedastisitas. Peneliti melakukan pengujian hipotesis dan analisa melalui regresi linier berganda yang meliputi pengujian secara parsial (uji t), pengujian secara simultan (uji F) dan pengujian koefisien determinasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL PENELITIAN

#### 1. Uji Validitas

Peneliti melakukan pengujian validitas instrumen melalui *Pearson's Product Moment*. Berlandaskan hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dari 4 variabel dengan pernyataan sejumlah 44 item telah memenuhi kriteria pada pengujian ini yaitu nilai  $r$  hitung positif dan melebihi nilai  $r$  tabel (0,361) sehingga dapat dikemukakan bahwa instrumen valid.

#### 2. Uji Reliabilitas

Peneliti melakukan pengujian reliabilitas instrumen melalui *Cronbach's Alpha*. Setiap item pernyataan dalam instrumen menunjukkan reliabel, jika nilai yang terdapat pada *cronbach's alpha* memperlihatkan  $\geq 0,6$ . Berlandaskan output pengujian reliabilitas nilai yang terdapat pada *Cronbach's Alpha* memperlihatkan sebesar 0,860 (literasi digital), 0,921 (efikasi diri), 0,840 (lingkungan) dan 0,910 (intensi berwirausaha *e-business*) sehingga hal tersebut mengindikasikan instrumen penelitian reliabel.

#### 3. Uji Prasyarat Analisis

Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti untuk analisis data yaitu berupa pengujian normalitas yang dapat dilakukan dengan cara melihat angka signifikansi (Asymp Sig) dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Dasar ketentuan uji normalitas yaitu jika hasil uji signifikansi (Sig) yang diperoleh  $> 0,05$ , artinya uji normalitas terpenuhi. Rekapitulasi uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi 0,186 yang berarti melebihi nilai batas minimal syarat normalitas yaitu 0,05 ( $0,186 > 0,05$ ). Hal tersebut mengindikasikan uji normalitas terpenuhi dan berdistribusi normal.

Uji linieritas dilakukan dengan melihat nilai pada kolom kolom sig. baris Test of Linearity, apabila  $< 0,05$  mengartikan bahwa data linier. Nilai signifikansi linearity menunjukkan 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) untuk variabel independen penelitian berupa literasi digital dan intensi berwirausaha *e-business*, sehingga dapat dinyatakan variabel literasi digital (X1) dan variabel intensi berwirausaha *e-business* (Y) memiliki hubungan yang linear. Nilai signifikansi linearity menunjukkan 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) pada variabel efikasi diri dan intensi berwirausaha *e-business*, sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel independen penelitian berupa efikasi diri (X2) dan variabel intensi berwirausaha *e-business* (Y) memiliki hubungan yang linear. Selanjutnya, Nilai signifikansi linearity menunjukkan 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) untuk variabel lingkungan dan intensi berwirausaha *e-business*, sehingga dapat dinyatakan variabel lingkungan (X3) dan variabel intensi berwirausaha *e-business* (Y) memiliki hubungan yang linear.

Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan mengamati nilai tolerance yang memiliki nilai sebesar atau  $> 0,1$  dan VIF memiliki nilai sebesar atau  $< 10$ . Berdasarkan pengujian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa nilai tolerance pada variabel literasi digital menunjukkan 0,651, variabel efikasi diri menunjukkan 0,624 dan variabel

lingkungan menunjukkan 0,585. Nilai tolerance pada ketiga variabel independen tersebut memperoleh nilai > 0,1. Nilai VIF pada variabel literasi digital menunjukkan 1,525, variabel efikasi diri menunjukkan sebesar 1,603 dan variabel lingkungan menunjukkan sebesar 1,709. Hal ini memperjelas bahwa tiga variabel independen tersebut memperoleh nilai VIF < 10. Nilai tolerance dan VIF tersebut menjadi dasar penarikan kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel literasi digital, efikasi diri dan lingkungan.

Uji heterokedastisitas dilakukan melalui uji Glejser. Dasar ketentuannya yaitu apabila nilai probabilitas yang terdapat pada variabel independen dengan absolut residual > 0,05 maka dinyatakan tidak memiliki masalah heteroskedastisitas. Nilai signifikansi pada variabel literasi digital yaitu 0,131 artinya nilai signifikansi melebihi 0,05 (0,131 > 0,05). Nilai signifikansi pada variabel efikasi diri yaitu 0,720 artinya nilai signifikansi melebihi 0,05 (0,720 > 0,05). Nilai signifikansi pada variabel lingkungan yaitu 0,092 artinya nilai signifikansi melebihi 0,05 (0,092 > 0,05). Berdasarkan hasil tersebut mengindikasikan hasil uji heterokedastisitas pada tiga variabel independen telah memenuhi kriteria sehingga dapat dinyatakan penelitian ini tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Analisis Regresi Berganda

Tabel 1. Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Standar
					Error
1 (Constant)	1.004	.2635	.381	.704	
Literasi Digital	.158	.075	.128	2.113	.036
Efikasi diri	.668	.067	.619	10.014	.000
Lingkungan	.213	.080	.169	2.649	.009

(Sumber: Data primer diolah peneliti, 2021)

Sesuai output pengujian tersebut memperlihatkan nilai constant yaitu 1.004, dengan nilai koefisien variabel literasi digital 0,158, variabel efikasi diri 0,668 dan variabel lingkungan 0,213, hal ini memiliki makna: (1) Ketika variabel independen dalam penelitian berupa variabel literasi digital (X1), variabel efikasi diri (X2) dan variabel lingkungan (X3) sebesar 0 menyimpulkan bahwa nilai intensi berwirausaha dalam *e-business* (Y) adalah sebesar 1,004. (2) Ketika literasi digital (X1) terjadi peningkatan sebesar 1, maka tingkat intensi berwirausaha dalam *e-*

*business* (Y) akan meningkat sebanyak 0,158. (3) Ketika efikasi diri (X2) terjadi peningkatan sebesar 1, maka tingkat intensi berwirausaha dalam *e-business* (Y) akan meningkat sebanyak 0,668. (4) Ketika lingkungan (X3) terjadi peningkatan sebesar 1, maka tingkat intensi berwirausaha dalam *e-business* (Y) akan meningkat sebanyak 0,213.

##### b. Uji t (parsial)

Pengujian ini memiliki maksud guna mengetahui variabel independen dalam penelitian ini yang memiliki pengaruh kepada variabel dependen. Dasar ketentuannya yakni apabila nilai yang terdapat pada t hitung lebih besar daripada nilai yang terdapat pada t tabel dan perolehan probabilitas < 0,05 mengindikasikan bahwa hipotesis yang telah diuraikan dapat diterima. Perhitungan nilai t tabel dengan menggunakan formula =TINV (p;df) atau =TINV (0,05;147) melalui Ms.Excell menunjukkan 1,97623.

Sesuai output pada tabel 1 tersebut dapat disimpulkan: (1) Pada variabel literasi digital nilai signifikansi yaitu 0,036 < 0,05, nilai yang dikeluarkan oleh t hitung memperlihatkan 2,113 sedangkan nilai yang dikeluarkan oleh t tabel memperlihatkan 1,97623. Hal tersebut mengindikasikan nilai yang terdapat pada t hitung lebih besar daripada nilai yang terdapat pada t tabel yaitu nilai yang sebesar 2,113 memiliki dampak yang lebih besar dibanding atau > 1,97623, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa variabel literasi digital secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen berupa variabel intensi berwirausaha *e-business*. (2) Pada variabel efikasi diri nilai yang sesuai dengan standart signifikansi yaitu 0,000 yang berada dibawah nilai < 0,05, selain itu juga menunjukkan nilai t hitung yang memperlihatkan 10,014 dan nilai t tabel memperlihatkan 1,97623. Hal tersebut mengindikasikan nilai yang terdapat pada t hitung lebih besar daripada nilai yang terdapat pada t tabel yaitu 10,014 > 1,97623, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa variabel independen dalam penelitian ini yang berupa efikasi diri secara parsial atau secara individu memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dalam penelitian ini berupa intensi berwirausaha *e-business*. (3) Pada variabel lingkungan nilai signifikansi yaitu 0,009 < 0,05 sedangkan nilai yang tertuang dalam t hitung mampu memperlihatkan 2,649 dilain sisi nilai yang ditunjukkan oleh t tabel yang memperlihatkan 1,97623. Hal tersebut mengindikasikan nilai t hitung memiliki nilai yang lebih besar atau > t tabel yaitu 2,649 > 1,97623, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa variabel lingkungan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha *e-business*.

### c. Uji F (simultan)

Pengujian ini dimaksudkan guna mengetahui pengaruh secara simultan variabel literasi digital, kemudian variabel efikasi diri serta variabel terakhir yaitu lingkungan terhadap variabel dependen dalam penelitian ini berupa intensi berwirausaha *e-business*. Dasar ketentuannya yakni jika nilai yang ditunjukkan oleh F hitung memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan oleh > F tabel dan perolehan probabilitas < 0,05 mengindikasikan bahwa keputusan hipotesis diterima. Perhitungan nilai F tabel dengan menggunakan formula  $=FINV(p;DF1;DF2)$  atau  $=FINV(0,05;3;148)$  melalui Ms. Excell menunjukkan 2,67.

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA <sup>b</sup>					
Model		Sum of Squares	df	F	Sig.
1	Regression	2692.473	3	90.895	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1451.474	147		
	Total	4143.947	150		

(Sumber: Data primer diolah peneliti, 2021)

Sesuai output uji F di atas memperlihatkan nilai F hitung yang menunjukkan sebesar 90,895 dilain sisi terdapat nilai F tabel yang dikeluarkan sebesar 2,67. Hal tersebut mengindikasikan bahwa nilai yang terdapat pada F hitung lebih besar daripada nilai yang terdapat pada F tabel yaitu  $90,895 > 2,67$ . Selain itu, output tersebut juga memperlihatkan nilai signifikansi yaitu 0,000 yang mengindikasikan bahwa nilai probabilitasnya < 0,05. Hal tersebut dapat diambil simpulan bahwa variabel independen dalam penelitian ini berupa variabel literasi digital, kemudian variabel efikasi diri serta variabel lingkungan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dalam penelitian ini berupa intensi berwirausaha *e-business*.

### d. Koefisien Determinasi

Bertujuan guna menentukan seberapa besar kontribusi variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Output koefisien determinasi menunjukkan nilai yang dikeluarkan oleh R Square sebesar 0,650 atau di buat persentase sebesar 65,0%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa sebesar 65,0% intensi berwirausaha dalam *e-business* dipengaruhi oleh variabel independen penelitian ini berupa literasi digital, efikasi diri dan lingkungan secara bersama-sama atau simultan, sisanya sebesar 35% dipengaruhi oleh variabel lain.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Literasi Digital Terhadap Intensi Berwirausaha *E-business*

Sesuai output uji analisis regresi berganda yang ditunjukkan pada tabel 1 memperlihatkan nilai koefisien variabel literasi digital sebesar 0,158 dengan pengaruh yang diberikan bersifat positif. Setiap peningkatan literasi digital sebesar satu satuan maka akan meningkatkan intensi berurusan dalam *e-business* sebesar 0,158 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap. Hal tersebut mengindikasikan apabila mahasiswa memiliki tingkat literasi digital yang tinggi, maka akan berdampak terhadap intensi mahasiswa untuk berwirausaha *e-business* juga semakin tinggi, begitu pula sebaliknya. Selain itu output uji t memperlihatkan nilai yang terdapat pada t hitung lebih besar daripada nilai yang terdapat pada t tabel dengan nilai yang positif, sehingga hal ini mengindikasikan adanya pengaruh literasi digital terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS angkatan 2017-2019 yang bersifat positif dan signifikan.

Hasil dari penelitian ini memperkuat penelitian yang telah dilaksanakan Funda & Ali (2017) yang menyebutkan bahwa literasi digital memberikan dampak atau pengaruh yang kuat terhadap variabel dependen penelitian berupa intensi berwirausaha *e-business* pada mahasiswa. Hal tersebut lantaran berwirausaha dalam *e-business* memerlukan pemahaman mengenai kewirausahaan dan penggunaan perangkat digital dalam menjalankan bisnis. Namun, hasil penelitian Hasanah & Setiaji (2019) mengungkapkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu intensi berwirausaha *e-business* yang bersifat positif dan signifikan pada responden penelitian berupa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang dengan sumbangan efektif yang rendah hanya sebesar 14%.

Literasi digital pada dasarnya mengacu pada pengetahuan, keterampilan serta pemahaman dalam memanfaatkan teknologi digital. Literasi digital menjadi penerapan sikap untuk membentuk suatu perilaku. Berdasarkan jawaban responden memperlihatkan bahwa rata-rata responden mampu menjawab pernyataan dengan baik mengenai literasi digital yang ditunjukkan dengan rata-rata skor responden secara keseluruhan yaitu sebesar 40,59 dari 12 pernyataan. Terdapat sejumlah 61 responden yang menjawab pernyataan dibawah rata-rata dan sejumlah 90 responden yang menjawab di atas rata-rata atau apabila dipresentasikan sebesar 59%, hal tersebut menegaskan bahwa sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret Angkatan 2017- 2019 telah memiliki literasi digital yang cukup. Sikap individu dengan memahami dan menerapkan literasi digital dengan baik akan semakin memberikan dorongan intensi terutama

bagi mahasiswa untuk berwirausaha *e-business* dan akan berdampak positif berupa kemampuan dalam berwirausaha semakin meningkat (Winarsih & Furinawati, 2018). Penelitian tersebut mendukung teori dikemukakan oleh Ajzen yaitu *Theory Of Planned Behavior* yang mengemukakan bahwa sikap menjadi dasar pembentukan intensi seseorang sehingga sikap dapat menumbuhkan intensi berwirausaha (Malebana, 2014). Literasi digital melalui pemahaman pemanfaatan teknologi digital sangat dibutuhkan mahasiswa dalam berwirausaha. Melalui kemampuan literasi digital yang baik mampu memberikan peluang yang besar, *update* perkembangan *e-business* terkini dan kemudahan ketika terjun ke dalam dunia wirausaha di *era-digital*. Oleh karena itu, literasi digital pada mahasiswa sangat diperlukan untuk mendorong peningkatan intensi dalam berwirausaha *e-business*.

### **Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha E-business**

Sesuai output uji analisis regresi berganda yang ditunjukkan pada tabel 1 memperlihatkan nilai koefisien variabel efikasi diri sebesar 0,668 dengan pengaruh yang diberikan bersifat positif. Artinya setiap satu satuan peningkatan efikasi diri maka akan meningkatkan intensi berirusaha dalam *e-business* sebesar 0,668 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap tetap. Hal tersebut mengindikasikan bahwa mahasiswa yang mempunyai keyakinan diri yang tinggi, akan berdampak terhadap tingginya intensi mahasiswa dalam berwirausaha *e-business*, begitu pula sebaliknya. Selain itu output uji t memperlihatkan nilai yang terdapat pada t hitung lebih besar daripada nilai yang terdapat pada t tabel dengan hasil yang positif, sehingga hal tersebut mengindikasikan adanya pengaruh efikasi diri terhadap intensi berwirausaha *e-business* pada responden yang pada penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan yang berada di Ekonomi FKIP UNS angkatan 2017-2019 yang bersifat positif dan signifikan.

Hasil penelitian ini tidak relevan dengan penelitian terdahulu yang telah dilaksanakan (Wijaya & Mada, 2008) dan (Segal, Borgia, & Schoenfeld, 2005) yang mengungkapkan bahwa intensi mahasiswa dalam berwirausaha tidak dipengaruhi oleh faktor efikasi diri. Namun, hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang di kemukakan oleh Hassan (2020) yang mengungkapkan bahwa efikasi diri mempunyai pengaruh terhadap intensi berwirausaha mahasiswa di India yang bersifat positif dan signifikan. Pengaruh yang diberikan berupa mahasiswa yang mempunyai keyakinan akan kemampuannya sendiri cenderung berhasil dalam melakukan dan mengelola bisnis yang dimiliki. Selanjutnya, hasil penelitian yang telah dilaksanakan Rachmawan, et al. (2015) menegaskan bahwa variabel independen berupa efikasi diri mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yaitu intensi

mahasiswa dalam berwirausaha secara positif dan secara signifikan. Mahasiswa dengan tingkat efikasi yang tinggi akan berdampak besar terhadap niat menjadi wirausaha yang tinggi pula.

Efikasi diri pada dasarnya adalah keyakinan individu terhadap keterampilan atau kemampuannya dalam memulai dan menjalankan bisnis dengan berani mengambil resiko untuk mencapai tujuan usaha. Berdasarkan jawaban responden memperlihatkan bahwa rata-rata responden mampu menjawab pernyataan dengan baik mengenai efikasi diri yang ditunjukkan dengan rata-rata skor responden secara keseluruhan yaitu sebesar 29,70 dari 10 pernyataan. Terdapat sejumlah 56 responden yang menjawab pernyataan dibawah rata-rata dan sejumlah 95 responden yang menjawab di atas rata-rata atau apabila dipresentasikan sebesar 63%, hal tersebut menegaskan bahwa sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret Angkatan 2017- 2019 telah memiliki efikasi diri yang cukup. Selanjutnya, sumbangan efektif variabel efikasi diri yang diberikan terhadap intensi berwirausaha *e-business* yakni sebesar 48,2%. Melihat angka tersebut mengindikasikan bahwa sumbangan pengaruh yang diberikan tergolong tinggi. Hal ini disebabkan lantaran efikasi diri menjadi anteseden kognitif utama dari niat kewirausahaan dan perilaku kewirausahaan (Laviolette, et al., 2012). Efikasi diri dinilai dapat memberikan pengaruh seseorang dalam melaksanakan suatu perilaku atau dalam hal bertindak. Tindakan yang dipilih seseorang salah satunya yaitu keinginan menjadi seorang wirausaha. Hal tersebut menegaskan bahwa efikasi diri berperan penting bagi mahasiswa dan sesuai dengan teori Ajzen (1991) yaitu *Theory Of Planned Behaviour* yang mengemukakan salah satu aspek pentingnya berupa *perceived behavioral control* yang terwakili dengan efikasi diri. Kegiatan berwirausaha sangat memerlukan keyakinan dari dalam diri untuk menghadapi segala hambatan dan resiko dalam menjalan bisnis terutama dalam *e-business* di *era digital* seperti sekarang.

### **Pengaruh Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha E-business**

Sesuai output uji analisis regresi berganda yang ditunjukkan pada tabel 1 memperlihatkan nilai koefisien variabel lingkungan sebesar 0,213 dengan pengaruh yang diberikan bersifat positif. Artinya setiap satu satuan peningkatan variabel lingkungan maka akan meningkatkan intensi berirusaha dalam *e-business* sebesar 0,213 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap. Hal tersebut mengindikasikan bahwa apabila kontribusi yang diberikan lingkungan semakin baik, maka akan berdampak pada intensi berwirausaha *e-business* yang dimiliki mahasiswa semakin tinggi pula, begitu pula sebaliknya. Selain itu output uji t memperlihatkan nilai yang terdapat

pada  $t$  hitung lebih besar daripada nilai yang terdapat pada  $t$  tabel dengan hasil yang positif, sehingga hal ini menunjukkan adanya pengaruh lingkungan terhadap variabel dependen yaitu intensi berwirausaha *e-business* pada responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi yang berada di FKIP UNS angkatan 2017-2019 yang bersifat positif dan signifikan.

Hasil penelitian ini tidak relevan dengan penelitian terdahulu yang telah dilaksanakan (Sesen, 2013) dan (Paulina & Wardoyo, 2013) yang mengungkapkan bahwa faktor lingkungan tidak berpengaruh terhadap intensi mahasiswa dalam berwirausaha. Namun, hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang di kemukakan oleh Syarifudin, et al. (2017) yang menegaskan bahwa lingkungan mempengaruhi intensi mahasiswa dalam berwirausaha secara positif dan signifikan pada Mahasiswa STP ARS Internasional di Bandung. Pengaruh yang diberikan berupa, intensi berwirausaha mahasiswa akan semakin meningkat apabila lingkungan disekitar mahasiswa memberikan dukungan yang positif untuk berwirausaha melalui adanya pengetahuan, pemberian dorongan dan motivasi. Selanjutnya, hasil penelitian yang dilaksanakan Sebayang (2018) menjabarkan lingkungan keluarga secara positif mampu memberikan pengaruh terhadap niat berwirausaha. Hal tersebut lantaran dengan semakin adanya dukungan keluarga terhadap anaknya dalam berwirausaha yang akan berdampak pada variabel dependen dalam penelitian ini berupa intensi mahasiswa mampu mencerminkan berwirausaha *e-business* yang semakin tinggi.

Lingkungan pada dasarnya adalah fenomena fisik/alam atau sosial baik meliputi peristiwa, situasi ataupun kondisi yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perkembangan individu. Belandaskan jawaban responden memperlihatkan bahwa rata-rata responden mampu menjawab pernyataan dengan baik mengenai dukungan lingkungan yang ditunjukkan dengan rata-rata skor responden secara keseluruhan yaitu sebesar 34,61 dari 11 pernyataan. Terdapat sejumlah 68 responden yang menjawab pernyataan dibawah rata-rata dan sejumlah 83 responden yang menjawab di atas rata-rata atau apabila dipresentasikan sebesar 55%, hal tersebut menegaskan bahwa sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret Angkatan 2017- 2019 telah mendapat dukungan lingkungan yang cukup.

Dukungan lingkungan yang dimaksudkan pada penelitian ini meliputi lingkungan keluarga, teman, dosen maupun dukungan dari pihak universitas sejalan dengan penelitian yang dilangsungkan Hasanah & Setiaji (2019). Keluarga maupun teman yang memiliki bisnis cenderung akan memberikan dorongan atau pengaruh kepada seseorang untuk berwirausaha dalam *e-business*. Intensi

mahasiswa berwirausaha *e-business* dapat meningkat salah satunya dengan memperoleh dukungan lingkungan sekitar yang dapat dilakukan dengan memberikan penguatan motivasi atau dorongan dan penyediaan program kewirausahaan yang mendukung baik berupa pengetahuan, keterampilan maupun pendanaan. Lingkungan mempunyai peranan yang sangat berpengaruh terhadap kepribadian, karakter serta keterampilan yang dimiliki oleh individu. Nilai-nilai dan pandangan mengenai kewirausahaan yang diperoleh dari lingkungan mendorong mahasiswa untuk berwirausaha. Oleh karena itu semakin tinggi dukungan lingkungan terhadap mahasiswa akan mendorong peningkatan intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa.

### **Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri dan Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha *E-business***

Sesuai output uji analisis regresi berganda yang ditunjukkan pada tabel 1 memperlihatkan nilai koefisien variabel literasi digital, efikasi diri dan lingkungan masing-masing, yaitu 0,158, 0,668 dan 0,213 dengan pengaruh yang disumbangkan ke-3 variabel bebas tersebut bersifat positif. Ketika variabel literasi digital, efikasi diri dan lingkungan sebesar 0, maka intensi berwirausaha dalam *e-business* sebesar 1.004. Ketika literasi digital, efikasi diri dan lingkungan terjadi peningkatan sebesar 1, maka intensi berwirausaha dalam *e-business* akan mengalami kenaikan sebanyak  $0,158 + 0,668 + 0,213 = 1,039$ . Selain itu hasil uji F memperlihatkan nilai yang terdapat pada F hitung > nilai yang terdapat pada F tabel dengan nilai positif, sehingga hal tersebut mengindikasikan adanya pengaruh secara simultan yang bersifat positif dan signifikan anatara literasi digital, efikasi diri dan lingkungan terhadap terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS Angkatan 2017-2019.

Belandaskan jawaban responden memperlihatkan bahwa rata-rata responden mampu menjawab pernyataan dengan baik mengenai intensi berwirausaha *e-business* yang ditunjukkan dengan rata-rata skor responden secara keseluruhan yaitu sebesar 34,61 dari 11 pernyataan. Terdapat sejumlah 72 responden yang menjawab pernyataan dibawah rata-rata dan sejumlah 79 responden yang menjawab di atas rata-rata atau apabila dipresentasikan sebesar 52,3%, hal tersebut menegaskan bahwa sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret Angkatan 2017- 2019 telah memiliki intensi berwirausaha *e-business* yang cukup. Selanjutnya, besarnya sumbangan kontribusi yang diberikan variabel literasi digital, efikasi diri dan lingkungan terhadap terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi yaitu mencapai 65,0%, yang artinya sebanyak 35,0%

intensi berwirausaha dalam *e-business* disumbangi oleh selain variabel yang telah diteliti.

Penelitian ini memandang faktor penentu intensi berwirausaha dalam *e-business* berasal dari faktor dalam diri yang mengacu pada variabel efikasi diri yang merupakan salah satu ciri kepribadian dan untuk faktor dari luar diri mengacu pada literasi digital dan faktor lingkungan mahasiswa. Hal ini berkaitan dengan pengembangan teori penentu niat oleh Ajzen (1991) yaitu *Theory Of Planned Behavioral* yang meliputi *Attitude Toward Behaviour*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control*. Faktor *Attitude Toward Behaviour* tercermin dalam keyakinan seseorang memilih menjadi wirausaha *e-business* atau bukan, faktor *Subjective Norm* tercermin dalam lingkungan dan literasi digital serta faktor *Perceived Behavioral Control* tercermin dalam efikasi diri.

Variabel lingkungan dan literasi digital menjadi penerapan sikap untuk membentuk suatu perilaku. Hal tersebut karena sikap dasar bagi pembentukan intensi sehingga sikap dapat menumbuhkan intensi berwirausaha. Hal ini ditunjukkan dengan terdapatnya pengaruh yang diberikan literasi digital terhadap intensi mahasiswa dalam berwirausaha *e-business* dan terdapatnya pengaruh yang diberikan lingkungan terhadap intensi mahasiswa dalam berwirausaha *e-business*. Efikasi diri dinilai dapat memberikan pengaruh seseorang dalam melaksanakan suatu perilaku atau dalam hal bertindak. Tindakan yang dipilih seseorang salah satunya yaitu keinginan menjadi seorang wirausaha. Kegiatan berwirausaha sangat memerlukan keyakinan dari dalam diri untuk menghadapi segala hambatan dan resiko dalam menjalan bisnis. Hal ini ditunjukkan dengan terdapatnya pengaruh yang diberikan efikasi diri terhadap intensi mahasiswa dalam berwirausaha *e-business*. Hasil dari penelitian ini relevan dengan penelitian yang telah dilaksanakan Hasanah & Setiaji (2019) yang mengemukakan bahwa variabel independen dalam penelitian ini berupa variabel literasi digital kemudian variabel kedua berupa efikasi diri serta variabel lingkungan berpengaruh bersama-sama atau secara simultan terhadap variabel dependen dalam penelitian ini berupa intensi berwirausaha dalam *e-business* mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

## SIMPULAN

Sesuai hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, dapat diambil simpulan yaitu: (1) Literasi digital berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha *e-business* mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret, hal ini dapat diartikan semakin baik literasi digital mahasiswa melalui pemahaman pemanfaatan perangkat digital yang dimiliki dan pemahaman terhadap perkembangan bisnis di era digital ini maka dapat menjadi peluang bagi mahasiswa dalam

berwirausaha *e-business*. (2) Efikasi diri berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha *e-business* mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret, hal ini dapat diartikan semakin meningkatnya efikasi diri mahasiswa melalui keyakinan terhadap kemampuan dirinya maka intensi berwirausaha *e-business* juga akan meningkat. (3) Lingkungan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha *e-business* mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret, hal ini dapat diartikan lingkungan dapat semakin mendorong mahasiswa dalam berwirausaha *e-business* apabila mahasiswa memperoleh dukungan dari lingkungan sekitar baik dari lingkungan keluarga, lingkungan teman, lingkungan dosen dan lingkungan universitas. (4) Literasi digital, efikasi diri dan lingkungan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha *e-business* mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret. Hal ini dapat diartikan, adanya pemahaman literasi digital mahasiswa yang baik, keyakinan akan kemampuan dalam diri mahasiswa, dan dukungan lingkungan sekitar akan berdampak pada kebulatan tekad untuk berwirausaha *e-business*.

Adapun keterbatasan penelitian ini meliputi yaitu: pertama, pada penelitian ini tidak mencantumkan mengenai seberapa sering mahasiswa mengakses informasi mengenai bisnis. Kedua, populasi penelitian ini masih terbatas pada lingkup program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret Angkatan 2017-2019, sehingga belum dapat menjangkau lingkup subjek yang lebih luas. Ketiga, penelitian ini hanya terfokus pada *e-business* berupa media sosial, sehingga tidak menjangkau *e-business* lainnya seperti *e-commerce*, *marketplace* dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behaviour. Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alammari, K., Newbery, R., Haddoud, M. Y., & Beaumont, E. (2019). Post-materialistic values and entrepreneurial intention – the case of Saudi Arabia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(1), 158–179. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2017-0386>
- Bandura, A. (1973). *Social learning: Theory*. Prentice-Hall. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-813251-7.00057-2>
- Barakat, S., Boddington, M., & Vyakarnam, S. (2014). Measuring entrepreneurial self-efficacy to understand the impact of creative activities for learning innovation. *International Journal of Management Education*, 12(3), 456–468. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.05.007>
- Dewita Hia, Y. (2015). *Strategi Dan Kebijakan Pemerintah Dalam Menanggulangi Pengangguran*.

- Economica*, 1(2), 208–213. <https://doi.org/10.22202/economica.2013.v1.i2.121>
- Funda, B., & Ali, B. (2017). A Comparative Analysis Regarding The Effects of Financial Literacy and Digital Literacy on Internet Entrepreneurship Intention. *Journal of Entrepreneurship and Development*, 12(2), 27–38. Retrieved from <http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/handle/COMU/1789>
- Ghufro, G. (2018). Revolusi Industri 4.0: Tantangan, Peluang, Dan Solusi Bagi Dunia Pendidikan. *Seminar Nasional Dan Diskusi Panel Multidisiplin Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2018*, 1(1), 332–337.
- Harjono, H. S. (2019). Literasi Digital: Prospek dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa. *Pena : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 8(1), 1–7. <https://doi.org/10.22437/pena.v8i1.6706>
- Hasanah, U. U., & Setiaji, K. (2019). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam *E-business*. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v13i2.17051>
- Hassan, A., Saleem, I., Anwar, I., & Hussain, S. A. (2020). Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education. *Education and Training*, 62(7–8), 843–861. <https://doi.org/10.1108/ET-02-2020-0033>
- Hassan, H. M. K. (2020). Intention towards social entrepreneurship of university students in an emerging economy: the influence of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurship education. *On the Horizon*, 28(3), 133–151. <https://doi.org/10.1108/OTH-04-2020-0012>
- Keat, O. Y., Selvarajah, C., & Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science*, 2(July 2015), 206–220. <https://doi.org/10.1016/j.egypro.2012.02.331>
- Laviolette, E. M., Lefebvre, M. R., & Brunel, O. (2012). The impact of story bound entrepreneurial role models on self-efficacy and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 18(6), 720–742. <https://doi.org/10.1108/13552551211268148>
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa / Small Business*, 2004(3), 11–35.
- Linan, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- Lüthje, C., & Franke, N. (2003). The “making” of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R and D Management*, 33(2), 135–147. <https://doi.org/10.1111/1467-9310.00288>
- Malebana, M. J. (2014). Entrepreneurial Intentions and Entrepreneurial Motivation of South African Rural University Students. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6(9), 709–726. <https://doi.org/10.22610/jeb.v6i9.531>
- Memon, M., Soomro, B. A., & Shah, N. (2019). Enablers of entrepreneurial self-efficacy in a developing country. *Education and Training*, 61(6), 684–699. <https://doi.org/10.1108/ET-10-2018-0226>
- Naili, F., Naryoso, A., & Ardyan, E. (2017). Model of relationship marketing partnerships between batik SMEs and batik distributors in central Java, Indonesia. *International Journal of Social Ecology and Sustainable Development*, 8(4), 1–14. <https://doi.org/10.4018/IJSESD.2017100101>
- Nurmi, P., & Paasio, K. (2007). Entrepreneurship in Finnish universities. *Education and Training*, 49(1), 56–66. <https://doi.org/10.1108/00400910710729884>
- Paulina, I., & Wardoyo. (2013). Faktor Pendukung Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.15294/jdm.v3i1.2454>
- Rachmawan, A., Lizar, A. A., & Mangundjaya, W. L. . (2015). The role of parent’s influence and self-efficacy on entrepreneurial intention. *The Journal of Developing Areas*, 49(3), 417–430. <https://doi.org/10.1353/jda.2015.0157>
- Rohit Trivedi. (2016). Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis. In *Journal of Small Business and Enterprise Development* (Vol. 23).
- Sebayang, Y. B. (2018). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Efikasi Diridan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Pada Kelompok Bisnis Dan Manajemen (Survei Pada Siswa Kelas XII di SMK Negeri di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Tools*, 10(2), 85–95.
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(1), 42–57. <https://doi.org/10.1108/13552550510580834>
- Sesen, H. (2013). Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. *Education + Training*, 55(7), 624–640. <https://doi.org/10.1108/ET-05-2012-0059>
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386–399. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007>
- Stefany, S., Nurbani, & Badarrudin. (2017). Literasi Digital Dan Pembukaan Diri: Studi Korelasi Penggunaan Media Sosial Pada Pelajar Remaja di Kota Medan Magister Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik , Universitas Sumatera Utara . Magister Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial Ilmu. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian*

- Psikologi*, 2(1), 10–31.
- Suharti, L., & Sirine, H. (2012). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(2).  
<https://doi.org/10.9744/jmk.13.2.124-134>
- Syarifuddin, D., Iskandar, I., & Hakim, L. (2017). Dampak Lingkungan Terhadap Minat Mahasiswa Pariwisata Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa STP ARS Internasional, Bandung). *Jurnal Pariwisata*, (1). <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1700.8722>
- Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement Dan Loyalitas Merek Pada Akun Instagram Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185–198.
- Wijaya, T., & Mada, U. G. (2008). Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 10(2), 93-104–104. <https://doi.org/10.9744/jmk.10.2.pp.93-104>
- Winarsih, E., & Furinawati, Y. (2018). Literasi Teknologi Dan Literasi Digital Untuk Menumbuhkan Keterampilan Berwirausaha Bagi Kelompok Pemuda Di Kota Madiun. *Prosiding Seminar Nasional & Internasional*, 1(1), 23–29.
- Yusuf, S. (2012). *Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Zubaidah, S. (2019). Keterampilan Abad Ke-21: Keterampilan Yang Diajarkan Melalui Pembelajaran. *Seminar Nasional Pendidikan Dengan Tema “Isu-Isu Strategis Pembelajaran MIPA Abad 21*, (Desember), 1–17.