

Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan

**Olivia Sembiring¹, Okta Viani Kristin², Nabila Boru Lubis³, Anggita Kinanti⁴,
Desmila Atheja Syahfitri Lingga⁵, Saidun Hutasuhut⁶**

Universitas Negeri Medan, Indonesia

oktavianikristinn@gmail.com², nabilaboruulubis@gmail.com³,
anggitakinantiii@gmail.com⁴, desmilaatheja@gmail.com⁵, saidun@unimed.ac.id⁶
E-mail Korespondensi : oliviasembiring80@gmail.com

Submitted: 29th Nov 2025 | **Edited:** 24th Dec 2025 | **Issued:** 01st January 2026

Cited on: Sembiring, O., Kristin, O. V., Lubis, N. B., Kinanti, A., Lingga, D. A. S., & Hutasuhut, S. (2026). Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 9(1), 144-151.

ABSTRACT

Digital transformation has reshaped entrepreneurial practices, requiring students to master digital competencies in order to identify opportunities and build innovative ventures. This study aims to examine the influence of digital literacy on students' entrepreneurial interest within the Management Study Program at Universitas Negeri Medan. Using a quantitative survey approach, data were collected from 100 students selected through simple random sampling. The questionnaire employed validated indicators of digital literacy and entrepreneurial interest, and the data were analyzed through normality testing, linearity testing, and simple linear regression using SPSS 26. The findings indicate that digital literacy has a positive and significant effect on entrepreneurial interest, as shown by a regression coefficient of 0.405 and a significance value of 0.000. The standardized beta coefficient of 0.444 demonstrates a moderately strong contribution of digital literacy in shaping entrepreneurial interest, suggesting that students with stronger digital capabilities tend to be more confident and motivated to pursue entrepreneurial activities. These results highlight the importance of strengthening digital competencies in higher education to prepare students for opportunities in the digital economy.

Keywords: Digital Literacy, Entrepreneurial Interest, Students, Entrepreneurship, Technology

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk pola interaksi, cara belajar, dan praktik bisnis (Wibowo, 2021). Digitalisasi tidak hanya menghadirkan kemudahan dalam memperoleh informasi, tetapi juga membuka ruang baru bagi aktivitas ekonomi, terutama pada sektor kewirausahaan. Melalui platform digital seperti marketplace, e-commerce, dan media sosial, peluang untuk memulai usaha menjadi semakin terbuka bagi generasi muda yang memiliki kemampuan memanfaatkan teknologi secara efektif (Julqaidah et al., 2024).

Dalam konteks tersebut, literasi digital memegang peran penting sebagai keterampilan dasar yang diperlukan individu untuk mengakses, mengolah, serta menggunakan informasi berbasis teknologi secara bertanggung jawab (Sunuantari dalam Fedrick et al., 2024). Bagi mahasiswa, kemampuan ini tidak hanya berfungsi untuk menunjang kegiatan akademik, tetapi juga menjadi modal awal dalam mengenali peluang usaha baru, mengembangkan ide kreatif, dan beradaptasi dengan dinamika ekonomi digital (Fernando, 2022).

Minat berwirausaha pada mahasiswa saat ini menunjukkan peningkatan seiring dengan berkembangnya teknologi. Generasi Z, yang tumbuh dalam lingkungan digital, cenderung lebih cepat beradaptasi dengan berbagai platform online dan lebih berani mengeksplorasi peluang bisnis berbasis teknologi (Vhika Meiriasari et al., 2024). Namun demikian, tingkat minat tersebut tidak muncul secara otomatis tanpa adanya dukungan kompetensi digital yang memadai. Beberapa penelitian sebelumnya menegaskan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Nur Afni Khairunisa, 2023; Edi Supriyanto & Ismail, 2024).

Meskipun penelitian mengenai literasi digital dan minat berwirausaha telah banyak dilakukan, sebagian besar masih berfokus pada konteks umum mahasiswa perguruan tinggi atau kelompok studi tertentu. Belum banyak penelitian yang secara khusus meninjau mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan, padahal mereka merupakan kelompok yang secara akademik dekat dengan konsep bisnis, namun variasi kemampuan literasi digitalnya belum terpetakan secara jelas. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan penelitian yang penting untuk dikaji lebih mendalam.

Selain itu, perubahan perilaku berbisnis di era digital menuntut mahasiswa memiliki kompetensi tidak hanya dalam mencari informasi secara daring, tetapi juga dalam menilai kualitas informasi, mengelola data, serta memanfaatkan teknologi untuk kegiatan produktif (Hasliah dalam Vania Anarizka, 2024). Tanpa literasi digital yang baik, mahasiswa berpotensi kesulitan mengikuti transformasi kewirausahaan modern, sehingga minat mereka untuk memulai bisnis dapat terhambat.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan. Hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran empiris mengenai sejauh mana kemampuan digital mahasiswa berkontribusi pada pembentukan minat wirausaha, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi institusi dalam merancang program penguatan kompetensi digital dan kewirausahaan.

LANDASAN TEORI

Planned Behavior Theory

Mengacu pada Ajzen (dalam Nuri Purwanto, Budiyanto, 2022), Sikap terhadap perilaku adalah tanggapan seseorang terhadap tindakan tertentu, apakah bersifat menguntungkan (*favorable*) atau tidak menguntungkan (*unfavorable*). Jika seseorang memiliki pandangan yang lebih menguntungkan terhadap suatu perilaku, maka keinginan untuk melakukannya akan meningkat. Teori ini berasumsi bahwa orang bertindak secara logis dan sistematis saat memproses informasi yang mereka miliki dan mempertimbangkan konsekuensi tindakan mereka sebelum memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

Menurut Ajzen (dalam Nuri Purwanto, Budiyanto, 2022) mendefinisikan PBC sebagai persepsi individu terhadap kemudahan dalam melakukan suatu perilaku tertentu. PBC memiliki hubungan positif dengan niat berperilaku. *Theory of Planned Behavior*,

kebiasaan individu dalam melakukan suatu tindakan. Suatu perseroan bisa menemukan motivasi untuk mendorong seseorang dalam mengambil tindakan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Ajzen (Nuri Purwanto, Budiyanto, 2022), *Planned Behavior Theory* terdapat tiga tujuan sebagai berikut ini:

1. Memprediksi dan memahami sejauh mana faktor motivasi memengaruhi perilaku.
2. Mengidentifikasi metode yang efektif untuk mengubah perilaku.
3. Menjelaskan berbagai bentuk perilaku manusia, termasuk alasan orang melakukan word of mouth.

Literasi Digital

Literasi digital adalah sebuah kemampuan seseorang untuk memahami menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi secara efektif agar dapat mengelola hingga menciptakan informasi terbaru. Suatu usaha mampu menyusun strategi untuk mengoptimalkan efisiensi kegiatan bisnis melalui pemanfaatan literasi digital agar mengoptimalkan efisiensi kegiatan bisnis, peningkatan kepuasan pelanggan, dan menghadirkan produk atau layanan yang memenuhi permintaan pasar saat ini (Julqaidah, Alfiana and Pratama, 2024). Di era transformasi digital yang sangat signifikan ini, literasi digital merupakan salah satu keterampilan penting yang diperlukan untuk dalam menghadapi perubahan sosial, ekonomi, dan budaya berbasis teknologi. Menurut Sunuantari (dalam Fedrick et al., 2024) Dengan literasi digital yang kuat, orang akan dapat menggunakan teknologi untuk meningkatkan produktivitas, kreativitas, dan konektivitas mereka serta berkontribusi secara positif pada masyarakat yang semakin berkembang dengan digital.

Berwirausaha tidak lagi terbatas pada produksi dan penjualan secara konvensional, tetapi telah bergeser menuju penggunaan teknologi dalam menciptakan nilai tambah melalui inovasi sehingga literasi digital sangat memainkan peran penting dalam niat berwirausaha. Menurut putri dan jayatri (dalam Rahman, 2024) mengatakan Literasi digital bukan hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi terkini hingga integrasinya dalam akademik, namun pada dasarnya literasi digital dapat menyebabkan keahlian untuk menyesuaikan diri dengan keterampilan teknis hingga mengatur segala data online. Menurut Kayun (dalam Edi Supriyanto, Khafid Ismail, 2024) Faktor seperti literasi digital serta perdagangan elektronik memengaruhi tingkat minat berwirausaha.

Dalam memahami konsep literasi digital secara mendalam, diperlukan penguraian mengenai aspek-aspek yang membentuknya. Literasi digital bukan hanya kemampuan seseorang untuk menggunakan perangkat teknologi akan tetapi juga mencakup seperangkat kompetensi yang saling berkaitan dalam proses pencarian, pengolahan, dan pemanfaatan informasi secara efektif. Menurut Gilster dalam Hasliah (dalam Vania Anarizka, 2024), Adapun indikator literasi digital yaitu:

1. Kemampuan dalam mencari informasi di dunia maya dengan memanfaatkan mesin pencari dan melaksanakan berbagai kegiatan di dalamnya dikenal sebagai kompetensi pencarian di internet.
2. Kompetensi navigasi hypertextual merupakan keterampilan yang penting bagi pengguna saat menjelajahi situs web yang menyediakan informasi secara menyeluruh.
3. Kompetensi evaluasi konten informasi (content evaluation) adalah kemampuan agar pengguna internet lebih kritis dalam mencari dan menerima informasi untuk memperoleh sumber yang kredibel.

4. Knowledge assembly atau kompetensi pembentukan pemahaman yaitu keterampilan untuk membandingkan berbagai sumber informasi guna menyusun pemahaman yang baru dan utuh.

Berwirausaha

Berwirausaha adalah kemampuan seseorang dalam menciptakan peluang ekonomi dengan cara yang inovatif, kreatif, dan memberikan nilai tambah. Kewirausahaan tidak hanya tentang membuka usaha semata, tetapi juga proses menciptakan nilai melalui pengelolaan sumber daya secara efektif dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Khamimah, 2021). Dengan kata lain, berwirausaha melibatkan kemampuan seseorang dalam mengenali peluang bisnis, mengambil risiko secara terukur, serta mengembangkan produk atau jasa baru yang bisa memberikan solusi dan manfaat ekonomi. Di era teknologi yang serba modern ini, pemakaian teknologi digital memberikan dampak besar terhadap peningkatan kinerja usaha, terutama dalam meningkatkan efisiensi dalam beroperasi dan memperluas pasar (Yustitia et al., 2024).

Kreativitas dan inovasi adalah elemen kunci dalam menghadapi berbagai tantangan di era digital, khususnya bagi pengusaha kecil dan mikro (UMKM). Kemampuan untuk berinovasi dan berkreaitivitas memungkinkan para wirausaha menghasilkan nilai yang unik serta mengadaptasi model bisnis mereka dengan cepat seiring perkembangan teknologi. Keterampilan digital, kreativitas, dan solusi inovatif memiliki dampak yang signifikan terhadap daya saing sumber daya manusia wirausaha di zaman digital (Dika Argiyan Syah, Fiqih Maria Rabiatul Hariroh, 2025). Indikator minat dalam berwirausaha yang dijelaskan oleh Alma ada 3 indikator di antaranya yaitu ketertarikan, kemampuan, dan keberanian untuk mengambil risiko, tiga aspek penting yang menentukan sejauh mana seseorang siap dan berkeinginan untuk terlibat dalam dunia bisnis (Tambengi and Mohehu, 2024).

1. Keterkaitan: ini adalah tahap awal yang menunjukkan bahwa seseorang mulai tertarik dengan dunia usaha. Rasa tertarik ini muncul ketika seseorang mulai memperhatikan, ingin tahu, dan termotivasi untuk belajar lebih dalam tentang kegiatan wirausaha.
2. Kemampuan yang dimiliki: faktor penting dalam menentukan seberapa siap seseorang untuk berwirausaha. Kemampuan ini tidak hanya mencakup keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan sosial dan manajerial yang didapat dari belajar, pengalaman, atau pengaruh lingkungan sekitar.
3. Keberanian mengambil risiko: berani mengambil risiko biasanya memiliki kepercayaan diri yang kuat dan kemampuan belajar dari pengalaman, sehingga mampu mengubah tantangan menjadi kesempatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan menguji pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Metode kuantitatif dipilih karena mampu menggambarkan hubungan antarvariabel secara terukur melalui data numerik yang dianalisis secara statistik (Syahroni, 2022). Populasi penelitian mencakup 538 mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Negeri Medan dari angkatan 2022 hingga 2025. Penentuan sampel dilakukan dengan rumus Slovin untuk memperoleh ukuran sampel minimum, namun jumlah tersebut kemudian disesuaikan menjadi 100 responden agar data lebih representatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih dan potensi bias dapat diminimalkan (Sugiyono, 2019).

Instrumen penelitian berupa kuesioner berskala Likert yang memuat indikator literasi digital dan minat berwirausaha berdasarkan teori dan penelitian terdahulu. Sebelum disebarkan, instrumen diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan pengukuran. Validitas diuji menggunakan korelasi Pearson, sedangkan reliabilitas diuji dengan Cronbach's Alpha. Kuesioner dinyatakan layak digunakan apabila seluruh butir pertanyaan memiliki nilai korelasi di atas 0,30 dan Cronbach's Alpha melebihi 0,70, sebagaimana disarankan oleh Ghozali (2021). Seluruh butir pada instrumen penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel.

Data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner secara daring, sementara data sekunder dikumpulkan dari jurnal, buku, dan hasil penelitian yang relevan untuk mendukung analisis. Analisis data dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistics 26 melalui serangkaian prosedur, meliputi uji normalitas Kolmogorov Smirnov untuk memastikan distribusi data, uji linearitas untuk melihat hubungan linier antara variabel, serta analisis regresi linear sederhana guna mengetahui arah dan besar pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha. Model regresi digunakan karena penelitian hanya melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen, sehingga regresi sederhana menjadi teknik analisis yang paling tepat (Priyanto, 2019). Seluruh tahapan analisis dilakukan untuk memastikan bahwa hasil penelitian yang diperoleh valid, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini melibatkan 100 mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan sebagai responden. Mayoritas responden berusia 19-21 tahun dan telah terbiasa menggunakan platform digital seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi pendukung kegiatan akademik maupun bisnis. Gambaran ini menunjukkan bahwa mahasiswa berada pada lingkungan yang memungkinkan mereka mengeksplorasi peluang usaha berbasis teknologi, sehingga relevan dengan fokus penelitian mengenai literasi digital dan minat berwirausaha.

Uji Normalitas

Uji normalitas Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai Asymp. Sig sebesar 0,200, lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa distribusi data berada dalam kondisi normal sehingga dapat digunakan untuk analisis regresi. Data yang berdistribusi normal menandakan variabel literasi digital dan minat berwirausaha memiliki pola penyebaran yang wajar dan tidak bias. Temuan ini sejalan dengan penelitian Khairunisa (2023) yang juga menemukan bahwa data literasi digital pada mahasiswa umumnya cenderung terdistribusi normal karena variabel tersebut memiliki variasi yang merata di berbagai kelompok usia mahasiswa.

Uji Linearitas

Hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi pada Deviation from Linearity sebesar 0,855, lebih tinggi dari batas 0,05. Hal ini membuktikan bahwa terdapat hubungan yang linear antara literasi digital dan minat berwirausaha. Dengan demikian, semakin tinggi literasi digital yang dimiliki mahasiswa, kecenderungan minat berwirausaha akan meningkat secara proporsional. Pola hubungan linear ini mendukung penelitian Fernando (2022) yang menyatakan bahwa literasi digital memiliki keterkaitan langsung dengan perilaku kewirausahaan mahasiswa karena teknologi menjadi dasar utama proses pencarian peluang usaha.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Hasil analisis regresi menunjukkan persamaan:

$$Y = 31,947 + 0,405X$$

Koefisien regresi 0,405 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada literasi digital akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0,405 poin. Nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 ($<0,05$) menandakan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Selain itu, nilai beta standar 0,444 menunjukkan tingkat pengaruh yang berada dalam kategori sedang.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Supriyanto dan Ismail (2024) yang menegaskan bahwa mahasiswa dengan literasi digital tinggi cenderung lebih percaya diri untuk memulai bisnis berbasis teknologi. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh penelitian Kayun (dalam Supriyanto & Ismail, 2024) yang menyatakan bahwa literasi digital dan kemampuan mengoperasikan platform e-commerce menjadi penentu penting dalam membangun minat wirausaha generasi muda.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Pengaruh ini terlihat dari koefisien beta 0,444 yang mengindikasikan bahwa literasi digital memiliki kontribusi yang cukup kuat terhadap perubahan minat berwirausaha. Temuan tersebut memperkuat gagasan bahwa mahasiswa yang memiliki kemampuan mengakses informasi, menilai konten digital, dan mengelola data secara efektif akan lebih siap untuk memanfaatkan peluang usaha di era ekonomi digital.

Hasil empiris ini sejalan dengan teori Planned Behavior yang menjelaskan bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh persepsi seseorang terhadap kemudahan melakukan suatu tindakan. Ketika mahasiswa merasa mampu memanfaatkan teknologi digital, persepsi kontrol dirinya meningkat, sehingga mendorong keinginan untuk berwirausaha. Penelitian Nur Afni Khairunisa (2023) juga menyatakan bahwa literasi digital memperkuat persepsi kemudahan berwirausaha karena mahasiswa dapat menemukan informasi bisnis, strategi pemasaran digital, dan peluang usaha hanya melalui perangkat digital.

Selain itu, penelitian Fernando (2022) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan platform digital berhubungan langsung dengan keputusan mahasiswa untuk memulai bisnis, terutama bisnis berbasis teknologi. Hal ini menjelaskan mengapa responden dalam penelitian ini yang terbiasa dengan teknologi digital menunjukkan tingkat minat berwirausaha yang lebih tinggi. Kondisi tersebut juga konsisten dengan temuan Dika Argiyan Syah dan Hariroh (2025) yang menyatakan bahwa kreativitas, inovasi, dan kemampuan digital merupakan elemen kunci dalam meningkatkan daya saing wirausaha muda.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkuat hasil penelitian terdahulu, tetapi juga memberikan bukti empiris baru pada konteks mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan. Besarnya pengaruh literasi digital menunjukkan bahwa penguasaan teknologi merupakan faktor penting bagi mahasiswa yang ingin memasuki dunia usaha, terutama pada era digital yang terus berkembang pesat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan. Hasil analisis regresi memperlihatkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam mencari,

menilai, dan memanfaatkan informasi digital berkaitan dengan meningkatnya keinginan mereka untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Koefisien regresi yang bernilai positif menegaskan bahwa semakin baik literasi digital yang dimiliki mahasiswa, semakin tinggi pula minat mereka untuk memulai usaha, terutama pada bidang yang memanfaatkan teknologi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya literasi digital dalam mendukung kesiapan generasi muda menghadapi perkembangan ekonomi digital. Literasi digital tidak hanya memudahkan mahasiswa mengenali peluang usaha, tetapi juga memberi rasa percaya diri untuk bereksperimen dan mengembangkan ide baru dalam konteks bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian, perguruan tinggi diharapkan dapat memperkuat program pembelajaran dan pelatihan yang berorientasi pada penguasaan keterampilan digital serta praktik kewirausahaan. Peningkatan kapasitas ini penting untuk menyiapkan mahasiswa agar mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan lebih siap memasuki dunia usaha modern. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memasukkan variabel lain seperti motivasi, pengalaman berbisnis, serta dukungan lingkungan agar pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha semakin komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Dika Argiyan Syah, & Fiqih Maria Rabiatal Hariroh. (2025). Daya saing SDM kewirausahaan di era digital: Mengintegrasikan literasi digital, kreativitas, dan inovasi. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 5(2), 119-128.
- Edi Supriyanto, & Ismail, K. (2024). Pengaruh literasi digital dan penggunaan e-commerce terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Nurul Huda. *JECO: Journal of Economic Education and Eco-Technopreneurship*, 3(2), 69-74.
- Fedrick, J., et al. (2024). Menutup kesenjangan digital: Studi tentang meningkatkan kehidupan UMKM melalui literasi digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(5), 1788-1795.
- Fernando, S. E. H. (2022). Pengaruh literasi digital, media sosial, dan e-commerce terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(1), 99-106.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Julqaidah, Alfiana, & Pratama, M. I. (2024). Penerapan metode planning dalam perencanaan bisnis digital strategis. *Journal of Computer Sciences and Informatics*, 1(1), 30-37.
- Kayun, R. (2024). Literasi digital dan perdagangan elektronik terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dalam *JECO: Journal of Economic Education and Eco-Technopreneurship*, 3(2), 69-74.
- Khamimah, W. (2021). Peran kewirausahaan dalam memajukan perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 4(3), 228-240.
- Nur Afni Khairunisa, 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), 130-140.
- Priyanto, D. (2019). *Mandiri belajar analisis data dengan SPSS*. Mediakom.

- Rahman. (2024). Pengaruh literasi digital, pendidikan kewirausahaan, dan kompetensi diri terhadap minat berwirausaha berbasis digital. *Edunomic Journal*, 5(1), 126-138.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyanto, E., & Ismail, K. (2024). Pengaruh literasi digital dan penggunaan e-commerce terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Nurul Huda. *JECO: Journal of Economic Education and Eco-Technopreneurship*, 3(2), 69-74.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *Jurnal Riset Pendidikan*, 2(3), 43-56.
- Tambengi, W. M., & Mohehu, F. (2024). Minat berwirausaha mahasiswa angkatan 2022 Jurusan Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 1019-1025.
- Vania Anarizka, & Wijaya, J. (2024). Kemampuan literasi digital dalam pembelajaran bahasa Indonesia pada siswa SMA. *Jurnal Pendidikan dan Keguruan*, 3312-3318.
- Vhika Meiriasari, Emilda, & Mutiara Kemala Ratu. (2024). Pelatihan kewirausahaan bisnis kopi pada generasi milenial dan Gen Z di Kota Palembang. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 7, 854-863.
- Wibowo, Y. G. (2021). Analisa literasi digital UMKM makanan Islami dalam kemasan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 7(1), 127-134.
- Yustitia, P., et al. (2024). Kewirausahaan pada era digital. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 8(1), 55-63.