

Pengaruh Literasi Keuangan dan Jejak Digital di Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK

Anisa Ayu Wulandari¹, Putri Vina Sefaverdiana^{2*}, Miftah Rakhmadian³

^{1,2,3} Pendidikan Ekonomi, Universitas Insan Budi Utomo

E-mail Correspondence: putrivinasefaverdiana@uibu.ac.id

Abstract

In national economic development, entrepreneurship is believed to have a positive impact on economic growth in Indonesia. Building a business is not easy, and aspiring entrepreneurs inevitably face several risks. Therefore, students must strengthen their foundation of entrepreneurial skills. The objectives of this study are: 1.) to determine the effect of financial literacy on entrepreneurial interest in vocational high school students; 2.) to determine the effect of digital footprints on social media on entrepreneurship interest in vocational high school students; 3.) to determine the simultaneous influence of financial literacy and digital footprints on social media on entrepreneurial interest in vocational high school students. This study employed a quantitative research method with questionnaires distributed to vocational high school students. Data collection techniques Statistical tests used partial tests (t-tests) and simultaneous tests (f-tests). The results of the study show that financial literacy has a significant effect on the entrepreneurial interest of vocational school students, digital footprints on social media do not have a significant effect on the entrepreneurial interest of vocational school students, simultaneously showing that financial literacy and digital footprints on social media do not have a significant effect on the entrepreneurial interest of vocational school students.

Keywords: *Digital Footprint, Financial Literacy, Social Media, Interest in Entrepreneurship*

Abstrak

Kewirausahaan diyakini bisa memberikan efek positif bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Membangun usaha bukanlah hal yang mudah, ada beberapa resiko yang pastinya akan dihadapi oleh wirausaha pemula. Dengan demikian, siswa harus memperkuat pondasi keterampilan berwirausaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan jejak digital di media sosial baik secara parsial maupun secara simultan terhadap minat berwirausaha siswa SMK. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan kuesioner yang dibagikan ke siswa SMK. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Statistik menggunakan Uji Parsial (Uji-t) dan Uji Simultan

(Uji-f). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMK, jejak digital di media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMK, secara simultan menunjukkan bahwa literasi keuangan dan jejak digital di media sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMK.

Kata kunci: *Jejak Digital, Literasi Keuangan, Media Sosial, Minat Berwirausaha*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan diyakini bisa memberikan efek positif bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Hal tersebut dapat dipahami bahwa seorang wirausahawan bisa menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat, meningkatkan produk domestik bruto (PDB), pengentasan kemiskinan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang (Fajri, 2021). Di Indonesia, semangat berwirausaha dikalangan generasi muda terus menunjukkan tren peningkatan dari tahun ke tahun. Upaya untuk menumbuhkan minat berwirausaha dikalangan generasi muda, terutama di kalangan siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

Membangun usaha bukanlah hal yang mudah, banyak resiko yang pastinya akan dihadapi oleh wirausaha pemula (Darmawan & Fakhurrazi, 2023). Dengan demikian, siswa harus memperkuat pondasi keterampilan berwirausaha. Menjadi seorang wirausaha tentunya tidak hanya bermodalkan materi saja, namun membutuhkan banyak pengetahuan dan keahlian dalam mengelola keuangan. Hal ini selaras dengan penelitian Dewi (2024) yang menyatakan bahwa edukasi literasi keuangan telah memberikan dampak positif pada pemahaman siswa terhadap konsep keuangan yang dibutuhkan dalam kewirausahaan

Literasi keuangan merupakan modal penting yang harus dimiliki agar usaha berjalan optimal. Literasi keuangan adalah pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), keyakinan (*confidence*) yang mempengaruhi, sikap (*attitude*), dan perilaku keuangan (*behaviour*) seseorang untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Literasi keuangan pada konteks kewirausahaan merupakan langkah yang penting untuk memberi siswa pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan dalam mengelola keuangan pribadi dan bisnis di

masa depan. Menurut Karim dkk. (2023) literasi keuangan mempengaruhi cara seseorang dalam mengelola keuangannya.

Di tengah kemajuan era digital saat ini, dunia kewirausahaan mengalami transformasi yang signifikan. Aktivitas ekonomi yang dahulu dilakukan secara konvensional, kini mulai bergeser ke arah digital. Era digital telah membuka pintu bagi banyak bisnis, baik besar maupun kecil, untuk mencapai pasar yang lebih luas. Menurut Haris, dkk (2023) era digital adalah era di mana teknologi dan inovasi bergerak dengan kecepatan tanpa tanding. Perkembangan teknologi, seperti teknologi internet, perkembangan perangkat digital, sosial media, revolusi komputasi, E-commerce, telekomunikasi, revolusi industri, edukasi daring, keamanan & privasi, mobilitas & transpostasi, kesehatan digital, kreativitas & seni digital dan revolusi keuangan, telah meresapi hampir setiap aspek kehidupan.

Media sosial telah banyak digunakan untuk berinteraksi dengan konsumen, yang pada akhirnya memberikan umpan balik dalam merancang strategi dan memahami kompetitor yang lebih aktif, kreatif, dan inovatif, disertai dengan motivasi dan minat individu dalam memulai usaha dan membangun bisnis mereka sendiri (Romadloniah. dkk, 2024).

Di zaman dimana hampir setiap aspek kehidupan terkoneksi dengan internet, jejak digital telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari identitas seseorang. Saat ini, generasi muda sudah banyak yang memiliki akses ke perangkat digital seperti ponsel pintar, tablet, atau komputer, baik untuk tujuan hiburan maupun pembelajaran. Dengan semakin seringnya interaksi mereka dengan dunia digital, muncul tantangan baru, yaitu bagaimana memastikan agar mereka dapat memahami dan mengelola jejak digital dengan baik (Jaman. Dkk, 2025).

Mengelola jejak digital memerlukan literasi digital yang kuat. Literasi digital harus mencakup pemahaman tentang privasi, keamanan data, serta etika dalam berinteraksi di dunia maya, termasuk hak cipta, privasi dan jejak digital (UNESCO, 2021). Sayangnya, di Indonesia, pembelajaran mengenai literasi digital masih belum menjadi perhatian utama dalam kurikulum sekolah. Padahal dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di kalangan remaja, kebutuhan akan edukasi ini menjadi semakin mendesak (UNESCO, 2021). Sekolah dan institusi pendidikan perlu

mengajarkan literasi digital kepada siswa sejak dini, sehingga mereka dapat memahami konsekuensi dari setiap aktivitas online yang mereka lakukan.

Jejak digital mencakup semua aktivitas yang dilakukan seseorang di dunia maya, termasuk unggahan di media sosial, pencarian informasi, hingga komunikasi daring. Begitu pula setiap kali seseorang beraktivitas di dunia maya, mereka akan meninggalkan jejak (Widnyani, 2022). Dalam dunia bisnis, jejak digital bukan hanya mencerminkan kepribadian tetapi juga dapat menjadi penilaian awal calon konsumen, mitra bisnis atau bahkan investor. Jejak digital ini dapat menjadi aset berharga yang membangun reputasi positif, tetapi juga bisa menjadi ancaman jika tidak dikelola dengan bijak. Banyak individu dan organisasi yang tidak menyadari betapa besar pengaruh rekam jejak digital terhadap kehidupan pribadi, karier, serta hubungan sosial (Sulianta, 2025). Di era digital ini, reputasi pribadi bukan hanya ditentukan oleh tindakan di dunia nyata, tetapi juga oleh apa yang ditampilkan di dunia maya. Oleh karena itu, penting untuk menjaga konsistensi antara identitas offline dan online agar reputasi tetap positif.

Salah satu upaya yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha adalah literasi digital. Menurut Naude (2011), literasi digital merupakan kesadaran, sikap dan kemampuan individu untuk menggunakan digital secara tepat guna mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi menganalisis, membangun pengetahuan baru, membuat ekspresi media, dan berkomunikasi dengan orang lain. Semakin tinggi literasi digital mahasiswa semakin tinggi pula minat berwirausahanya (Jerni. Dkk, 2021). Jika paham mengenai literasi digital, maka akan membuat seseorang tanggap terhadap peluang-peluang usaha baru. Literasi digital juga melibatkan pemahaman akan etika dalam penggunaan internet, termasuk hak cipta, privasi, dan jejak digital.

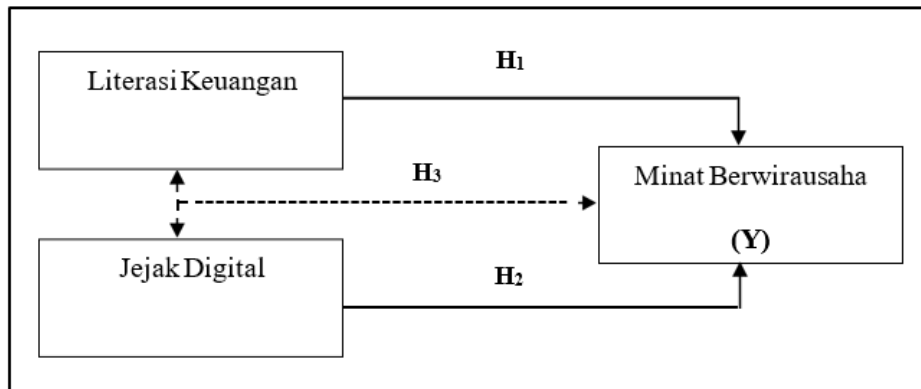
Jejak digital merupakan rekam data yang ditinggalkan individu saat menggunakan teknologi digital, termasuk aktivitas daring yang dilakukan secara sadar maupun tidak sadar (Sulianta, 2025). Istilah ini mencakup semua informasi yang tersimpan di internet terkait aktivitas pengguna, baik berupa unggahan media sosial, pencarian di mesin telusur, hingga riwayat transaksi daring. Oleh karena itu, agar dapat bersaing di dunia bisnis, seorang wirausaha harus menjaga jejak digital

agar tetap positif. Dengan membuat jejak digital tetap positif, wirausahawan bisa lebih percaya diri dalam memulai dan mengembangkan bisnis.

Dari latar belakang di atas menunjukkan bahwa literasi keuangan dan jejak digital di media sosial merupakan aktifitas yang sering dilakukan oleh siswa khususnya siswa pada jenjang SMA/SMK, dimana siswa jenjang ini sudah mulai memiliki kemampuan literasi keuangan dari pada jenjang di bawahnya, dan juga sering meninggalkan jejak digital di media sosial karena umumnya sudah memiliki alat komunikasi sendiri yaitu handphone. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti apakah kemampuan literasi keuangan yang dimiliki siswa SMK, dan jejak digital di media sosial dapat mempengaruhi minat berwirausaha siswa.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, dimana peneliti memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2015). Pendekatan asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI SMK NU Bululawang tahun ajaran 2024/2025, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampling sampel jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2015). Jumlah populasi berjumlah 35 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Statistik menggunakan Uji Parsial (Uji-t) dan Uji Simultan (Uji F) untuk menguji hipotesisnya. Berikut adalah kerangka berpikir yang dikembangkan oleh peneliti dalam penelitian ini.



Gambar 1. Kerangka Konseptual
Sumber: Data diolah peneliti, 2025

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi variabel independen (literasi keuangan dan jejak digital) dan variabel dependen (minat berwirausaha) memiliki sebaran distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan analisis Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan berdistribusi normal apabila hasil signifikansi pengujian lebih besar dari 0.05. berikut adalah hasil uji normalitas dengan *software* SPSS versi 22.0:

Tabel 1. Uji Normalitas

		LK	JD	MB
N		35	35	35
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	41.2857	41.2571	39.5143
	<i>Std.Deviation</i>	7.29856	6.58136	6.63046
<i>Most Extreme</i>	<i>Absolute</i>	.177	.167	.241
<i>Differences</i>	<i>Positive</i>	.116	.106	.128
	<i>Negative</i>	-.177	-.167	-.241
<i>Test Statistic</i>		.177	.167	.241
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.074 ^c	.062 ^c	.081 ^c

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas menunjukkan nilai *asympt.sig (2-tailed)* untuk variabel literasi keuangan sebesar 0,074, variabel jejak digital sebesar 0,062, dan minat berwirausaha sebesar 0,81. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan pengaruh antara variabel independen yaitu literasi keuangan dan jejak digital. Berikut hasil uji multikolinieritas:

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1(Constant)	3.377	3.586		.942	.353		
LK	-.035	.167	-.038	4.207	.005	.215	4.642
JD	.912	.185	.905	.925	.081	.215	4.642

a. Dependent Variable: MB

Dari tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa nilai *tolerance* kedua variabel (literasi keuangan dan jejak digital) adalah $0,215 > 0,10$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) $4.642 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas diantara sesama variabel bebas dalam model regresi yang dibentuk.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Uji Parsial (Uji-t)

Dalam penelitian ini, uji parsial (uji-t) digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen (literasi keuangan dan jejak digital) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat berwirausaha). Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima. Nilai t_{tabel} pada variabel ini sebesar 1.69236. Berikut hasil uji-t dengan menggunakan *software* SPSS 22.0:

Tabel 3. Uji-t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.377	3.586		.942	.353
LK	.035	.167	.038	4.207	.005
JD	.912	.185	.905	.925	.081

Dependent Variable: MB

Berdasarkan analisis uji-t diatas dapat dilihat bahwa:

- 1) Variabel literasi keuangan memiliki tingkat signifikansi 0,005 dan t_{hitung} sebesar 4,207. Tingkat signifikansi tersebut < 0.05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,69236 , sehingga dapat dikatakan bahwa secara parsial literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa.
- 2) Variabel jejak digital memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,081 dan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 0,925. Tingkat signifikansi tersebut > 0.05 dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial jejak digital media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji-F) dalam penelitian ini digunakan untuk melihat secara simultan pengaruh literasi keuangan dan jejak digital terhadap minat berwirausaha. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka hipotesis diterima. Nilai f_{tabel} pada penelitian ini sebesar 3,28. Berikut hasil Uji-F dengan menggunakan *software* SPSS 22.0:

Tabel 4. Uji-F

Model	ANOVA				
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1135.887	2	567.944	2.194	.071 ^b
Residual	359.085	33	10.881		
Total	1494.972	35			

a. Dependent Variable: MB

b. Predictors: (Constant), JD, LK

Berdasarkan hasil analisis Uji-F diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0.071 dan nilai f_{hitung} sebesar 2,194. Tingkat signifikansi tersebut $> 0,05$ dan nilai f_{hitung} 2,194 $< f_{tabel}$ 3,28. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan literasi keuangan dan jejak digital di media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Berwirausaha Siswa

Berdasarkan dari tabel koefisien uji-t, nilai t_{hitung} sebesar 4,207 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,692 maka dapat disimpulkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan tingkat signifikansi 0,005 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Romadloniah., dkk (2024) yang meneliti tentang Pengaruh Literasi Kewirausahaan, Literasi Keuangan, dan Media Sosial terhadap Motivasi Berwirausaha melalui Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Wiranegara. Dan penelitian yang dilakukan oleh Prabawati (2019) Pengaruh Efikasi Diri, Pendidikan Kewirausahaan, Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Perilaku Berwirausaha Siswa SMK Negeri 10 Surabaya.

Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya berguna dalam kehidupan pribadi, tetapi juga dapat meningkatkan keyakinan dalam mengambil resiko dan membuat keputusan dalam dunia usaha. Siswa dengan literasi keuangan tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik dalam merancang rencana bisnis, menyusun anggaran, serta mengelola arus kas yang mendukung niat mereka untuk menjadi wirausaha. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Paramita & Paramita (2024) yang menekankan bahwa pemahaman terhadap pengetahuan keuang perlu terus ditingkatkan agar individu mampu bersikap bijak dalam mengelola keuangan. Siswa yang memahami konsep literasi keuangan dengan baik akan lebih percaya diri dan siap mengambil keputusan penting dalam bisnis, sehingga minat berwirausaha pun meningkat

2. Pengaruh Jejak Digital di Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Siswa

Berdasarkan dari tabel koefisien uji-t, nilai t_{hitung} sebesar 0,925 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,692 maka dapat disimpulkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, dan tingkat signifikansi 0,081 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jejak digital di media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial digunakan sehari-hari, dampaknya terhadap minat berwirausaha belum sepenuhnya terlihat. Banyak siswa belum memahami atau menyadari pentingnya jejak digital dan bagaimana hal itu dapat memengaruhi reputasi mereka di masa depan, termasuk dalam dunia bisnis. Jika mereka belum paham kaitannya, maka wajar bila jejak digital tidak berpengaruh pada minat berwirausaha. Siswa mungkin belum menyadari bahwa postingan negatif di media sosial bisa memengaruhi kepercayaan pelanggan jika suatu saat mereka menjadi pengusaha.

Minat untuk berwirausaha lebih sering dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti lingkungan keluarga (orang tua wirausahawan), pendidikan kewirausahaan di sekolah, dorongan ekonomi atau keinginan mandiri secara finansial, role model atau tokoh inspiratif. Faktor – faktor ini lebih dominan daripada pertimbangan soal jejak digital, sehingga jejak digital terasa "tidak relevan" dalam pembentukan minat awal berwirausaha.

Siswa belum melihat keterkaitan langsung antara jejak digital dan dunia wirausaha. Mereka cenderung menganggap bahwa selama mereka bisa menjalankan bisnis, maka aspek digital pribadi (seperti akun media sosial pribadi) tidak terlalu berdampak langsung terhadap bisnis mereka. Siswa lebih melihat jejak digital sebagai infrastruktur (faktor pendukung) bukan faktor penggerak minat berwirausaha.

Jejak digital hanyalah rekam jejak perilaku di dunia maya, dan bisa jadi tidak cukup signifikan dalam membentuk keinginan atau motivasi seseorang untuk memulai usaha. Banyak orang menggunakan media sosial hanya untuk bersosialisasi, hiburan, atau konsumsi informasi pasif. Maka dari itu, jejak digital seseorang (misalnya postingan, *like*, *share*) tidak selalu mencerminkan ketertarikan mereka terhadap bisnis atau kewirausahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati (2021) yang menjelaskan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Namun jejak digital tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

3. Pengaruh Literasi Keuangan dan Jejak Digital di Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Siswa

Berdasarkan Uji-F, nilai f_{hitung} sebesar 2,194 sedangkan nilai f_{tabel} sebesar 3,28. Maka dapat diketahui nilai f_{hitung} 2,194 < f_{tabel} 3,28 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.071. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan literasi keuangan dan jejak digital di media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa di SMK NU Bululawang.

Minat untuk berwirausaha cenderung lebih dipengaruhi oleh motivasi pribadi (*need for achievement*), dukungan sosial atau lingkungan, kepercayaan diri (*self-efficacy*), pengalaman langsung atau role model. Sehingga, meskipun seseorang memiliki literasi keuangan yang baik dan jejak digital yang bersih atau aktif, belum tentu cukup memicu keinginan mereka untuk menjadi wirausahawan jika faktor internal tidak mendukung. Kedua variabel ini tidak saling menguatkan dalam konteks membentuk minat berwirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Kartika (2022), yang menjelaskan bahwa literasi keuangan dan jejak digital tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

KESIMPULAN

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMK, sedangkan jejak digital di media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMK. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa literasi keuangan dan jejak digital di media sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMK.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua variabel yang diteliti yaitu literasi keuangan, dan jejak digital di media sosial dampaknya kurang signifikan terhadap minat berwirausaha, walaupun salah satunya berpengaruh jika diuji secara

simultan. Penelitian berikutnya dapat mengganti variabel yang tidak berpengaruh signifikan dengan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha.

DAFTAR RUJUKAN

- Ayu Sakdiyyah & Risla H (2021). Peran Literasi Ekonomi Digital terhadap Motivasi Siswa dalam Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (Jebp)*, 3 (1), 219-231.
- Fatimatus Sahroh, A. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3). <https://doi.org/10.26740/jupe.v6n3.p%p>
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hisanan, H., Mahmuddin, M., & Wati, F. W. (2024). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar . *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 721–728. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i2.1390>
- Karim, M. F., Hafid, R., Ardiansyah, A., Mahmud, M., & Bahsoan, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Angkatan 2019 Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(4), 1347. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i4.1406>
- Paramita, B. L., & Paramita, V. S. (2024). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Financial Planning on Consumptive Behavior In Millennials and Generation Z. *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(2), 373–382. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i2.1074>
- Prabawati, S. (2019). Pengaruh Efikasi Diri, Pendidikan Kewirausahaan, Literasi Keuangan, Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Siswa Smk Negeri 10 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 7(1)
- Romadloniah, M., dkk (2024). Pengaruh Literasi Kewirausahaan, Literasi Keuangan, dan Media Sosial terhadap Motivasi Berwirausaha melalui Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI

Wiranegara. E-Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Akuntansi STIE Semarang (SENMAS) : [Entrepreneurship and Creative Economy In The Digital Era](#) (hlm. 91-106)

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta

Widnyani, N. M. (2022). Digital Footprint : Dasar-Dasar Komunikasi Dengan(Vol. 3, Issue 2).