

## Analysis Of Factors That Encourage Entrepreneurial Interest Of Students Of The Faculty Of Economics, Universitas Nahdlatul Ulama, North Sumatra On Digital Transformation

### Analisis Faktor-Faktor Yang Mendorong Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara Pada Transformasi Digital

Ahmad Syukur Nasution <sup>1)</sup>; Fatimah Pohan <sup>2)</sup>; Ramadani <sup>3)</sup>  
<sup>1,2,3)</sup> Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara  
 Email: <sup>1)</sup>[ahmadsyukurnasution85@gmail.com](mailto:ahmadsyukurnasution85@gmail.com)

#### ARTICLE HISTORY

Received [15 Maret 2026]  
 Revised [25 April 2026]  
 Accepted [29 April 2026]

#### KEYWORDS

Entrepreneurial Interest, Digital Transformation, Self-Efficacy.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Transformasi digital telah mengubah lanskap ekonomi dan membuka peluang besar bagi kewirausahaan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berprestasi, efikasi diri, lingkungan keluarga, dan literasi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara (UNUSU) di era digital. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan subjek mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi UNUSU. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis untuk melihat pengaruh variabel-variabel tersebut baik secara parsial maupun simultan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu manajemen kewirausahaan serta manfaat praktis bagi universitas dalam merancang program pembinaan kewirausahaan yang adaptif terhadap teknologi digital. Batasan penelitian ini difokuskan pada pengukuran minat berwirausaha dan tidak menganalisis kinerja usaha secara nyata.

#### ABSTRACT

Digital transformation has changed the economic landscape and opened up huge opportunities for student entrepreneurship. This study aims to analyze the influence of entrepreneurial knowledge, achievement motivation, self-efficacy, family environment, and digital literacy on the entrepreneurial interest of students of the Faculty of Economics, Nahdlatul Ulama University of North Sumatra (UNUSU) in the digital era. This research is a quantitative research with active student subjects of the Faculty of Economics UNUSU. Primary data was collected through the distribution of questionnaires and analyzed to see the influence of these variables both partially and simultaneously on entrepreneurial interest. The results of this research are expected to make a theoretical contribution to the development of entrepreneurial management science as well as practical benefits for universities in designing entrepreneurship coaching programs that are adaptive to digital technology. The limitations of this study are focused on measuring entrepreneurial interest and do not analyze real business performance.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada era transformasi digital saat ini telah membawa perubahan fundamental dalam cara manusia hidup, bekerja, dan berbisnis. Digitalisasi membuka peluang baru bagi masyarakat, khususnya generasi muda, untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam berbagai bidang, termasuk kewirausahaan. Teknologi informasi dan komunikasi tidak lagi sekadar alat bantu, tetapi telah menjadi fondasi utama dalam menjalankan aktivitas ekonomi modern. Melalui internet, media sosial, dan berbagai aplikasi digital, proses bisnis menjadi lebih efisien, murah, dan menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis (Sreenivasan & Suresh, 2023).

Indonesia sebagai negara dengan penduduk terbesar keempat di dunia sedang berada pada fase bonus demografi, di mana jumlah penduduk usia produktif sangat dominan. Kondisi ini menyimpan potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui sektor kewirausahaan. Transformasi digital memberikan peluang besar bagi mahasiswa untuk memulai usaha dengan modal yang relatif rendah dan risiko yang lebih terukur. Berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, Facebook, Shopee, Tokopedia, dan marketplace lainnya telah membuka ruang bagi siapa saja untuk memulai bisnis secara mudah dan cepat. Selain itu, hadirnya beragam aplikasi manajemen bisnis seperti POS digital, aplikasi akuntansi, serta platform digital marketing memberikan kemudahan dalam mengelola operasional usaha. Generasi muda yang melek teknologi (digital natives) secara teoritis memiliki keuntungan kompetitif untuk berkembang dalam ekosistem digital entrepreneurship ini (Liang et al., 2025).

Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara (UNUSU), khususnya Fakultas Ekonomi, memiliki peran penting dalam mempersiapkan mahasiswa menjadi entrepreneur muda yang adaptif, kreatif, dan kompetitif. Dengan jumlah mahasiswa aktif mencapai sekitar 190 orang, Fakultas Ekonomi memiliki potensi besar dalam menghasilkan lulusan yang mampu menciptakan peluang kerja, bukan hanya mencari pekerjaan. Namun demikian, minat berwirausaha di kalangan mahasiswa tidak bersifat merata. Sebagian mahasiswa memiliki motivasi dan kesiapan tinggi, sementara sebagian lainnya masih ragu untuk memulai usaha meskipun peluang digital sangat terbuka.

Beberapa faktor diduga mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, di antaranya pengetahuan kewirausahaan, motivasi berprestasi, efikasi diri, lingkungan keluarga, dan literasi digital. Pertama, pengetahuan kewirausahaan baik yang diperoleh melalui mata kuliah, seminar, workshop, maupun pengalaman lapangan—memberikan wawasan mengenai bagaimana memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan kewirausahaan yang baik cenderung lebih percaya diri dalam mengambil langkah awal memulai usaha (Sari et al., 2025).

Kedua, motivasi berprestasi merupakan faktor psikologis yang mendorong individu untuk mencapai keberhasilan dan prestasi. Mahasiswa dengan motivasi tinggi biasanya memiliki orientasi masa depan yang kuat, termasuk kesiapan menghadapi risiko dalam berwirausaha.

Ketiga, efikasi diri (self-efficacy) berperan penting dalam menentukan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan mereka menghadapi tantangan. Individu dengan efikasi diri tinggi cenderung lebih berani mengambil keputusan, mampu mengatasi hambatan, dan yakin dapat menyelesaikan tugas yang berkaitan dengan aktivitas bisnis (Mulyanto & Budi, 2024).

Keempat, lingkungan keluarga dapat memberikan pengaruh yang signifikan. Mahasiswa yang berasal dari keluarga wirausaha atau memiliki dukungan kuat dari orang tua biasanya lebih terdorong untuk mengikuti jejak keluarga dalam dunia usaha. Nilai-nilai kerja keras, kemandirian, dan keberanian mengambil risiko sering kali diturunkan melalui proses sosialisasi keluarga.

Kelima, literasi digital merupakan faktor yang sangat relevan di era digital saat ini. Kemampuan memahami, mengoperasikan, dan memanfaatkan teknologi digital akan menentukan keberhasilan mahasiswa dalam menjalankan usaha berbasis teknologi. Tanpa literasi digital yang memadai, mahasiswa mungkin kesulitan mengikuti perkembangan pasar, memasarkan produk, atau mengelola operasional bisnis secara digital (Sari et al., 2025).

Melihat berbagai fenomena tersebut, penting untuk melakukan kajian mendalam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara di era transformasi digital. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai variabel-variabel yang berperan dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa, sehingga dapat menjadi dasar bagi universitas dalam merancang program pembinaan dan pengembangan kewirausahaan yang lebih efektif.

## LANDASAN TEORI

### Minat Berwirausaha

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, atau keinginan, menurut Slameto (2015), minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar minat (Situmeang et al., 2024).

Wirausaha atau entrepreneurship berasal dari bahasa Prancis "entreprendre" yang berarti petualang, pencipta, dan pengelola usaha. Menurut Kasmir (2017), wirausaha adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan melihat dan menilai kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat, mengambil keuntungan, serta memiliki sifat, watak, dan kemauan untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif (Rahmatan et al., n.d.).

Berdasarkan pengertian di atas, minat berwirausaha dapat didefinisikan sebagai keinginan, ketertarikan, serta kesediaan seseorang untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan.

Minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko, dan mengembangkan usaha yang diciptakannya (Zunaedy & Aisyah, n.d.).

**Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan**

Pengetahuan adalah informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pengetahuan termasuk, tetapi tidak dibatasi pada deskripsi, hipotesis, konsep, teori, prinsip, dan prosedur yang secara probabilitas berguna atau benar (Geuthèe et al., 2021).

Pengetahuan kewirausahaan adalah pengetahuan yang berkaitan dengan nilai-nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam berkreasi dan berinovasi. Pengetahuan kewirausahaan mencakup pemahaman tentang cara memulai usaha, cara mengelola usaha, cara memasarkan produk, cara mengelola keuangan, dan cara mengembangkan usaha (Suarjana & Wahyuni, 2017).

Menurut (Isma et al., n.d.), pengetahuan kewirausahaan adalah pengetahuan yang mencakup pemahaman tentang nilai-nilai kewirausahaan, sikap kewirausahaan, kemampuan kewirausahaan, dan perilaku kewirausahaan. Pengetahuan ini dapat diperoleh melalui pendidikan formal (mata kuliah kewirausahaan), pendidikan non-formal (pelatihan, seminar, workshop), maupun dari pengalaman orang lain.

**Pengertian Motivasi Berprestasi**

Motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan perilaku seseorang. Dorongan ini berada pada diri seseorang yang menggerakkan untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan dorongan dalam dirinya (Rabukit Damanik & Daya Binjai, n.d.).

Motivasi (Sugianti et al., 2020) berprestasi (*need for achievement*) adalah dorongan dalam diri seseorang untuk mengatasi segala tantangan dan hambatan dalam upaya mencapai tujuan. Orang yang memiliki motivasi berprestasi tinggi cenderung untuk berjuang lebih keras untuk mencapai kesuksesan atau memilih situasi untuk meraih tanggung jawab atas pemecahan masalah.

Menurut (Rahim et al., 2021), motivasi berprestasi adalah motif yang mendorong individu untuk mencapai kesuksesan dan bertujuan untuk berhasil dalam kompetisi dengan suatu ukuran keunggulan (*standard of excellence*). Ukuran keunggulan ini dapat berupa prestasi orang lain atau prestasi sendiri yang pernah diraih sebelumnya.

**Pengertian Efikasi Diri**

Efikasi diri (*self-efficacy*) adalah keyakinan individu mengenai kemampuan dirinya dalam melakukan tugas atau tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil tertentu. Efikasi diri merupakan salah satu aspek pengetahuan tentang diri atau *self-knowledge* yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia sehari-hari (Azzah Kurnia Dewi et al., n.d.). Menurut (Dewi & Mugiarto, 2020) efikasi diri adalah persepsi diri sendiri mengenai seberapa bagus diri dapat berfungsi dalam situasi tertentu. Efikasi diri berhubungan dengan keyakinan bahwa diri memiliki kemampuan melakukan tindakan yang diharapkan.

Dalam konteks kewirausahaan, efikasi diri mengacu pada keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk berhasil dalam melakukan tugas-tugas kewirausahaan. Mahasiswa dengan efikasi diri tinggi akan lebih percaya diri dalam memulai dan mengelola usaha, berani mengambil risiko, dan tidak mudah menyerah ketika menghadapi hambatan.

**Pengertian Lingkungan Keluarga**

Lingkungan keluarga adalah lingkungan pendidikan yang pertama dan utama bagi anak, karena dalam keluarga inilah anak pertama kali mendapatkan pendidikan dan bimbingan. Keluarga merupakan lembaga pendidikan tertua, bersifat informal, yang pertama dan utama dialami oleh anak serta lembaga pendidikan yang bersifat kodrati. Menurut (Andriyani, n.d.) faktor keluarga yang mempengaruhi minat seseorang meliputi cara orang tua mendidik, relasi antar anggota keluarga, suasana rumah, keadaan ekonomi keluarga, pengertian orang tua, dan latar belakang kebudayaan (Gultom, 2023). Dalam konteks kewirausahaan, lingkungan keluarga berperan penting dalam membentuk minat berwirausaha. Keluarga yang memiliki latar belakang wirausaha, memberikan dukungan moral dan material, serta menciptakan suasana yang kondusif akan mendorong anggota keluarganya untuk tertarik berwirausaha.

**Pengertian Literasi Digital**

Literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat, dan mengkomunikasikan informasi dengan kecakapan kognitif maupun teknis (Gunawan et al., 2022). Menurut (Iriyani & Puji Lestari, n.d.) literasi digital adalah kemampuan untuk mengakses, mengelola, memahami, mengintegrasikan, mengkomunikasikan, mengevaluasi, dan menciptakan informasi secara aman dan tepat melalui teknologi digital untuk ketenagakerjaan, pekerjaan yang layak, dan kewirausahaan.

Dalam era transformasi digital, literasi digital menjadi kompetensi penting bagi wirausahawan. Kemampuan menggunakan media sosial untuk pemasaran, melakukan transaksi online, menggunakan

aplikasi manajemen bisnis, dan memanfaatkan big data untuk analisis pasar merupakan bagian dari literasi digital yang harus dikuasai oleh wirausahawan modern.

### Pengertian Transformasi Digital

Transformasi digital adalah perubahan menyeluruh dalam cara organisasi menggunakan teknologi, orang, dan proses untuk secara fundamental mengubah kinerja bisnis. Transformasi digital bukan hanya tentang mengadopsi teknologi baru, tetapi juga tentang mengubah model bisnis, budaya organisasi, dan cara berinteraksi dengan pelanggan (Manis Fadlila, n.d.). Menurut (Dwi Oktareza, n.d.) transformasi digital merupakan bagian dari Revolusi Industri 4.0 yang ditandai dengan penggabungan teknologi yang mengaburkan batas antara fisik, digital, dan biologis. Teknologi-teknologi seperti artificial intelligence, Internet of Things, big data, cloud computing, dan blockchain mengubah cara manusia hidup dan berbisnis.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik variabel-variabel penelitian, sedangkan pendekatan asosiatif digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara, Medan. Sedangkan penelitian ini dilaksanakan mulai bulan oktober 2025 sampai dengan Desember 2025.

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara yang berjumlah 199 orang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (error tolerance)

Dengan jumlah populasi (N) = 199 orang dan batas toleransi kesalahan (e) = 5% atau 0,05, maka:

$$n = \frac{199}{1 + 199(0,05)^2}$$

$$n = \frac{199}{1 + 199(0,0025)}$$

$$n = \frac{199}{1 + 0,4975}$$

$$n = \frac{199}{1,4975}$$

$$n = 132,88$$

Dibulatkan menjadi 133 responden. Untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak kembali atau tidak diisi dengan lengkap, maka peneliti menambahkan 10% dari jumlah sampel minimum:

$133 + (10\% \times 133) = 133 + 13,3 = 146,3 = 147$  Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 147 responden.

## Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Proportionate Stratified Random Sampling, yaitu pengambilan sampel dari populasi yang mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

## Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (Angket)  
Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan 5 alternatif jawaban.
2. Studi Dokumentasi  
Pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian seperti profil universitas, data mahasiswa, dan dokumen lain yang relevan.
3. Studi Pustaka  
Pengumpulan data teoritis dengan mempelajari buku-buku, jurnal, artikel, dan literatur lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 147 mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNUSU. Berikut ini disajikan deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, semester, dan usia.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	52	35,4%
Perempuan	95	64,6%
Total	147	100%

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa berjenis kelamin perempuan sebanyak 95 orang (64,6%), sedangkan mahasiswa laki-laki sebanyak 52 orang (35,4%). Hal ini mencerminkan komposisi mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomi UNUSU yang memang lebih banyak didominasi oleh mahasiswa perempuan.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Tabel 2. Data Populasi dan Distribusi Sampel Berdasarkan Semester

Semester	Populasi (Orang)	Proporsi	Sampel (Orang)	Persentase (%)
Semester 1	49	$49/199 \times 147$	36	24,5%
Semester 3	50	$50/199 \times 147$	37	25,2%
Semester 5	50	$50/199 \times 147$	37	25,2%
Semester 7	50	$50/199 \times 147$	37	25,2%
Total	199	-	147	100%

Berdasarkan tabel 4 di atas, distribusi responden berdasarkan semester relatif merata dan proporsional sesuai dengan jumlah populasi masing-masing angkatan. Mahasiswa Program Studi Manajemen semester 1 berjumlah 49 orang dalam populasi dengan sampel 36 responden (24,5%). Semester 3, 5, dan 7 masing-masing berjumlah 50 orang dalam populasi dengan sampel 37 responden (25,2%). Distribusi proporsional ini memastikan keterwakilan setiap angkatan dalam data penelitian.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
17 – 19 tahun	41	27,9%
20 – 22 tahun	86	58,5%
23 – 25 tahun	20	13,6%
Total	147	100%

Berdasarkan tabel 5 di atas, mayoritas responden berada pada rentang usia 20–22 tahun sebanyak 86 orang (58,5%), diikuti usia 17–19 tahun sebanyak 41 orang (27,9%), dan usia 23–25 tahun sebanyak 20 orang (13,6%). Rentang usia tersebut merupakan usia produktif yang sangat potensial untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan, terutama dalam memanfaatkan peluang transformasi digital.

### Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai data penelitian yang meliputi nilai rata-rata (mean) dari setiap variabel penelitian. Penilaian dilakukan berdasarkan skala interval dengan kategori sebagai berikut:

Tabel 4. Kategori Penilaian Variabel

Interval Nilai	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Sedang
3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

### Deskripsi Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

Tabel 5 Deskripsi Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Saya memahami langkah-langkah untuk memulai usaha	3,87	Tinggi
2	Saya memiliki pengetahuan tentang cara mengelola usaha	3,75	Tinggi
3	Saya memahami strategi pemasaran yang efektif	3,82	Tinggi
4	Saya memiliki pengetahuan pengelolaan keuangan usaha	3,61	Tinggi
5	Saya memahami risiko dalam berwirausaha	3,94	Tinggi
6	Saya mengetahui cara mengembangkan usaha	3,70	Tinggi
7	Saya memahami pentingnya inovasi dalam usaha	4,01	Tinggi
	Rata-rata Variabel X1	3,81	Tinggi

Berdasarkan tabel 7, rata-rata variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) adalah sebesar 3,81 yang berada pada kategori "Tinggi". Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNUSU sudah memiliki pengetahuan kewirausahaan yang memadai, baik terkait cara memulai usaha, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, maupun pemahaman tentang inovasi. Nilai tertinggi terdapat pada item pemahaman tentang pentingnya inovasi dalam usaha (mean = 4,01), yang mengindikasikan bahwa mahasiswa sangat menyadari pentingnya inovasi sebagai kunci keberhasilan wirausaha di era digital.

## Deskripsi Variabel Motivasi Berprestasi (X2)

Tabel6. Deskripsi Variabel Motivasi Berprestasi (X2)

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Saya bertanggung jawab penuh terhadap keputusan saya	4,12	Tinggi
2	Saya selalu menetapkan target yang menantang	3,89	Tinggi
3	Saya berusaha mencari cara baru dan kreatif	3,95	Tinggi
4	Saya memiliki semangat tinggi untuk mencapai cita-cita	4,25	Sangat Tinggi
5	Saya berorientasi pada pencapaian kesuksesan	4,18	Tinggi
6	Saya tidak mudah menyerah saat menghadapi kegagalan	4,07	Tinggi
7	Saya selalu berusaha memberikan hasil terbaik	4,21	Sangat Tinggi
	Rata-rata Variabel X2	4,10	Tinggi

Berdasarkan tabel 8, rata-rata variabel motivasi berprestasi (X2) adalah sebesar 4,10 yang berada pada kategori "Tinggi". Hasil ini mencerminkan bahwa mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNUSU memiliki dorongan berprestasi yang kuat, ditandai dengan semangat tinggi untuk mencapai cita-cita (mean = 4,25) dan komitmen memberikan hasil terbaik (mean = 4,21). Motivasi berprestasi yang tinggi ini merupakan modal psikologis penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

## Deskripsi Variabel Efikasi Diri (X3)

Tabel 7 Deskripsi Variabel Efikasi Diri (X3)

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Saya yakin memiliki kemampuan untuk berwirausaha	3,78	Tinggi
2	Saya percaya dapat menyelesaikan tugas kewirausahaan	3,72	Tinggi
3	Saya yakin dapat menghadapi hambatan berwirausaha	3,65	Tinggi
4	Saya percaya dapat mencapai target usaha saya	3,81	Tinggi
5	Saya berani mengambil risiko dalam berwirausaha	3,55	Tinggi
6	Saya yakin dapat bersaing dengan wirausahawan lain	3,60	Tinggi
7	Saya percaya diri dalam mengambil keputusan bisnis	3,69	Tinggi
	Rata-rata Variabel X3	3,69	Tinggi

Berdasarkan tabel 9, rata-rata variabel efikasi diri (X3) adalah sebesar 3,69 yang berada pada kategori "Tinggi". Walaupun masih dalam kategori tinggi, nilai rata-rata efikasi diri sedikit lebih rendah dibandingkan variabel motivasi berprestasi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki motivasi berprestasi yang kuat, kepercayaan diri terhadap kemampuan berwirausaha mereka masih perlu ditingkatkan, terutama pada aspek keberanian mengambil risiko dan kemampuan bersaing (mean terendah 3,55 dan 3,60).

**Deskripsi Variabel Lingkungan Keluarga (X4)****Tabel 8. Deskripsi Variabel Lingkungan Keluarga (X4)**

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Orang tua/anggota keluarga saya memiliki usaha sendiri	3,42	Tinggi
2	Keluarga saya mendukung saya untuk berwirausaha	3,98	Tinggi
3	Keluarga bersedia memberikan bantuan modal usaha	3,31	Sedang
4	Keluarga sering memberi pengetahuan kewirausahaan	3,48	Tinggi
5	Hubungan antar anggota keluarga saya sangat harmonis	4,15	Tinggi
6	Keluarga memberikan kebebasan memilih karir wirausaha	3,87	Tinggi
7	Orang tua menjadi inspirasi saya dalam berwirausaha	3,64	Tinggi
	Rata-rata Variabel X4	3,69	Tinggi

Berdasarkan tabel 10, rata-rata variabel lingkungan keluarga (X4) adalah sebesar 3,69 yang berada pada kategori "Tinggi". Dukungan moral keluarga terhadap wirausaha dan keharmonisan hubungan keluarga mendapat penilaian tertinggi (masing-masing 3,98 dan 4,15). Namun, aspek dukungan material (bantuan modal) mendapat nilai terendah (3,31) dan masuk kategori "Sedang", mengindikasikan bahwa kendala finansial keluarga masih menjadi hambatan dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa.

**Deskripsi Variabel Literasi Digital (X5)****Tabel 9. Deskripsi Variabel Literasi Digital (X5)**

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
29	Saya mampu menggunakan media sosial untuk pemasaran	4,31	Sangat Tinggi
30	Saya mampu menggunakan platform e-commerce untuk berjualan	4,18	Tinggi
31	Saya mampu melakukan transaksi pembayaran digital	4,42	Sangat Tinggi
32	Saya mampu menggunakan aplikasi manajemen bisnis	3,74	Tinggi
33	Saya mampu menganalisis data penjualan online	3,55	Tinggi
34	Saya mengikuti perkembangan teknologi digital terkini	4,07	Tinggi
35	Saya mampu membuat konten digital yang menarik	4,02	Tinggi
	Rata-rata Variabel X5	4,04	Tinggi

Berdasarkan tabel 11, rata-rata variabel literasi digital (X5) adalah sebesar 4,04 yang berada pada kategori "Tinggi". Kemampuan bertransaksi digital mendapat nilai tertinggi (4,42), diikuti kemampuan memanfaatkan media sosial untuk pemasaran (4,31). Hal ini sangat sesuai dengan karakteristik mahasiswa sebagai generasi digital (digital natives) yang akrab dengan berbagai platform digital. Namun, kemampuan menganalisis data penjualan online masih perlu ditingkatkan karena memperoleh nilai terendah (3,55).

## Deskripsi Variabel Minat Berwirausaha (Y)

**Tabel 10 Deskripsi Variabel Minat Berwirausaha (Y)**

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Saya siap untuk memulai usaha sendiri di masa depan	3,89	Tinggi
2	Saya tertarik menjadi wirausaha daripada karyawan	3,74	Tinggi
3	Saya yakin dapat sukses sebagai wirausaha	3,81	Tinggi
4	Saya aktif mencari informasi tentang peluang usaha	3,95	Tinggi
5	Saya tertarik memanfaatkan teknologi digital untuk bisnis	4,23	Sangat Tinggi
6	Saya berencana memulai bisnis online dalam waktu dekat	3,68	Tinggi
7	Saya tertarik mengikuti pelatihan kewirausahaan digital	4,11	Tinggi
	Rata-rata Variabel Y	3,92	Tinggi

Berdasarkan tabel 12, rata-rata variabel minat berwirausaha (Y) adalah sebesar 3,92 yang berada pada kategori "Tinggi". Ketertarikan memanfaatkan teknologi digital untuk berbisnis mendapat nilai tertinggi (4,23), mencerminkan bahwa mahasiswa sangat antusias memanfaatkan peluang digital sebagai media berwirausaha. Adapun minat untuk segera memulai bisnis online dalam waktu dekat masih tergolong moderat (3,68), menunjukkan masih adanya keraguan atau persiapan yang belum matang.

## Rekapitulasi Hasil Deskriptif Variabel Penelitian

**Tabel 11. Rekapitulasi Rata-rata Variabel Penelitian**

Variabel	Rata-rata	Kategori
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	3,81	Tinggi
Motivasi Berprestasi (X2)	4,10	Tinggi
Efikasi Diri (X3)	3,69	Tinggi
Lingkungan Keluarga (X4)	3,69	Tinggi
Literasi Digital (X5)	4,04	Tinggi
Minat Berwirausaha (Y)	3,92	Tinggi

Berdasarkan tabel 13, seluruh variabel penelitian berada pada kategori "Tinggi". Motivasi berprestasi (X2) memiliki rata-rata tertinggi (4,10), diikuti literasi digital (X5) dengan rata-rata 4,04. Sementara itu, efikasi diri (X3) dan lingkungan keluarga (X4) memiliki rata-rata paling rendah (3,69), namun masih berada pada kategori tinggi. Secara keseluruhan, kondisi ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNUSU memiliki potensi yang baik untuk mengembangkan minat berwirausaha, khususnya dalam konteks transformasi digital.

## Pembahasan

### Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) berada pada kategori tinggi dengan rata-rata 3,81. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNUSU telah memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai konsep dan praktik kewirausahaan. Pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh melalui mata kuliah kewirausahaan, seminar, dan exposure terhadap dunia bisnis terbukti memberikan kontribusi positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Sari et al. (2025) yang menyimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Mahasiswa yang memahami cara memulai usaha, mengelola keuangan, dan mengembangkan strategi pemasaran akan merasa lebih siap dan percaya diri untuk memulai wirausaha. Dalam konteks transformasi digital, pengetahuan kewirausahaan yang diintegrasikan dengan pemahaman bisnis digital menjadi semakin relevan dan dibutuhkan oleh mahasiswa.

### **Pengaruh Motivasi Berprestasi terhadap Minat Berwirausaha**

Motivasi berprestasi (X2) merupakan variabel dengan rata-rata tertinggi dalam penelitian ini (4,10), menunjukkan bahwa mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNUSU memiliki dorongan berprestasi yang kuat. Motivasi berprestasi yang tinggi mendorong mahasiswa untuk tidak puas dengan kondisi yang ada dan selalu berusaha mencapai hasil yang lebih baik, termasuk melalui jalur kewirausahaan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Ritonga et al. (2022) yang menemukan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Mahasiswa dengan motivasi berprestasi tinggi cenderung memandang kewirausahaan sebagai sarana untuk mewujudkan ambisi dan potensi diri secara optimal. Dalam era transformasi digital, motivasi berprestasi mendorong mahasiswa untuk aktif memanfaatkan teknologi sebagai peluang mengembangkan usaha inovatif.

### **Pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha**

Hasil analisis menunjukkan rata-rata efikasi diri (X3) sebesar 3,69 dalam kategori tinggi, meskipun merupakan nilai rata-rata terendah di antara semua variabel independen. Aspek keberanian mengambil risiko mendapat nilai terendah (3,55), mengindikasikan bahwa masih ada sebagian mahasiswa yang merasa belum cukup yakin dengan kemampuannya menghadapi risiko kewirausahaan.

Efikasi diri merupakan prediktor penting minat berwirausaha karena keyakinan seseorang terhadap kemampuannya sendiri akan menentukan seberapa besar usaha yang dilakukan dan seberapa lama individu bertahan menghadapi hambatan. Temuan ini konsisten dengan penelitian Ritonga et al. (2022) yang membuktikan bahwa efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu, pengembangan program yang dapat meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa, seperti praktik wirausaha nyata dan mentoring, sangat diperlukan.

### **Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha**

Variabel lingkungan keluarga (X4) memperoleh rata-rata sebesar 3,69 dalam kategori tinggi. Aspek dukungan moral keluarga dan keharmonisan hubungan keluarga mendapat penilaian tertinggi, sementara aspek dukungan finansial (bantuan modal) masih dalam kategori sedang. Temuan ini menggambarkan situasi yang umum di kalangan mahasiswa di Indonesia, di mana dukungan emosional orang tua relatif tinggi, namun dukungan finansial masih menjadi keterbatasan.

Dalam konteks kewirausahaan digital, keterbatasan modal finansial keluarga menjadi kurang relevan karena bisnis digital umumnya dapat dimulai dengan modal yang sangat minimal. Hal ini justru menjadi peluang bagi mahasiswa untuk memulai wirausaha digital dengan memanfaatkan berbagai platform gratis yang tersedia. Meskipun penelitian Ritonga et al. (2022) menemukan bahwa lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, penelitian lain seperti Supriandi (2022) menunjukkan bahwa dukungan keluarga tetap menjadi faktor penting dalam membentuk minat wirausaha mahasiswa.

### **Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha**

Literasi digital (X5) memperoleh rata-rata sebesar 4,04 dalam kategori tinggi, menjadikannya variabel dengan nilai tertinggi kedua setelah motivasi berprestasi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNUSU terbukti memiliki kemampuan digital yang cukup baik, terutama dalam hal penggunaan media sosial untuk pemasaran dan kemampuan melakukan transaksi digital. Kemampuan literasi digital ini sangat relevan dalam konteks kewirausahaan berbasis digital.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Sari et al. (2025) yang menemukan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dalam era transformasi digital, kemampuan memanfaatkan teknologi menjadi keunggulan kompetitif yang sangat berarti bagi wirausahawan muda. Mahasiswa yang melek digital memiliki akses ke berbagai peluang bisnis, pasar yang lebih luas, serta alat-alat bisnis yang lebih efisien dan efektif.

### **Pengaruh Simultan terhadap Minat Berwirausaha**

Secara keseluruhan, kelima variabel independen yang diteliti—pengetahuan kewirausahaan, motivasi berprestasi, efikasi diri, lingkungan keluarga, dan literasi digital—secara bersama-sama memberikan gambaran yang komprehensif tentang faktor-faktor yang mendorong minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNUSU. Variabel minat berwirausaha sendiri memperoleh rata-rata 3,92 dalam kategori tinggi, menunjukkan bahwa mahasiswa secara umum memiliki minat yang cukup besar untuk berwirausaha, terutama dalam memanfaatkan peluang transformasi digital.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha  
Pengetahuan kewirausahaan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNUSU berada pada kategori tinggi (rata-rata 3,81). Pengetahuan kewirausahaan memberikan pengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa pada transformasi digital. Mahasiswa yang memiliki pemahaman yang baik tentang cara memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha menunjukkan minat yang lebih besar untuk berwirausaha, terutama dalam memanfaatkan peluang digital.
2. Pengaruh Motivasi Berprestasi terhadap Minat Berwirausaha  
Motivasi berprestasi mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNUSU berada pada kategori tinggi dengan rata-rata tertinggi di antara seluruh variabel (4,10). Motivasi berprestasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada transformasi digital. Mahasiswa dengan dorongan berprestasi yang kuat cenderung memandang kewirausahaan digital sebagai sarana yang tepat untuk mewujudkan ambisi dan potensi diri secara optimal.
3. Pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha  
Efikasi diri mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNUSU berada pada kategori tinggi (rata-rata 3,69), meskipun merupakan nilai terendah di antara variabel-variabel independen. Efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada transformasi digital. Mahasiswa yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kemampuannya lebih berani mengambil keputusan, menghadapi risiko, dan akhirnya lebih berminat untuk berwirausaha.
4. Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha  
Lingkungan keluarga mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNUSU berada pada kategori tinggi (rata-rata 3,69). Dukungan moral dan keharmonisan keluarga tinggi, namun dukungan finansial masih dalam kategori sedang. Secara keseluruhan, lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Nilai-nilai kewirausahaan yang ditanamkan keluarga dan dukungan emosional orang tua terbukti mendorong minat mahasiswa untuk berwirausaha di era digital.
5. Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha  
Literasi digital mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNUSU berada pada kategori tinggi (rata-rata 4,04). Literasi digital merupakan variabel dengan pengaruh yang sangat relevan dalam konteks kewirausahaan di era transformasi digital. Kemampuan memanfaatkan media sosial, platform e-commerce, transaksi digital, dan aplikasi bisnis terbukti mendorong minat berwirausaha mahasiswa secara positif dan signifikan.
6. Pengaruh Simultan Kelima Variabel terhadap Minat Berwirausaha  
Secara simultan, kelima variabel independen—pengetahuan kewirausahaan, motivasi berprestasi, efikasi diri, lingkungan keluarga, dan literasi digital—berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNUSU pada transformasi digital. Minat berwirausaha mahasiswa secara keseluruhan berada pada kategori tinggi (rata-rata 3,92), dengan ketertarikan terbesar pada pemanfaatan teknologi digital sebagai media berbisnis. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital telah membuka peluang besar yang disadari oleh mahasiswa sebagai generasi digital yang potensial.

### Saran

#### Bagi Universitas dan Fakultas Ekonomi UNUSU

1. Universitas perlu memperkuat kurikulum kewirausahaan dengan mengintegrasikan materi bisnis digital, pemasaran digital, dan manajemen platform e-commerce ke dalam mata kuliah kewirausahaan yang sudah ada, sehingga mahasiswa mendapatkan bekal pengetahuan yang lebih komprehensif dan kontekstual.
2. Fakultas Ekonomi UNUSU perlu mengadakan program inkubasi bisnis digital, workshop praktis, serta kompetisi wirausaha digital secara berkala untuk meningkatkan efikasi diri mahasiswa melalui pengalaman nyata berwirausaha.
3. Universitas perlu memperluas program mentoring dan pendampingan wirausaha dengan melibatkan alumni sukses sebagai wirausahawan, komunitas bisnis lokal, serta pelaku usaha digital agar mahasiswa dapat belajar dari pengalaman langsung.
4. Pengembangan ekosistem digital kampus, seperti penyediaan laboratorium digital marketing dan inkubator startup, sangat direkomendasikan untuk memfasilitasi mahasiswa yang ingin memulai usaha berbasis digital.

**Bagi Mahasiswa**

1. Mahasiswa diharapkan secara proaktif memanfaatkan berbagai platform digital yang tersedia untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan digital, seperti bergabung dalam komunitas bisnis online, mengikuti kursus digital marketing, dan mencoba menjalankan usaha kecil secara digital.
2. Mahasiswa perlu terus meningkatkan literasi digitalnya, khususnya pada aspek analisis data penjualan dan pembuatan konten digital yang masih perlu ditingkatkan berdasarkan temuan penelitian ini.
3. Mahasiswa sebaiknya mulai membangun jaringan (networking) dengan wirausahawan muda sejak dini, baik melalui komunitas online maupun offline, untuk menambah wawasan, mendapatkan inspirasi, dan membuka peluang kolaborasi bisnis.
4. Untuk mengatasi keterbatasan modal, mahasiswa dapat memanfaatkan berbagai skema pembiayaan wirausaha yang tersedia, seperti Program Kreativitas Mahasiswa (PKM), hibah kewirausahaan pemerintah, serta platform crowdfunding digital.

**Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode analisis yang lebih komprehensif, seperti Structural Equation Modeling (SEM) atau analisis jalur (path analysis), untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel secara lebih mendalam.
2. Penelitian berikutnya dapat memperluas cakupan objek penelitian dengan melibatkan mahasiswa dari beberapa universitas di Sumatera Utara atau secara nasional untuk mendapatkan gambaran yang lebih representatif.
3. Penambahan variabel lain yang relevan, seperti akses permodalan, persepsi risiko, role model wirausaha, dan dukungan institusional, dapat memperkaya pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa di era digital.
4. Peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan penelitian longitudinal untuk melihat perubahan minat berwirausaha mahasiswa dari semester awal hingga akhir, serta mengevaluasi efektivitas program kewirausahaan yang diselenggarakan universitas.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Amirulkamar, S. (n.d.). DAMPAK LITERASI DIGITAL TERHADAP PELAYANAN PUBLIK DI INDONESIA DALAM PERSPEKTIF ETIKA. <https://doi.org/10.55314/tsg.v5i1.700>
- Andriyani, J. (n.d.). PERAN LINGKUNGAN KELUARGA DALAM MENGATASI KENAKALAN REMAJA (Vol. 3, Issue 1). <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Taujih>
- Azzah Kurnia Dewi, Maria Puji Lestari, S., Sandayanti, V., & Kurnia Dewi, A. (n.d.). Can self-efficacy have a role in learning interest. *Psikostudia Jurnal Psikologi*, 12(2), 302–308. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v12i2>
- Dewi, Y. P., & Mugiarso, H. (2020). JURNAL EDUKASI HUBUNGAN ANTARA KONSEP DIRI DENGAN EFIKASI DIRI DALAM MEMECAHKAN MASALAH MELALUI KONSELING INDIVIDUAL DI SMK HIDAYAH SEMARANG. 6(1).
- Dwi Oktareza. (n.d.). CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora Transformasi Digital 4.0: Inovasi yang Menggerakkan Perubahan Global Dwi Oktareza [1], Andreyan Noor [2], Erliyanto Saputra [3] & Aulia Vivi Yulianingrum [4]. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12742216>
- Fatimah, S., Manuardi, A. R., & Meilani, R. (2021). Tingkat Efikasi Diri Performa Akademik Mahasiswa Ditinjau Dari Perspektif Dimensi Bandura. *Prophetic: Professional, Empathy and Islamic Counseling Journal*, 4(1), 25–36. <http://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/prophetic>
- Fitriani, W., & Eko Atmojo, S. (n.d.). Motivasi Berprestasi dan Kemandirian Belajar Mahasiswa saat Pembelajaran Daring. <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/>
- Geuthèë, J., Multidisiplin, P., Ridwan, M., Sukri, A., & Syukri, A. (2021). STUDI ANALISIS TENTANG MAKNA PENGETAHUAN DAN ILMU STUDI ANALISIS TENTANG MAKNA PENGETAHUAN DAN ILMU PENGETAHUAN SERTA JENIS DAN SUMBERNYA ANALYTICAL STUDIES ON THE MEANING OF KNOWLEDGE AND SCIENCE AND ITS TYPES AND SOURCES (Vol. 04, Issue 01). <http://www.journal.geutheeinstitute.com>.
- Gultom, R. (2023). PENGARUH KEHARMONISAN KELUARGA TERHADAP MINAT BELAJAR PAK ANAK. 7(1), 151–169. <http://e-journal.iakntarutung.ac.id/index.php/humaniora>
- Gunawan, F., Dyatmika, T., & Pekalongan, I. (2022). Peningkatan Pemahaman Literasi Digital Pada Remaja Milenial Di Desa Tirto. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 5, Issue 2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Hanila Dewi, K., & Literasi Digital, P. (n.d.). Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen Peran Literasi Digital dan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. [www.grahanurdian.com](http://www.grahanurdian.com),
- 904** | Ahmad Syukur Nasution, Fatimah Pohan, Ramadani; *Analysis of Factors That Encourage Entrepreneurial...*

- Iriyani, A., & Puji Lestari, D. (n.d.). Literasi Digital sebagai Upaya Membangun Karakter Masyarakat Digital.
- Isma, A., Rakib, M., Mufida, N., & Sholihah, M. (n.d.). Pengaruh Sikap dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha Dengan Self-Efficacy Sebagai Variabel Intervening 1\*. <https://journal.diginus.id/index.php/JEEMBA/index>
- Kawaitou, K., Agustinus, J., Thane, S., Prodi, M., Manajemen, M., Port, S., Jayapura, N., & Prodi, D. (n.d.). DAN MOTIVASI USAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 2 DI KOTA JAYAPURA.
- Liang, Y., Chen, R., Hong, H., Li, S., & Han, L. (2025). Shaping digital entrepreneurial intention in higher education: the role of entrepreneurship education, creativity, and digital literacy among Chinese university students. *Journal of Innovation and Knowledge*, 10(5). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100788>
- Manis Fadlila. (n.d.). 30.Manis+Fadlila+et+al.
- Mulyanto, D., & Budi, A. P. (2024). INKUBATOR BISNIS SEBAGAI PENGUATAN FAKTOR PENDUKUNG MINAT WIRAUSAHA MAHASISWA (Vol. 15).
- Putri, A. N., & Mufidah, N. (n.d.). PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA DAN LINGKUNGAN SEKOLAH TERHADAP KEDISIPLINAN SISWA.
- Rabukit Damanik, & Daya Binjai, B. (n.d.). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI BERPRESTASI MAHASISWA Rabukit Damanik. In *Jurnal Serunai Administrasi Pendidikan* (Vol. 9, Issue 1).
- Rachmawati, H., & Subroto, W. T. (n.d.). PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA. <https://doi.org/10.3360/ejpe.v10i1.6236>
- Rahim, M., Hulukati, W., & Wantu, T. (2021). Motivasi Berprestasi Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19 (Penelitian pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo). *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 7(3), 1295. <https://doi.org/10.37905/aksara.7.3.1295-1302.2021>
- Rahmanita. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM dalam Melakukan Sertifikasi Halal... FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT UMKM DALAM MELAKUKAN SERTIFIKASI HALAL (STUDI KASUS: WARUNG NASI DI SEKITAR UNIVERSITAS SILIWANGI) Rahmanita 1 Nurul Fadila Dwiyaniti 2 Nida Siti Nurhamidah 3. In *INTERNATIONAL JOURNAL MATHLA'UL ANWAR OF HALAL ISSUES* (Vol. 3, Issue 2).
- Rahmatan, P., Alamin, L., Nganjuk, P., Fitrianiingsih, ), & Shobirin, M. S. (n.d.). PERAN PONDOK PESANTREN DALAM MENUMBUHKAN JIWA ENTREPRENEUR SANTRI.
- Ritonga, S. R., Anggraini, T., & Nawawi, Z. M. (2022). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa dalam Bisnis Islam Melalui Motivasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2269–2280. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5874>
- Sahidillah Nurdin. (n.d.). 21.Efikasi\_Diri\_dan\_Motivasi\_Dalam\_Upaya\_Me.
- Saputra, F., Ridho Mahaputra, M., & Maharani, A. (n.d.). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Motivasi dan Minat Berwirausaha (Literature Review). <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1>
- Sari, N., Indriasari, I., Nastiti, P. R., Digital, L., Kewirausahaan, P., & Lingkungan, ; (2025). Pengaruh Literasi Digital, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa dengan Efikasi Diri sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Universitas PGRI Semarang Angkatan 2021-2022). In *Bisnis dan Ekonomi Kreatif* (Vol. 4, Issue 2). <https://journal2.upgris.ac.id/index.php/jibeka>
- Siagian1, N., Manalu2, D., Kunci, K., Motivasi, :, & Berwirausaha, M. (n.d.). PENGARUH MOTIVASI DAN MODAL USAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DI PASAR KOMPLEK MMTC KOTA MEDAN.
- Situmeang, D. M., Manik, A. M., Manik, G. M., Dewi, A., Siahaan, R., Saragi, F., Manik, R. E. A., Studi, P., & Gereja, P. M. (2024). Analisis Metode Mengajar Guru Dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa. *Journal on Education*, 06(04), 19814–19822.
- Sreenivasan, A., & Suresh, M. (2023). Exploring the contribution of sustainable entrepreneurship toward sustainable development goals: A bibliometric analysis. In *Green Technologies and Sustainability* (Vol. 1, Issue 3). KeAi Communications Co. <https://doi.org/10.1016/j.grets.2023.100038>
- Suarjana, A. A. G. M., & Wahyuni, L. M. (2017). FAKTOR PENENTU MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA (SUATU EVALUASI PEMBELAJARAN). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(1), 11–22. <https://doi.org/10.31940/jbk.v13i1.687>
- Sugiarti, R., Nurlaili, A., Febriani, U. F., Psikologi, F., & Semarang, U. (2020). PENGARUH ADVERSITY QUOTIENT TERHADAP MOTIVASI BERPRESTASI PADA SISWA CERDAS ISTIMEWA. In

Philanthropy Journal of Psychology (Vol. 4). Online.  
<http://journals.usm.ac.id/index.php/philanthropy82>

Supriandi. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRSAUSAHA: SEBUAH STUDI LITERATUR. In Conference Series (Vol. 1, Issue 1).

Zunaedy, M., & Aisyah, S. (n.d.). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Lumajang Tahun Akademik 2020/2021 Triwilujeng Ayuningtyas. In Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (Issue 6). <http://ejournal.unikama.ac.idHal|47>