



## Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam *E-Business*

Ulfa Uswatun Hasanah ✉, Khasan Setiaji

DOI: 10.15294/eeaj.v13i2.17051

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

### Sejarah Artikel

Diterima: 16 Juni 2019  
Disetujui: 5 Agustus 2019  
Dipublikasikan: 30 Oktober 2019

### Keywords

Digital Literacy, Entrepreneurial Intention, Environment, E-Business, Self Efficacy.

### Abstrak

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi jumlah pengangguran adalah dengan cara berwirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business*. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan Tahun 2015 yang berjumlah 904 mahasiswa. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan jumlah sampel sebanyak 251 mahasiswa. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket dan teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program IBM SPSS 23.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan berpengaruh terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sebesar 57%. Secara parsial, literasi digital berpengaruh dan signifikan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* sebesar 14%. Efikasi diri berpengaruh dan signifikan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* sebesar 7%. Lingkungan berpengaruh dan signifikan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* sebesar 8%. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

### Abstract

One of the ways to solve of unemployment with entrepreneurship so that they can create jobs for themselves and others. This study aims to analyze the effect of digital literacy, self-efficacy, and the environment on entrepreneurial intentions in *e-business*. The population of this research was students of the Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang academic year of 2015 which amounted to 904 students. The data collection was done by using Isaac and Michael table with a total sample of 251 students. The technique of data collection used questionnaires and the technique of data analysis used descriptive statistics analysis and multiple linear regression analysis with IBM SPSS 23.0 program. The results of this research indicated that digital literacy, self-efficacy, and the environment influenced the entrepreneurial intention in *e-business* in students of the Faculty of Economics of Universitas Negeri Semarang for about 57%. Partially, digital literacy effected and significant to the entrepreneurial intention in *e-business* for about 14%, self-efficacy for 7%, and the environment for 8%. This research can be concluded that digital literacy, self-efficacy, and environment partially and simultaneously affected the entrepreneurial intention in *e-business* of the students of Faculty of Economic of Universitas Negeri Semarang.

### How to Cite

Hasanah, UU., Setiaji, K.(2019). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam *E-Business*. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 1198-1215.

© 2019 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat Korespondensi:  
Gedung L3 Lantai 1 FE Unnes  
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229  
E-mail: ulfauswatun12@gmail.com

p-ISSN 2252-6544  
e-ISSN 2502-356X

## PENDAHULUAN

Pengangguran adalah masalah yang selalu muncul di negara berkembang. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang juga mengalami masalah pengangguran. Masalah pengangguran terjadi karena peningkatan jumlah penduduk yang diikuti dengan peningkatan jumlah angkatan kerja namun ketersediaan lapangan pekerjaan tidak memadai. Selain itu, orientasi masyarakat pada saat ini masih tertuju pada sektor formal, sehingga ketika sektor formal lesu masyarakat tidak mencoba untuk menciptakan pekerjaan sendiri pada sektor nonformal atau sektor swasta. Hal inilah yang menyebabkan jumlah pengangguran di Indonesia masih cukup tinggi. Upaya yang dilakukan pemerintah untuk menyediakan lapangan pekerjaan dengan adanya lowongan pekerjaan sebagai calon Pegawai Negeri Sipil (PNS) nyatanya tidak sebanding dengan jumlah pengangguran. Begitu juga keterserapan pekerja pada perusahaan swasta yang masih sedikit dibandingkan angka lulusan setiap tahunnya (Paulina, 2012).

Kondisi yang dihadapi semakin diperburuk dengan situasi persaingan global seperti pemberlakuan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang akan memperhadapkan lulusan perguruan tinggi Indonesia bersaing secara bebas dengan lulusan dari perguruan tinggi asing (Suharti, 2011). Persaingan tenaga kerja

di dalam MEA akan sangat ketat. Bagaimanapun di dalam dunia pasar bebas MEA, Indonesia akan dibanjiri oleh tenaga kerja dan pelaku usaha dari negara asing dikawasan ASEAN. Tanpa SDM yang terampil, mumpuni dan profesional masyarakat Indonesia hanya menciptakan tenaga kerja kasar.

Tabel 1. menunjukkan bahwa pengangguran pada tingkat universitas/S1 mengalami kenaikan dari tahun 2016 ke tahun 2017. Hal ini dapat membuktikan dimana semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, tidak menjadi jaminan untuk mendapatkan pekerjaan lebih mudah. Salah satu penyebab masalah pengangguran khususnya pada lulusan terdidik adalah banyaknya lulusan perguruan tinggi hanya mencari pekerjaan formal pada suatu perusahaan bukan menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dengan kata lain intensi untuk berwirausaha pada mahasiswa masih rendah.

Salah satu cara untuk mengatasi pengangguran dan meningkatkan perekonomian Indonesia adalah dengan meningkatkan intensi berwirausaha masyarakat dan generasi muda melalui program kewirausahaan yang diharapkan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia dan melahirkan banyak pengusaha yang menyediakan banyak lapangan pekerjaan sehingga masyarakat dapat memilih pekerjaan yang cocok dengan keahliannya. Dengan banyaknya lapangan pekerjaan yang tersedia maka diharapkan dapat mengurangi jumlah pengangguran.

**Tabel 1.** Tingkat Pengangguran menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan

No	Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan	2014	2015	2016	2017
1	Tidak/belum sekolah	74,898	55,554	59,346	62,984
2	Tidak/belum tamat SD	389,550	371,542	384,069	404,435
3	SD	1,229,652	1,004,961	1,035,731	904,561
4	SLTP	1,566,838	1,373,919	1,294,483	1,274,417
5	SLTA Umum/SMU	1,962,786	2,280,029	1,950,626	1,910,829
6	SLTA Kejuruan/SMK	1,332,521	1,569,690	1,520,549	1,621,402
7	Akademi/Diploma	193,517	251,541	219,736	242,937
8	Universitas/S1	459,143	653,586	567,235	618,758
Total		7,244,905	7,560,822	7,031,775	7,005,262

Sumber: bps.go.id

Berwirausaha merupakan salah satu cara seseorang untuk bekerja dan meniti karir pada kehidupan mereka, dengan meningkatnya jumlah penduduk Indonesia saat ini sebesar 3.185.900 jiwa pada tahun 2017 yang diperoleh dari badan pusat statistika maka jumlah kebutuhan akan pekerjaan mengalami peningkatan. Menurut Koe at al. (2012) kewirausahaan didefinisikan sebagai suatu proses dimana orang mengenali peluang, memanfaatkan peluang melalui penemuan dan inovasi, dan akhirnya mendapatkan kepuasan dari itu. Dengan berwirausaha maka dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi orang yang membutuhkan pekerjaan atau yang sedang mencari pekerjaan, selain itu juga dapat membantu tugas pemerintah dalam menekan angka pengangguran di Indonesia.

Tabel 2. menunjukkan bahwa perbandingan antara yang bekerja dengan pengangguran menurut tamatan pendidikan universitas, pada tamatan pendidikan universitas masih mengalami jumlah pengangguran dengan angka yang cukup besar dan dari tahun ke tahun semakin meningkat dari angka empat ribuan hingga enam ribuan jiwa. Penanggulangan pengangguran tersebut bisa diatasi

dengan cara membuka usaha atau berwirausaha, dengan membuka usaha tersebut dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi diri sendiri maupun orang lain. Namun tamatan pendidikan jenjang universitas masih kurang mempunyai minat untuk berwirausaha.

**Tabel 2.** Perbandingan Bekerja dan Pengangguran Berdasarkan Tingkat Pendidikan Universitas Tahun 2013-2017

No	Tahun	Bekerja	Pengangguran
1	2013	7.614.184	434.185
2	2014	8.264.377	495.143
3	2015	9.556.895	653.586
4	2016	11.087.318	567.235
5	2017	11.322.320	616.758

Sumber : bps.go.id

Universitas di Indonesia salah satunya adalah Universitas Negeri Semarang yang merupakan universitas pilihan yang di dalamnya terdapat berbagai program pendidikan kewirausahaan, namun minat berwirausaha mahasiswa masih rendah. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3.** Jumlah Mahasiswa Berwirausaha Universitas Negeri Semarang

No	Fakultas	Mahasiswa Berwirausaha	Jumlah Mahasiswa	Persentase
1	Ilmu Pendidikan	11	4641	0,24
2	Bahasa dan Seni	59	5197	1,13
3	Ilmu Sosial	11	2761	0,40
4	Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	18	3448	0,52
5	Teknik	79	3599	2,19
6	Ilmu Keolahragaan	15	3555	0,42
7	Ekonomi	103	4070	2,53
8	Hukum	14	1544	0,91
Jumlah		310	28815	1,07

Sumber: data.unnes.ac.id, UNSEC, HIPMI PT UNNES, 2018

Pada tabel 3. dapat dilihat bahwa mahasiswa berwirausaha Universitas Negeri Semarang sangat sedikit hanya 1,07% mahasiswa yang melakukan wirausaha dari total mahasiswa Universitas Negeri Semarang sebanyak 28.815 mahasiswa. Intensi berwirausaha mahasiswa perguruan tinggi Universitas Negeri Semarang masih sangat rendah umumnya dikarenakan lebih menginginkan pekerjaan yang mapan dan pendapatan yang lebih terjamin nantinya, sehingga mahasiswa belum memulai untuk melakukan kegiatan berwirausaha. Intensi melakukan usaha untuk mencapai tujuan tertentu atau melakukan suatu perilaku pada diri seseorang tidak muncul begitu saja, tetapi melalui beberapa tahapan.

Dari hasil observasi awal oleh peneliti di Fakultas Ekonomi diperoleh data bahwa mahasiswa yang mempunyai usaha sangat rendah. Hal tersebut berarti minat berwirausaha mahasiswa masih rendah yang berarti intensi mahasiswa Fakultas Ekonomi untuk berwirausaha rendah, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Yang paling mendominasi adalah faktor finansial, yaitu kekurangan modal. Salah satu cara untuk menumbuhkembangkan intensi berwirausaha dapat dimulai dari bangku kuliah. Perguruan tinggi memainkan

peran fungsional dalam mempromosikan pendidikan kewirausahaan karena perguruan tinggi dianggap sebagai lembaga yang ideal dalam membentuk budaya dan aspirasi kewirausahaan dikalangan mahasiswa. Hal ini dimungkinkan karena dalam perguruan tinggi, para mahasiswa diajarkan cara berpikir dan berperilaku sebagai wirausaha.

Menurut Ajzen (1991), menyebutkan bahwa suatu perilaku membutuhkan keyakinan dan evaluasi untuk menumbuhkan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dengan intensi sebagai mediator pengaruh berbagai faktor-faktor motivasi yang berdampak pada suatu perilaku. Menurut Azwar (2005) Inti teori perilaku terencana tetap berada pada faktor intensi perilaku, namun determinan intensi tidak hanya dua (sikap terhadap perilaku yang bersangkutan dan norma subjektif) melainkan tiga dengan diikutsertakannya aspek kontrol perilaku yang dihayati (*perceived behavioral control*). Jadi dapat disimpulkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dapat menumbuhkan intensi seseorang. Dalam penelitian ini lebih dispesifikkan yaitu literasi digital, efikasi diri dan lingkungan dapat meningkatkan intensi berwirausaha dalam *e-business*.

**Tabel 4.** Hasil Observasi Awal Intensi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeritas Negeri Semarang

No.	Pertanyaan	Jumlah Orang	Jumlah (%)
1.	Apakah anda menggunakan teknologi?		
	a. Ya	50	100
	b. Tidak	0	0
2.	Apakah anda mempunyai usaha/seorang wirausahawan?		
	a. Ya	14	28
	b. Tidak	36	72
3.	Jenis usaha yang dimiliki? (jika wirausahawan)		
	a. Online	10	20
	b. Offline	4	8
	c. Tidak punya	36	72

Sumber: data diolah, 2018

Kewirausahaan diyakini dapat menjadi faktor pendorong kemajuan suatu negara. Hal tersebut dapat dipahami karena sejumlah kecil wirausahawan tersebut dapat menciptakan lapangan pekerjaan kepada yang lainnya sehingga memberikan efek positif bagi perekonomian. Namun, sebelum seseorang memulai atau menciptakan suatu usaha, harus dan wajib baginya dalam meningkatkan pemahaman kewirausahaannya terkait usaha apa yang akan dirintis, bagaimana cara mengelola, strategi apa yang dibutuhkan dalam menunjang keberhasilan, bagaimana mengantisipasi dan mengatasi problematika yang muncul, dan lainnya. Disinilah pentingnya pengetahuan kewirausahaan yang dapat menjadi bekal sebelum memulai usaha. Pengetahuan itu dapat berupa konsep kewirausahaan, pola pikir, sikap, dan perilaku seorang dalam berwirausaha.

Pengetahuan memang penting untuk mempersiapkan calon wirausahawan, namun pengetahuan tidak serta merta akan melahirkan seorang wirausahawan, dapat kita lihat masih banyak pengangguran terdidik. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat faktor lain yang dapat menunjang efektifitas pengelolaan kewirausahaan, yaitu penggunaan infrastruktur digital dalam kewirausahaan. Infrastruktur yang dimaksud adalah infrastruktur telekomunikasi. Menurut Zimmerer et al. (2008), ada 8 faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan, salah satu diantaranya adalah kemajuan teknologi. Penggunaan teknologi dalam kewirausahaan akan memberikan banyak manfaat positif bagi keberhasilan usaha serta dapat memberikan banyak kemudahan dalam melakukan aktivitas berwirausaha, seperti kemudahan dalam mengakses informasi, perluasan jaringan dan juga untuk berkomunikasi. Maka itulah kemunculan media sosial dapat menjadi solusi yang efektif dalam menjalankan usaha berbasis teknologi, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Shopee*, *Lazada*, *OLX*, *Bukalapak*, dll.

Indonesia merupakan pasar terbesar *e-commerce* di Asia Tenggara. Menurut data *Euromonitor* (2014), penjualan *online* Indone-

sia mencapai US\$ 1,1 miliar atau lebih tinggi dibanding Thailand dan Singapura. Tapi jika dibandingkan dengan total perdagangan retail, penjualan *e-commerce* di Indonesia hanya sebesar 0,07 persen. Artinya, pasar *e-commerce* Indonesia berpeluang untuk tumbuh semakin besar. Apalagi dengan modal jumlah penduduk dan produk domestik bruto (PDB) terbesar diantara negara-negara ASEAN. *Euromonitor* memperkirakan rata-rata laju pertumbuhan majemuk tahunan atau biasa disebut *Compound Annual Growth Rate (CAGR)* penjualan *online* Indonesia selama 2014-2017 sebesar 38 persen. Namun, perdagangan *online* ini masih terkonsentrasi di Jawa dan Bali. Tingginya penjualan *online* di dua pulau tersebut tak lepas dari meratanya jangkauan internet di wilayah tersebut. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) 2016, dari 132,7 juta pengguna internet, sebanyak 86,3 juta atau 65 persen berada di Jawa.

Kecanggihan situs jejaring sosial tersebut berfungsi sebagai sarana dalam melakukan kegiatan promosi, sehingga dengan mudah untuk saling bertukar informasi kepada siapa saja melalui fasilitas yang sudah ada. Dengan rendahnya anggaran yang harus dikeluarkan untuk mempromosikan produk yang dijual tentu ini merupakan nilai plus sebagai sarana promosi produk yang efisien dan rendah biaya. Kondisi yang terjadi di zaman modern ini teknologi berkembang dengan sangat pesat. Penemuan dan inovasi baru dibidang teknologi selalu dilakukan setiap hari guna mendapatkan teknologi yang canggih dan bermanfaat bagi kehidupan manusia. Teknologi informasi dan komunikasi banyak membantu peningkatan aktivitas sosial dan ekonomi (Paulus, 2005). Internet memiliki peranan penting sebagai media atau sarana penunjang untuk melakukan penelusuran informasi dan berkomunikasi secara tepat dan akurat. Internet merupakan jaringan fisik dari berbagai perangkat komputer yang terhubung secara global. Era masyarakat modern seperti sekarang ini, internet dijadikan sebagai alternatif sumber informasi pertama yang dapat diakses seseorang untuk memenuhi kebutuhan akan

sesuatu informasi tertentu.

Internet merupakan salah satu kemajuan dibidang teknologi komunikasi yang tumbuh begitu pesatnya. Internet dapat memberikan kemudahan komunikasi serta memudahkan kepentingan-kepentingan tertentu. Dan sudah bukan rahasia lagi bahwa kita sekarang sudah sangat bergantung pada teknologi yang bernama internet. Jaringan internet merupakan jaringan komputer yang mampu menghubungkan komputer di seluruh dunia, sehingga informasi dalam berbagai jenis dan dalam berbagai bentuk dapat dikomunikasikan antar belahan dunia secara instan dan global (Kartajaya, 2008). Dengan adanya internet para konsumen tidak perlu datang langsung ke toko untuk memilih barang yang ingin dibeli dan bagi perusahaan dapat melaksanakan kegiatan transaksi selama 24 jam. Dari segi keuangan konsumen dapat menghemat biaya yang dikeluarkan dan bagi pengusaha dapat menghemat biaya promosi, apabila lokasi toko jauh, konsumen dapat menghemat ongkos perjalanan dengan diganti biaya pengiriman yang jauh lebih murah dan bagi pengusaha dapat memasarkan tokonya ke wilayah yang lebih luas (Maulana et al, 2015).

Zaman sekarang sudah ada media sosial yang memfasilitasi setiap orang untuk selalu terhubung satu sama lain. Menjual maupun mempromosikan barang-barang pun dapat memangkas biaya seminimal mungkin. Tidak perlu menyewa tempat, membuat *banner* ataupun memasang iklan di koran dengan biaya yang mahal. Mahasiswa sebagai intelektual muda yang sebagian besar sudah melek Informasi dan Teknologi (IT), harusnya dapat memanfaatkan peluang ini menjadi nyata. Internet bukan hal baru di mata mahasiswa modern saat ini. Saat butuh referensi atau *literature* guna mengerjakan tugas dari dosen, tidak bisa dipungkiri bahwa rujukan awalnya adalah mencari melalui internet.

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini banyak mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia. Penduduk Indonesia mengakses internet lebih banyak melalui perangkat *gadget* sebesar 47,6%, den-

gan tingkat kepuasan pada skala 'sangat puas' sebesar 71,1% mengakses internet melalui perangkat *mobile*, serta 25,3 % alasan utama terbesar mengakses internet adalah *up date* informasi (APJII, 2016). Tingginya kepemilikan perangkat *gadget* dan kemudahan mengakses internet, menjadi salah satu petunjuk, perangkat *mobile* mudah dijangkau dan diperoleh dengan harga murah. Pada sisi lain aktivitas kehidupan, penggunaan media sosial juga menanjak tajam seiring mudahnya era keterbukaan. Media sosial menjadi 'kawan akrab' bagi penggunanya.

Berdasarkan hasil survei APJII 2016, bahwa 97,5% berbagi informasi menjadi aktivitas tertinggi dalam media sosial. Beberapa tahun terakhir ini, dampak negatif media sosial menjadi tak terkendali, ketika informasi dibagikan atau diciptakan hanya sekedar menaikkan 'status' pengirim informasi. Aktivitas berbagi informasi lebih banyak menimbulkan keresahan dan ketidaknyamanan di masyarakat. Saat ini berbagi informasi dengan cepat tanpa perlu menyaring benar tidaknya informasi tersebut sudah menjadi aktivitas sosial. Etika atau prinsip penggunaan media sosial menjadi terabaikan, karena *trend* 'siapa cepat menyebarkan informasi', akan menaikkan peringkat atau citra diri bagi penyebar informasi. Banyak orang menjadi antusias untuk berbagi informasi tanpa melakukan pengecekan kembali terhadap informasi tersebut. Penyebaran berita bohong atau '*hoax*' menjadi letupan besar, bila tidak dikendalikan dengan bijak, maka akan memberi ledakan dalam kehidupan sosial.

Kemanfaatan akan diketahui ketika pengguna telah menggunakan teknologi informasi yang mencerminkan timbal balik antara pengguna menggunakan dan setelah pengguna menggunakan. Pekerjaan yang dilakukan dirasa lebih efisien menggunakan teknologi informasi daripada dilakukan secara manual maka tanpa sadar dalam diri pengguna akan timbul keinginan atau minat untuk ingin kembali menggunakan teknologi informasi tersebut.

Data APJII 2016 juga menyatakan

pengguna internet Indonesia tertinggi sebesar 89,7% pada kelompok mahasiswa. Jika dilihat dari rentang usia, kelompok mahasiswa merupakan bagian dari civitas akademika perguruan tinggi. Perpustakaan sebagai sumber pengetahuan (*resources center*) memiliki peran untuk mendayagunakan para pengguna perpustakaan, khususnya mahasiswa dalam mengakses sumber pengetahuan tersebut. Tidak sekedar memanfaatkan sumber pengetahuan, tetapi menggunakannya, serta berujung pada hasil sebuah pengetahuan baru tercipta. Berbagai program kegiatan pendidikan pemakai seharusnya bisa mendidik pengguna untuk menggunakan informasi dengan bijak.

Program-program literasi informasi dapat menjadi misi agar pengguna perpustakaan memiliki kemampuan memilah informasi, khususnya mengkritisi informasi sebelum dibagikan kepada orang. Pemahaman literasi informasi saja belum cukup, khususnya dalam lingkungan digital seperti ini, tetapi perlu pengayaan lebih lanjut pada perangkat teknologi digital dengan keragaman format, misalnya informasi berbasis teks, audio, film, atau kombinasi diantara ketiga media maupun dengan media lainnya (seperti *virtual reality*, *augmented*, dan lainnya). Pemahaman penggunaan maupun dampak yang timbul dari kesalahan penggunaan perangkat teknologi komunikasi dan informasi menjadi sangat penting, karena kelompok kaum muda, khususnya mahasiswa menjadi konsumen tertinggi dalam mengakses internet.

Pustakawan perlu kreatif mengelola pendidikan literasi informasi dengan mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, dan menyesuaikan materi literasi informasi sesuai generasi manusia yang menjadi pengguna perpustakaan. Pentingnya pemahaman literasi digital, maupun kolaborasi dengan literasi informasi atau literasi lainnya menjadi nilai tambah untuk pengembangan kegiatan literasi informasi berikutnya

Pada masa ini, literasi tidak lagi hanya berarti kemampuan seorang dalam membaca dan menulis. Literasi telah menemukan makna baru yang lebih kompleks, di mana kini

literasi berarti kemampuan seseorang untuk memahami informasi sebagaimana pun informasi itu disajikan (Richard Lanham, 1995 dalam Lankshear & Knobel, 2008). Oleh karenanya, bagaimanapun masyarakat masa kini harus dipersiapkan untuk bertransisi dari konsumsi (*consumption*) ke produksi (*production*). Tidak hanya melakukan konsumsi terhadap apapun yang ada di dunia digital, namun juga melakukan produksi, dimana hal tersebut memerlukan kompleksitas yang tajam.

Literasi Digital tidak saja berkisar mengenai kemampuan menggunakan teknologi baru, belajar mempergunakan perangkat baru, atau bahkan mengaplikasikan perangkat dan teknologi tersebut ke dalam proses pembelajaran. Sebaliknya, literasi digital merupakan kemampuan hasil adaptasi tinggi yang memungkinkan orang untuk memanfaatkan keterampilan teknis dan menavigasi beragam informasi yang ada dalam jaringan internet. Kemampuan teknis dalam mengakses teknologi sekarang dapat berubah di kemudian hari, namun literasi digital membentuk seseorang untuk siap di masa kini dan masa mendatang, apapun bentuk teknologi yang akan ada nanti (Summey, 2013).

Berbagai pertanyaan mengenai alasan pengadaan literasi dan bagaimana cara mengajarkannya kepada masyarakat luas, kerap menjadi perdebatan tertentu (Hobbs dalam Kellner & Share, 2007). Oleh karenanya, pendekatan-pendekatan dalam edukasi media (*media education*) kerap dijadikan sebagai pegangan dalam merencanakan konsep gerakan literasi, termasuk literasi digital. Salah satu pendekatannya yaitu *protectionist approach*, dimana gagasan tentang khalayak media pasif muncul.

Literasi digital adalah kemampuan membaca, menulis, dan menghitung beragam teks/objek digital yang ada dalam lingkungan digital. Manusia pada dasarnya hidup di tiga ranah, yakni: *natural world* (segala sesuatu di atas permukaan bumi yang ada tanpa intervensi dan invention manusia), *social world* (semua sistem yang diciptakan manusia untuk kehidupan kolektif mereka), dan *designed*

*world* (hasil modifikasi manusia terhadap *natural world* dan *social world*). Salah satu bentuk *designed world* adalah teknologi informasi dan komunikasi yang diciptakan manusia untuk mengumpulkan, memanipulasi, mengklasifikasikan, menyimpan, dan mendistribusikan informasi (Gamire & Pearson, 2006). Awalnya, informasi ini bisa berbentuk tulisan di atas kertas, suara yang disampaikan melalui telepon kabel, atau suara dan gambar yang disampaikan melalui video atau film. Dewasa ini beragam jenis informasi tersebut (teks, gambar, video) bisa disampaikan melalui teknologi internet yang menciptakan dunia baru bagi manusia, yakni dunia *online* yang memproduksi pola-pola interaksi sosial baru tanpa mengenal batas-batas geografis, administratif, dan sekat-sekat lainnya.

Berhubungan dengan hal tersebut maka Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2015 adalah mahasiswa yang telah menerima mata kuliah kewirausahaan dan mata kuliah Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Dalam mata kuliah tersebut mahasiswa dibimbing untuk menjadi mahasiswa yang aktif dan produktif. Dengan telah diterimanya mata kuliah tersebut diharapkan mahasiswa dapat dengan bijak memanfaatkan teknologi yang ada, dan juga diharapkan dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan dengan adanya peluang-peluang yang sangat banyak.

Banyak sekali fasilitas yang disediakan oleh pihak universitas untuk menunjang kebutuhan akan internet. Di universitas-universitas besar seperti Universitas Negeri Semarang (UNNES), telah tersedia *hotspot area/WiFi* di masing-masing unit gedung, misalnya di kelas, perpustakaan dan setiap sudut-sudut gedung pun ada. Dengan adanya mata kuliah tersebut dan juga fasilitas yang telah disediakan oleh Universitas diharapkan dapat mengembangkan budaya literasi bagi mahasiswa, khususnya literasi digital. Karena tidak bisa dipungkiri kehidupan pada era modern ini tidak lekang oleh dunia digital atau internet.

Budaya literasi akan membuat seseorang tanggap terhadap peluang-peluang baru.

Munculnya ekonomi kreatif dan usaha-usaha baru merupakan alternatif untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Dengan adanya internet, banyak usaha yang bisa dilakukan secara *online*, yang tidak memerlukan modal yang banyak (Apandi, 2017). Untuk itu mahasiswa diharapkan mampu memanfaatkan peluang ini. Modal yang selama ini jadi beban bagi mayoritas mahasiswa bisa sedikit dikurangi dalam pemasaran melalui sosial media. Hal itu dikarenakan berwirausaha melalui internet utamanya sosial media hanya membutuhkan modal yang kecil. Bahkan sebenarnya usaha ini menempati level usaha tanpa modal. Karena mahasiswa tidak perlu lagi mengeluarkan uang untuk membangun toko, tidak perlu mengisi toko dengan barang dagangan, tidak perlu membayar karyawan, tidak perlu mengurus ijin usaha karena usaha ini adalah usaha rumahan. Pembuatan *website* pun bisa menggunakan fasilitas gratisan yang tersedia di internet.

Dengan adanya kemajuan teknologi yang membantu manusia untuk melakukan kegiatan menjadi lebih mudah, salah satu terobosan yang mungkin digunakan adalah pemasaran melalui media internet. Pemasaran melalui internet memberikan biaya yang rendah karena hanya mengeluarkan biaya koneksi kepada Penyedia Jasa Layanan Internet (*Internet Service Provider*) yang masuk dalam layanannya. Dengan internet, hubungan komunikasi antar manusia bisa tidak terbatas, masalah jarak pun tidak jadi soal (Kurniawan & Harti, 2013). Dengan diterapkannya budaya literasi digital tersebut diharapkan dapat membantu untuk menumbuhkan intensi wirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, yang diharapkan dapat mengurangi tingkat pengangguran dan dapat meningkatkan perekonomian Indonesia.

Faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha adalah efikasi diri (Evaliana, 2015). Efikasi diri yaitu individu yang memiliki keyakinan atau kepercayaan diri atas kemampuannya dalam mewujudkan suatu tujuan tertentu (Wulandari, 2013). Kurniawan dkk (2016) mengemukakan *self efficacy* adalah



keyakinan seorang individu terhadap kemampuannya untuk mengatur dan melaksanakan tugas dengan efektif dan efisien sehingga dapat mencapai suatu tujuan dimana individu yakin mampu untuk menghadapi segala tantangan dan mampu memprediksi seberapa besar usaha yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan tersebut.

Menurut Bandura dalam Woolfolk (2007) sumber-sumber *self efficacy* sebagai berikut: pengalaman keberhasilan & pencapaian prestasi, yang merupakan sumber informasi *self efficacy* yang paling berpengaruh. Berdasarkan pengalaman masa lalu terlihat bukti apakah seseorang mengarahkan seluruh kemampuannya untuk meraih keberhasilan. Umpan balik terhadap hasil kerja seseorang yang positif akan meningkatkan kepercayaan diri seseorang. Kegagalan pada berbagai pengalaman hidup dapat diatasi dengan upaya tertentu dan dapat memicu persepsi *self efficacy* menjadi lebih baik karena membuat individu tersebut mampu untuk mengatasi rintangan-rintangan yang lebih sulit nantinya.

Hasil penelitian Putra (2012) faktor dominan yang mempengaruhi minat seseorang berwirausaha adalah faktor intrinsik yaitu kepribadian. Variabel yang ada pada faktor kepribadian adalah memiliki *self efficacy*. *Self efficacy* dalam kewirausahaan sebagai keyakinan diri yang merujuk pada keinginan atas perilaku seseorang dengan sukses melaksanakan proses kewirausahaan, hal itu mempunyai arti bahwa kepercayaan diri (*self efficacy*) dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap sesuatu hal yang diinginkannya. Selain itu, penelitian Hapsah & Savira dalam Evaliana (2015) menyebutkan bahwa dengan *self efficacy* yang tinggi individu akan lebih percaya terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas yang beragam sehingga individu memiliki minat berwirausaha yang tinggi. Jadi bisa dikatakan bahwa, semakin tinggi kepercayaan diri atau *self efficacy* yang dimiliki seseorang terhadap minat berwirausaha maka semakin kuat intensi untuk berwirausaha yang dimilikinya.

Dorongan membentuk wirausaha juga

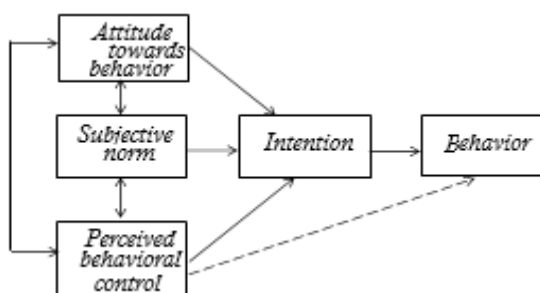
datang dari lingkungan sosial/masyarakat. Menurut Tirtaraharja (2004) terdapat sejumlah lembaga kemasyarakatan yang mempunyai peran dan fungsi edukatif yang besar, antara lain kelompok sebaya dan media massa. Kelompok sebaya mungkin paling besar pengaruhnya terhadap pembentukan kepribadian setelah lingkungan keluarga, terutama pada saat anak berusaha melepaskan diri dari pengaruh kekuasaan orangtua. Menurut Wayan Ardhana dalam Tirtaraharja (2004), beberapa fungsi kelompok sebaya antara lain: (a) mengajjar berhubungan dan menyesuaikan diri dengan orang lain, (b) memperkenalkan kehidupan masyarakat yang lebih luas, (c) menguatkan sebagian dari nilai-nilai yang berlaku dalam kehidupan masyarakat orang dewasa, (d) memberikan kepada anggota anggotanya cara-cara untuk membebaskan diri dari pengaruh kekuasaan otoritas, (e) memberikan pengalaman untuk mengadakan hubungan yang didasarkan pada prinsip persamaan hak, (f) memberikan pengetahuan yang tidak bisa diberikan oleh keluarga secara memuaskan (pengetahuan mengenai citarasa berpakaian, musik, jenis tingkah laku tertentu dan lain-lain), dan (g) memperluas cakrawala pengalaman anak, sehingga ia menjadi orang yang lebih kompleks.

Hal ini sesuai dengan teori Konvergensi (Walgitto, 2004) menyatakan bahwa lingkungan sekitar mempunyai peranan yang penting dalam perkembangan individu. Lingkungan sosial merupakan lingkungan dimana terjadi antara individu yang satu dengan yang lain. Lingkungan sosial ini ada yang primer dan ada yang sekunder. Lingkungan primer terjadi bila di antara individu yang satu dengan yang lain mempunyai hubungan yang erat dan saling mengenal dengan baik, misalnya keluarga. Lingkungan demikian akan mempunyai pengaruh yang mendalam terhadap perkembangan individu. Lingkungan sosial sekunder adalah suatu lingkungan dimana antara individu yang ada di dalamnya mempunyai hubungan dengan individu lainnya, pengaruh lingkungan ini relatif tidak mendalam. Sebagai contoh orang tua (lingkungan keluarga)

akan memberikan corak budaya, suasana rumah, pandangan hidup dan pola sosialisasi yang akan menentukan sikap, perilaku serta proses pendidikan terhadap anak-anaknya.

Orang tua yang bekerja sebagai wirasusaha akan mendukung dan mendorong kemandirian, berprestasi dan bertanggung jawab. Dukungan orang tua ini, terutama ayah sangat penting dalam pengambilan keputusan pemilihan karir bagi anak. Dengan pengaruh lingkungan sekitar atau teman sebaya yang bagus diharapkan intensi berwirausaha akan tumbuh dengan bagus juga.

Dalam penelitian ini akan digunakan bentuk teori mengenai kewirausahaan yang dijadikan dasar penelitian dalam skripsi ini, yaitu *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). Dalam memprediksi intensi berwirausaha mahasiswa, para peneliti dibidang kewirausahaan telah menggunakan teori tersebut untuk penelitian mereka karena menunjukkan hasil yang tinggi terhadap intensi untuk berwirausaha. *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan teori yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) mengenai perilaku spesifik dalam diri individu. Dalam teori ini mengasumsikan bahwa hampir seluruh perilaku manusia adalah hasil dari intensi seseorang untuk melakukan suatu perilaku dan kemampuan mereka untuk membuat pilihan yang sadar dan keputusan dalam melakukannya (kontrol kehendak).



**Gambar 1.** *Theory of Planned Behaviour*

Menurut Ajzen, terbentuknya intensi dapat diterangkan dengan TPB yang mengasumsikan manusia selalu mempunyai tujuan dalam berperilaku. Teori ini menyebutkan bahwa intensi adalah fungsi dari tiga determi-

nan dasar, yaitu: *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*.

Pendekatan teoritis yang digunakan untuk menjelaskan intensi dalam penelitian ini adalah teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) yang merupakan pengembangan teori tindakan beralasan yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). Teori ini menjelaskan bahwa intensi merupakan kunci utama untuk memprediksi perilaku manusia dan sebagai sebuah konstruk psikologis yang menunjukkan kekuatan motivasi seseorang dalam hal perencanaan yang sadar dalam usaha untuk menghasilkan perilaku yang dimaksud. intensi merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap maupun variabel lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk, 1) Menganalisis pengaruh literasi digital terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2) Menganalisis pengaruh efikasi diri terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 3) Menganalisis pengaruh lingkungan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 4) Menganalisis pengaruh literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

## METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada penelitian kuantitatif dilakukan dengan cara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015). Penggunaan penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan terhadap in-

tensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2015 yang menjadi objek penelitian ini sebanyak 904 mahasiswa yang terdiri dari 4 jurusan yakni Pendidikan Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan tabel Isaac dan Michael, sehingga dalam penarikan sampel, jumlahnya *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan yaitu sebanyak 251 mahasiswa.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *proportionate random sampling*. Variabel penelitian ini meliputi, Pertama, Intensi berwirausaha dalam *e-business*. Intensi berwirausaha diartikan sebagai keinginan atau niat yang ada pada diri seseorang untuk menciptakan kerja bagi dirinya atau untuk orang lain yang dapat dilihat dari niatan individu untuk dapat menanggung resiko, memanfaatkan peluang, menjadi seorang yang kreatif dan mandiri serta mampu mengolah sumber daya yang ada. Indikator intensi berwirausaha, yaitu: a) Siap melakukan apa saja untuk menjadi pengusaha, b) Tujuan profesional adalah menjadi seorang pengusaha, c) Akan melakukan berbagai upaya untuk memulai dan menjalankan bisnis atau usaha pribadi, d) Memutuskan untuk memiliki sebuah usaha atau bisnis di masa yang akan datang, e) Mempunyai pikiran yang sangat serius untuk memulai sebuah usaha atau bisnis, f) Memiliki intensi usaha untuk memulai bisnis atau usaha dikemudian hari.

Kedua, literasi digital. Literasi digital dapat didefinisikan sebagai kemampuan memahami dan menggunakan perangkat digital sebagai bentuk komunikasi termediasi dalam berbagai aspek dalam kehidupan sehari-hari. Indikator untuk mengukur tingkatan literasi digital (Stefany at al., 2017), adalah, a) Kemampuan pengguna media digital untuk menemukan, menafsirkan, mengevaluasi,

mengelola, hingga membagikan informasinya melalui akun sosial media, b) Mencakup partisipasi aktif pengguna media digital dalam kegiatan akademik untuk menjadikan informasi dari media digital tersebut sebagai referensi data, c) Keterampilan para pengguna media digital untuk bisa menggunakan teknologi untuk mendukung aspek kehidupannya seperti proses belajar mengajar, kerja sama tim (*team work*), d) Kemampuan pengguna media digital untuk mengadopsi, menyesuaikan dan menggunakan perangkat digital baik aplikasi dan layanannya, serta persepsi pengguna terhadap teknologi yang dapat memajukan kehidupan, e) Bagaimana pengguna media digital mengelola identitas *online*, f) Kemampuan pengguna media digital untuk mengaktifasi fitur-fitur yang dimiliki oleh setiap aplikasi dapat menjaga kerahasiaan informasi yang dibagikan oleh pengguna, g) Berpartisipasi aktif pengguna media digital untuk mengefisiensikan waktu, h) Kemampuan pengguna media digital yang secara kritis dan kreatif dapat menyaring informasi yang beredar di berbagai media.

Ketiga, efikasi diri. Efikasi diri adalah keyakinan yang ada dalam diri seseorang bahwa individu tersebut mempunyai kemampuan untuk menentukan perilaku yang tepat sehingga dapat mencapai keberhasilan seperti yang diharapkan. Indikator efikasi diri menurut Linan (2004) yaitu: a) Keyakinan akan potensi diri, b) Keyakinan akan kesuksesan usaha yang dirintisnya, c) Keyakinan akan tetap *survive* dalam usaha.

Keempat, lingkungan. Lingkungan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah lingkungan keluarga dan lingkungan sekolah/universitas. Lingkungan keluarga dapat disimpulkan sebagai jumlah semua benda hidup dan mati serta seluruh kondisi yang ada di dalam kelompok masyarakat kecil, yang terdiri atas ayah, ibu, dan anak yang mempunyai hubungan sosial karena adanya ikatan darah yang dapat mempengaruhi tingkah laku, pertumbuhan dan perkembangan anak. Sedangkan lingkungan sekolah/universitas merupakan lingkungan dimana peserta didik dibiasakan dengan nilai-nilai kegiatan pembelajaran agar

peserta didik mampu mengembangkan potensi yang ada seoptimal mungkin. Indikatornya yaitu keluarga terdekat anda yang memiliki bisnis sendiri, kuliah sambil membantu bekerja usaha keluarga, memiliki usaha sendiri yang merupakan bagian usaha keluarga, mahasiswa mendapatkan dorongan dari dosen untuk menjadi wirausaha, mahasiswa mendapatkan dorongan dari teman di universitas untuk menjadi wirausaha, dukungan sarana dan prasarana dari pihak universitas untuk berwirausaha.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data angket atau kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini bersifat tertutup dimana sudah disediakan jawaban untuk setiap pernyataan kuesioner. Bentuk alternatif jawaban yang disediakan dengan menggunakan skala likert. Responden hanya memberi tanda ceklis pada kolom jawaban yang sesuai. Teknik analisis uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil yang diperoleh dari empat variabel sebanyak 70 pernyataan menunjukkan 67 pernyataan valid. Sedangkan uji reliabilitas dengan *cornbach's alpha* > 0,7 ke empat variabel menunjukkan hasil yang reliabel.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif presentase. Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa, Statistik deskriptif untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum

atau generalisasi. Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan karakter dari masing-masing variabel bebas yaitu variabel literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan terhadap variabel terikat intensi berwirausaha dalam *e-business* untuk ditarik kesimpulan dengan kata-kata. Kemudian menggunakan metode analisis regresi berganda anatara lain uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, yang menggunakan bantuan program *IBM SPSS*.

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji parsial dan uji simultan. Uji signifikansi ini digunakan untuk menguji: H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi digital terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business*. H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara efikasi diri terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business*. H3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business*. H4: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan hidup terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan deskripsi mengenai variabel dari penelitian ini. Berdasarkan hasil olah data penelitian ringkasan statistik deskriptif dari masing-masing variabel terlihat dalam tabel 5.

Tabel 5. Statistik Deskriptif

No	Variabel	Min	Max	Mean	Std. Deviation	N	Kriteria
1	Intensi Berwirausaha dalam <i>e-business</i>	25	68	55,20	7,367	251	Tinggi
2	Literasi Digital	43	92	74,10	9,182	251	Tinggi
3	Efikasi Diri	17	62	29,41	4,346	251	Tinggi
4	Lingkungan	35	72	54,59	8,188	251	Tinggi
Rata-rata							Tinggi

Sumber: Olah data penelitian 2019

Pada tabel 5. merupakan hasil analisis deskriptif persentase dari variabel intensi berwirausaha dalam *e-business*, literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan yang menghasilkan nilai tertinggi, nilai terendah, total rata-rata skor setiap variabel hingga standar deviasi dari banyaknya responden yaitu 251.

Hasil analisis deskriptif persentase variabel intensi berwirausaha dalam *e-business* menunjukkan bahwa secara keseluruhan intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang masuk dalam kategori tinggi, dapat dilihat dari rata-rata jawaban mahasiswa sebesar 55,20. Variabel literasi digital mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang masuk dalam kategori tinggi, dapat dilihat dari rata-rata jawaban mahasiswa sebesar 74,10. Variabel efikasi diri mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang masuk dalam kategori tinggi, dapat dilihat dari rata-rata jawaban mahasiswa sebesar 29,41. Variabel lingkungan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang masuk dalam kategori tinggi, dapat dilihat dari rata-rata jawaban mahasiswa sebesar 54,59

Hasil analisis regresi berganda pengaruh literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* disajikan dalam tabel 6.

Berdasarkan tabel 6. analisis koefisien determinan dilakukan untuk melihat pengaruh literasi digital ( $X_1$ ), efikasi diri ( $X_2$ ) dan lingkungan ( $X_3$ ) terhadap intensi berwirausaha

dalam *e-business* (Y). Pada tabel empat terlihat besarnya koefisien determinan  $R^2=0,570$ , hal ini menunjukkan bahwa 57% intensi berwirausaha dalam *e-business* dipengaruhi oleh literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan, kontribusi sebesar 43% dipengaruhi oleh faktor lain.

Pengaruh kausal empiris antara variabel literasi digital ( $X_1$ ), efikasi diri ( $X_2$ ) dan lingkungan ( $X_3$ ) terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* (Y) dapat digambarkan dalam persamaan regresi:  $Y = 7,872 + 0,309X_1 + 0,394X_2 + 0,235X_3$ . Artinya bahwa jika tidak ada variabel independen literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan maka besarnya intensi berwirausaha dalam *e-business* adalah 7,872. Menunjukkan bahwa jika nilai semua variabel bebas 0 maka besar intensi berwirausaha dalam *e-business* akan naik sebesar 7,872 dengan asumsi lain variabel lain dianggap tetap.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Malebana (2014) yang menyebutkan bahwa *theory of planned behaviour* yang terdiri dari *attitude toward behaviour*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* dapat menumbuhkan intensi wirausaha. Sesuai dengan Ajzen (1991) dalam *theory of planned behaviour* bahwa minat akan dipengaruhi oleh 3 faktor utama yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dalam penelitian ini lebih dispesifikkan dengan menggunakan variabel literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan.

Tabel 6. Analisis Regresi Berganda

Model	Adjusted R <sup>2</sup>	F	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
			B	Std. Error	Beta	T	
Regression (Constant)	,570	111,858	7,872	2,618		3,007	,000 <sup>b</sup>
1 LD			,309	,048	,386	6,416	,000
ED			,394	,090	,232	4,349	,000
L			,235	,051	,261	4,634	,000

a. Dependent Variable: IB

Sumber: Olah data penelitian tahun 2018

Berdasarkan hasil penelitian uji parsial (uji t) nilai signifikansi variabel literasi digital terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* sebesar 0,000 dimana nilai tersebut kurang dari 0,05. Hasil dari analisis regresi pada penelitian ini menunjukkan koefisien regresi variabel literasi digital bernilai positif yaitu 0,309. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel literasi digital terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business*,  $H_{a1}$  diterima.

Hasil uji koefisiensi determinasi secara parsial ( $r^2$ ) variabel literasi digital terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sebesar 14%. Artinya kontribusi pengaruh literasi digital terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sebesar 14%.

Literasi digital merupakan penerapan sikap untuk membentuk suatu perilaku. Sikap penerapan literasi digital tentang wirausaha yang baik maka akan menumbuhkan intensi berwirausaha dalam *e-business* yang tinggi. Menurut Winarsih dan Furinawati (2018) literasi digital memberikan dampak positif pada peningkatan kemampuan berwirausaha. Hasil penelitian juga sesuai dengan *theory of planned behavior*. Dimana teori ini menyatakan bahwa sikap adalah dasar bagi pembentukan intensi. Di dalam sikap terdapat dua aspek pokok, yaitu: keyakinan individu bahwa menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu akan menghasilkan akibat-akibat atau hasil-hasil tertentu, dan merupakan aspek pengetahuan individu tentang obyek sikap dapat pula berupa opini individu hal yang belum tentu sesuai dengan kenyataan. Dalam penelitian Malebana (2014) juga menyebutkan bahwa sikap dapat menumbuhkan intensi berwirausaha. Secara teori, hasil penelitian dan didukung oleh penelitian terdahulu maka dalam penelitian ini literasi digital berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Berdasarkan hasil penelitian uji parsial

(uji t) nilai signifikansi variabel efikasi diri terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* sebesar 0,000 dimana nilai tersebut kurang dari 0,05. Hasil dari analisis regresi pada penelitian ini menunjukkan koefisien regresi variabel efikasi diri bernilai positif yaitu 0,394. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel efikasi diri terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business*,  $H_{a2}$  diterima.

Hasil uji koefisiensi determinasi secara parsial ( $r^2$ ) variabel efikasi diri terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sebesar 7%. Artinya kontribusi pengaruh efikasi diri terhadap intensi berwirausaha menggunakan sistem *e-business* mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sebesar 7%.

Berdasarkan analisis deskriptif variabel efikasi diri diperoleh hasil dari 251 mahasiswa mendapat rata-rata sebesar 29,41 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil tersebut dapat dilihat dari 0 mahasiswa (0%) mempunyai efikasi diri yang rendah, 11 mahasiswa (4%) mempunyai efikasi diri yang sedang, 112 mahasiswa (45%) mempunyai efikasi diri yang tinggi, dan 128 mahasiswa (51%) mempunyai efikasi diri yang sangat tinggi. Hasil analisis deskriptif per indikator dapat diketahui bahwa tiga indikator efikasi diri dalam kriteria tinggi. Efikasi diri akan mempengaruhi tindakan yang akan dipilih oleh seseorang. Salah satu tindakan yang dipilih seseorang adalah berkeinginan menjadi wirausaha. Hal ini membuktikan bahwa efikasi diri memegang peranan yang sangat tinggi dalam diri mahasiswa. Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha dalam *theory of planned behaviour* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), salah satunya yaitu *perceived behavioral control* yang dapat diwakili dengan efikasi diri. Maka dapat diartikan bahwa efikasi diri dapat mempengaruhi intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Selain itu, penelitian Hapsah & Savira dalam Evaliana (2015) menyebutkan bahwa

dengan *self efficacy* yang tinggi individu akan lebih percaya terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas yang beragam sehingga individu memiliki minat berwirausaha yang tinggi. Jadi bisa dikatakan bahwa, semakin tinggi kepercayaan diri atau *self efficacy* yang dimiliki seseorang terhadap minat berwirausaha mahasiswa maka semakin kuat intensi untuk berwirausaha yang dimilikinya. Maka dari itu efikasi diri yang tinggi diyakini dapat mempengaruhi intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang menjadi tinggi pula.

Berdasarkan hasil penelitian uji parsial (uji t) nilai signifikansi variabel lingkungan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* sebesar 0,000 dimana nilai tersebut kurang dari 0,05. Hasil dari analisis regresi pada penelitian ini menunjukkan koefisien regresi variabel lingkungan bernilai positif yaitu 4,634. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel lingkungan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business*,  $H_{a3}$  diterima.

Hasil uji koefisiensi determinasi secara parsial ( $r^2$ ) variabel lingkungan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sebesar 8%. Artinya kontribusi pengaruh lingkungan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sebesar 8%.

Berdasarkan analisis deskriptif variabel lingkungan diperoleh hasil dari 251 mahasiswa mendapat rata-rata sebesar 54,59 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil tersebut dapat dilihat dari 0 mahasiswa (0%) mempunyai pengaruh lingkungan yang rendah, 42 mahasiswa (17%) mempunyai pengaruh lingkungan yang sedang, 145 mahasiswa (58%) mempunyai pengaruh lingkungan yang tinggi, dan 64 mahasiswa (25%) mempunyai pengaruh lingkungan yang sangat tinggi.

Hasil analisis deskriptif per indikator dapat diketahui bahwa enam indikator lingkungan dalam kriteria tinggi. Hal ini berarti

terdapat pengaruh yang tinggi lingkungan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha dalam *theory of planned behaviour* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), salah satunya yaitu *subjective norm* yang dapat diwakili dengan faktor lingkungan. Maka dapat diartikan bahwa lingkungan dapat mempengaruhi intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marini dan Hamidah (2014) yang berjudul pengaruh *self efficacy*, lingkungan keluarga, dan lingkungan sekolah terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Jasa Boga. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh lingkungan keluarga dan lingkungan sekolah secara sendiri-sendiri maupun bersama terhadap intensi berwirausaha. Analisis deskriptif variabel lingkungan keluarga dan lingkungan sekolah adalah tinggi. Hal ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wiyanto dalam Azifah (2016) yang menyebutkan faktor lingkungan yang berupa kesiapan informasi akan akses modal, kemudahan akses informasi dan kualitas jaringan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) pada penelitian ini diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa  $H_{a4}$  diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Selain itu berdasarkan uji koefisien determinasi secara simultan ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa sebesar 57% variabel intensi berwirausaha dalam *e-business* mampu dijelaskan oleh variabel independen yaitu literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan. Sedangkan sisanya sebesar 43% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. 1) Ada pengaruh secara positif dan signifikan literasi digital terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sebesar 14%. 2) Ada pengaruh secara positif dan signifikan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sebesar 7%. 3) Ada pengaruh secara positif dan signifikan lingkungan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sebesar 8%. 4) Ada pengaruh secara positif dan signifikan literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sebesar 57%.

Saran yang diberikan dalam penelitian ini yaitu: 1) Diharapkan dapat memperbanyak pengetahuan atau menggali ilmu pada pengusaha-pengusaha yang sudah sukses sehingga dapat menambah keyakinan berkomitmen untuk menjadi pengusaha. 2) mahasiswa dapat mempertahankan penerapan literasi digital untuk berwirausaha tersebut, bisa dengan berlatih berwirausaha sejak dini. 3) mahasiswa menambah keyakinan diri untuk menjadi pengusaha, bisa dimulai dengan memperbanyak mengikuti seminar atau kajian tentang kewirausahaan. 4) dosen dapat menambah pelatihan-pelatihan kewirausahaan di dalam kelas, maupun diluar pembelajaran formal melalui seminar ataupun *workshop* tentang kewirausahaan, sehingga mahasiswa lebih banyak asupan tentang kewirausahaan. Kemudian dukungan teman yang bagus untuk berwirausaha akan dapat menambah intensi untuk berwirausaha. 5) untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menemukan faktor lain yang lebih mempengaruhi intensi berwirausaha dalam *e-business* selain literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan agar dapat memberikan kontribusi yang lebih baik.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih ditujukan kepada: 1) Prof. Dr. Fathur Rohman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Negeri Semarang. 2) Drs. Heri Yanto, MBA., Ph.D., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi. 3) Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan kemudahan administrasi perijinan selama pelaksanaan penelitian. 4) Dr. Widiyanto, MBA., M.M., Selaku penguji I yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. 5) Wijang Sakitri, S.Pd., M.Pd., Selaku penguji II yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. 6) Khasan Setiaji, S.Pd., M.Pd., Selaku Penguji III sekaligus sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta saran selama penyusunan skripsi ini. 7) Mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2015 yang bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. 8) Keluarga tercinta Bapak M. Sururi dan Ibu Fadhilah serta kakak-kakak dan adik-adikku yang telah memberi doa dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini. 9) Sahabat dan teman-temanku rombel Pendidikan Koperasi A dan B 2014. 10) Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan doa serta bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*. University of Massachusetts at Amherst. Vol. 50. Hal. 179-211.
- Apandi, Idris. (2017). *Membangun Jiwa Wiruasaha melalui Gerakan Literasi*. <https://www.kompasiana.com> (Diakses Desember 2018)
- APJII. (2016). *Hasil Survei Internet APJII 2016*.



- <https://apjii.or.id/survei2016> (diakses Desember 2018).
- Azifah, Nurul. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Keterampilan Berwirausaha, Dan Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha melalui Efikasi Diri pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FE UNNES. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang: Semarang.
- Azwar, S. (2005). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukuhannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Evaliana, Y. (2015). *Pengaruh Efikasi Diri Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa*. Jurnal Pendidikan dan Manajemen, 1,61-70.
- EuroMonitor. 2014. INFOGRAFIK: Indonesia Pusat E-Commerce ASEAN <https://kata-data.co.id/infografik/2016/01/04/indonesia-pusat-e-commerce-asean> (Diakses pada Desember 2018)
- Gamire, E., & Pearson, G. (2006). *Tech tally: Approaches to assessing technological literacy*. Island Press. <https://www.bps.go.id/> (diakses pada Desember 2018)
- Kartajaya, Hermawan. (2008). *Newwave Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kellner, Douglas & Jeff Share (2007). *Critical Media Literacy, Democracy, and the Reconstruction of Education*. [https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/2007\\_Kellner-Share-Steinberg%20and%20Macedo\\_ch1.pdf](https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/2007_Kellner-Share-Steinberg%20and%20Macedo_ch1.pdf)
- Koe et al. (2012). *Determinants Of Entrepreneurial Intention Among Millennial Generation*. *Proceedings of The 2012 International (Spring) Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management*. Pattaya, Thailand. Hal 107-208.
- Kurniawan et al. (2016). *Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi, dan Kepribadian terhadap Minat Wirausaha melalui Self Efficacy*. *Journal of Economic Education*, Vol. 5.
- Kurniawan, Yusril Rosyid dan Harti. (2013). *Pengaruh Tingkat Penggunaan Sosial Media terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). Vol. 1, No. 3. Halaman 1-17.
- Lankshear, Colin & Knobel, Michele (eds), (2008). *Digital Literacy And Digital Literacies: Policy, Pedagogy And Research Considerations For Education*. New York: Peter Lang.
- Linan, F. (2008). *Skill and Value Perceptions: How Do They Affect Entrepreneurial Intentions?*. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 4. 257-272.
- Malebana, Justice. (2014). *Entrepreneurial intentions of South African rural university students: A test of the theory of planned behaviour*. *Journal of Economics and Behavioral Studies*. Vol. 6, No. 2, pp. 130-143, (ISSN: 2220-6140).
- Marini, C. K dan Hamidah, Siti. (2014). *Pengaruh Self-Efficacy, Lingkungan Keluarga, dan Lingkungan Sekolah terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Jasa Boga*. Jurnal Pendidikan Vokasi. Vol. 4, No. 2.
- Maulana, et al. (2015). *Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjualan Online*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 29. No. 1. Malang: Universitas Brawijaya.
- Paulus, et al. (2005). *Sistem Informasi*. Bandung: Informatika.
- Paulina dan Wardoyo. (2012). *Faktor Pendukung terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa*. Jurnal Dinamika Manajemen. Vol. 3, No. 1.
- Putra, Rano Aditia. (2012). *Faktor-Faktor Penentu Minat Mahasiswa Manajemen untuk Berwirausaha (Studi Mahasiswa Manajemen FE Universitas Negeri Padang)*. Jurnal Manajemen, Volume 01, Nomor 01.
- Stefanny, et al. (2017). *Literasi Digital dan Pembukaan Diri: Studi Korelasi Penggunaan Media Sosial pada Pelajar Remaja di Kota Medan*. *Sosiglobal*. Vol. 2 (1). 10-31.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta..
- Suharti, L dan Sirene, H. (2011). *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention)*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.13, No.2.
- Summey, Dustin C. (2013). *Developing Digital Literacies: A Framework for Professional Learning*. Amerika Serikat: Corwin Press.
- Tirtaraharja Umar. (2004). *Pengantar Pendidikan*. Rineka Cipta
- Walgito, Bimo. (2004). *Pengantar psikologi Umum*. Jakarta: Penerbit Andi

- Winarsih dan Furinawati. (2018). *Literasi Teknologi dan Literasi Digital untuk Menumbuhkan Keterampilan Berwirausaha bagi Kelompok Pemuda di Kota Madiun*. Prosiding Seminar Nasional Edusaintek. FMIPA UNIMUS.
- Woolfolk, A. (2007). *Educational psychology (10th ed)*. Boston, MA: Pearson Education
- Wulandari, R. P. (2013). *Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha*. Vol.1, No.1, Hal 5-6.
- Zimmerer, Thomas, Scarborough, Norman., Wilson, Doug. (2008). *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.