

Pengaruh *Digital Entrepreneurship* dan *Financial Literacy* Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

M. Afrozi Ubaidillah Alfariz¹, Dwi Kurniawan², Yayuk Sriayudha³

^{1,2,3}Universitas Jambi, Indonesia

E-mail: ubaidillahalfariz56789@gmail.com¹, dwi.kurniawan13@unja.ac.id², yayuk.sriayudha@unja.ac.id³

Article History:

Received: 28 Maret 2026

Revised: 20 April 2026

Accepted: 30 April 2026

Keywords: *digital entrepreneurship, financial literacy, intensi berwirausaha, generasi Z, pendidikan tinggi*

Abstract: Penelitian ini menganalisis pengaruh *digital entrepreneurship* dan *financial literacy* terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, dalam konteks rendahnya realisasi kewirausahaan alumni dan tingkat literasi keuangan nasional. Tujuan penelitian adalah menguji pengaruh parsial dan simultan kedua variabel tersebut terhadap pembentukan intensi berwirausaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert kepada mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta regresi linier berganda untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital entrepreneurship* dan *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa penguasaan kompetensi digital serta pemahaman keuangan menjadi faktor penting dalam mendorong kesiapan generasi muda untuk berwirausaha. Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi penguatan kewirausahaan digital dan literasi keuangan dalam kurikulum pendidikan tinggi merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan intensi berwirausaha secara berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi lanskap kewirausahaan di Indonesia, menciptakan peluang baru bagi generasi muda untuk memulai usaha dengan modal rendah melalui platform seperti e-commerce dan media sosial. Fenomena ini, yang dikenal sebagai *Digital Entrepreneurship*, memungkinkan konektivitas cepat antara produsen dan konsumen, sehingga mendorong inklusivitas ekonomi dan pertumbuhan lapangan kerja di negara berkembang. Penetrasi internet mencapai 80,9% populasi pada 2025, dengan 143 juta pengguna media sosial, menjadikan

Indonesia pasar digital terbesar di Asia Tenggara.

Generasi Z, sebagai digital natives yang lahir antara 1997-2012 dan mencapai 27,94% populasi Indonesia atau sekitar 75 juta jiwa, memiliki keunggulan adaptasi teknologi namun masih menghadapi tantangan dalam mengonversi potensi ini menjadi aksi nyata. Mereka tumbuh di era digital yang mendukung inovasi seperti dropshipping dan content monetization, tetapi keberhasilan usaha sering terhambat oleh kurangnya pengelolaan sumber daya.

Meskipun peluang digital terbuka lebar, tingkat realisasi kewirausahaan rendah, seperti terlihat dari hanya 9,27% alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang menjadi wirausaha dari total 4.627 lulusan, serta pengangguran usia 20-24 tahun mencapai 13,04%. Rendahnya *Financial Literacy* nasional sebesar 66,46% meskipun inklusi keuangan 80,51% menyebabkan kesalahan pengelolaan arus kas dan risiko kerugian, yang memperburuk kesenjangan antara minat dan implementasi usaha. Survei awal pada mahasiswa angkatan 2022 menunjukkan minat tinggi, tetapi kesiapan digital dan finansial masih beragam.

Penelitian terdahulu seperti Octavia et al. (2023) menyoroti pengaruh budaya dan gender pada orientasi kewirausahaan Gen Z di Jambi, sementara Maulidiyah Rohman (2024) menemukan *Financial Literacy* memengaruhi minat fintech, namun belum mengintegrasikan *Digital Entrepreneurship* secara spesifik terhadap intensi berwirausaha mahasiswa lokal. Kesenjangan ini semakin nyata karena studi nasional jarang fokus pada konteks universitas tertentu seperti Universitas Jambi, di mana potensi UMKM digital tinggi tapi kurang dieksplorasi.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Digital Entrepreneurship* dan *Financial Literacy* terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, baik secara parsial maupun simultan. Urgensinya terletak pada kebutuhan memperkuat kurikulum kewirausahaan adaptif terhadap ekonomi digital untuk mengurangi pengangguran dan mendorong lulusan mandiri, sejalan dengan data tracer study fakultas. Kebaruannya adalah integrasi simultan kedua variabel dalam konteks lokal spesifik, mengisi research gap dari studi sebelumnya yang terpisah-pisah, sehingga memberikan kontribusi empiris baru bagi teori Theory of Planned Behavior di era digital Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode survei, yang memungkinkan pengukuran numerik hubungan antara variabel independen (*Digital Entrepreneurship* dan *Financial Literacy*) terhadap variabel dependen (Intensi Berwirausaha) pada mahasiswa Generasi Z. Pendekatan kuantitatif dipilih karena sesuai untuk menguji hipotesis secara objektif melalui data primer dari kuesioner dan analisis statistik, sebagaimana dijelaskan Sugiyono (2021) dalam metodologi penelitian kuantitatif yang menekankan pengujian hubungan kausal pada populasi besar. Sudaryono (2021) menambahkan bahwa metode survei efektif untuk mengumpulkan data primer dari responden tersebar, sementara Creswell dan Creswell (2023) menegaskan pendekatan ini ideal untuk generalisasi temuan empiris pada konteks sosial-ekonomi seperti kewirausahaan mahasiswa.

Instrumen utama adalah kuesioner tertutup berbasis skala Likert 5 poin (1=Sangat Tidak Setuju hingga 5=Sangat Setuju), disusun dari indikator operasional variabel seperti inovasi digital (Nambisan, 2017), pengetahuan keuangan dasar (Lusardi & Mitchell, 2014), dan sikap terhadap perilaku (Ajzen, 1991), disebarluaskan daring via Google Form. Teknik analisis mencakup uji validitas (*Pearson Product Moment*), reliabilitas (*Cronbach's Alpha*), asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), regresi linier berganda, uji t/F, koefisien determinasi R^2 , dan uji Chi-Square, diolah dengan SPSS versi 30. Emzir (2021) mendukung penggunaan instrumen Likert untuk data kuantitatif yang reliabel, sementara Sugiyono (2022) menekankan regresi

berganda untuk mengukur pengaruh simultan variabel, dengan validitas instrumen memastikan akurasi pengukuran.

Populasi terdiri dari 806 mahasiswa aktif S1 FEB Universitas Jambi angkatan 2022 (Manajemen 209, Ekonomi Pembangunan 202, Akuntansi 162, Ekonomi Islam 148, Kewirausahaan 51, Bisnis Digital 34), yang memenuhi kriteria Generasi Z (lahir 1997-2012) dan pengalaman kewirausahaan. Sampel 100 responden ditentukan rumus Slovin ($e=0,10$) dan didistribusikan proporsional dengan purposive sampling untuk representasi, memastikan relevansi dengan tujuan menguji pengaruh variabel pada kelompok tersebut. Sudaryono (2021) menyatakan purposive sampling tepat untuk sampel spesifik berdasarkan kriteria, sementara Creswell dan Creswell (2023) menyarankan Slovin untuk populasi besar guna generalisasi akurat.

Prosedur dimulai dengan studi pendahuluan (survei awal 30 responden), penyusunan kuesioner berdasarkan definisi operasional, penyebaran daring kepada 136 responden (dipilih 100 setelah screening), pengujian instrumen (validitas/reliabilitas), analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi, dan uji hipotesis. Data sekunder dari literatur seperti APJII (2025) dan OJK-BPS (2025) melengkapi analisis, dengan etika menjaga kerahasiaan responden. Emzir (2021) menguraikan prosedur sistematis ini untuk kuantitatif, didukung Sugiyono (2021) yang menekankan urutan dari pengumpulan hingga interpretasi untuk validitas hasil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Laki – laki	33	33.0
2.	Perempuan	67	67.0
Total		100	100

Sumber: Data diolah (2026)

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	21	53	53.0
2.	22	39	39.0
3.	23	8	8.0
Total		100	100

Sumber: Data diolah (2026)

Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia 21–22 tahun, yang termasuk dalam kelompok Generasi Z

3. Karakteristik Responden Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2022

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Mahasiswa Aktif FEB Angkatan 2022	Frekuensi	Presentase (%)
1	Ya	100	100,0
2	Tidak	0	0

Sumber: Data diolah (2026)

Hal ini menunjukkan bahwa sampel penelitian telah sesuai dengan kriteria yang ditetapkan, sehingga data yang diperoleh bersifat homogen dari segi angkatan dan relevan dengan tujuan penelitian yang dilakukan

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi

No	Program Studi	Frekuensi	Presentase(%)
1	Manajemen	26	26.00
2	Ekonomi Pembangunan	25	25.00
3	Akuntansi	20	20.00
4	Ekonomi Islam	18	18.00
5	Kewirausahaan	6	6.00
6	Bisnis Digital	5	5.00
Total		100	100.00

Sumber: Data diolah (2026)

Komposisi ini menunjukkan bahwa seluruh program studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi telah terwakili dalam penelitian ini, sehingga hasil penelitian dapat mencerminkan kondisi yang representatif dari populasi mahasiswa FEB UNJA secara keseluruhan.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Kewirausahaan

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Pengalaman Kewirausahaan	Frekuensi	Presentase(%)
1	Ya	100	100,0
2	Tidak	0	0

Sumber: Data diolah (2026)

Hal ini menunjukkan bahwa responden telah memiliki paparan yang cukup terhadap dunia kewirausahaan, sehingga data yang diperoleh relevan untuk menganalisis pengaruh *Digital Entrepreneurship* dan *Financial Literacy* terhadap intensi berwirausaha mahasiswa.

Deskripsi Hasil

1. Analisis rata – rata tanggapan responden
 - a. *Digital Entrepreneurship* (X1)

Tabel 6. Rata-Rata Tanggapan Responden pada Variabel *Digital Entrepreneurship*

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Rata-rata	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	Saya berniat menciptakan ide usaha yang memanfaatkan teknologi digital	2	2	7	47	42	4,25	Tinggi
2	Saya berencana mengembangkan produk atau layanan berbasis teknologi digital	1	4	14	53	28	4,03	Tinggi
3	Saya memiliki keinginan kuat untuk menjadi inovator di bidang <i>Digital Entrepreneurship</i>	1	4	20	49	26	3,95	Tinggi
4	Saya berniat menggunakan media sosial untuk promosi ketika memulai usaha nanti	2	0	3	38	57	4,48	Sangat Tinggi

5	Saya berencana mempelajari cara mengelola bisnis digital sebelum memulai usaha	2	0	7	49	42	4,29	Sangat Tinggi
6	Saya berencana menjual produk melalui marketplace digital di masa depan	2	1	4	38	55	4,43	Sangat Tinggi
7	Saya ingin mengoptimalkan berbagai platform digital untuk memperluas jangkauan bisnis	2	0	3	40	55	4,46	Sangat Tinggi
8	Saya berniat menjalankan model bisnis berbasis digital agar usaha lebih efisien	2	0	3	48	47	4,38	Sangat Tinggi
9	Saya ingin menyesuaikan strategi bisnis dengan perkembangan teknologi digital	2	0	6	46	46	4,34	Sangat Tinggi
Total							38,7	Sangat Tinggi
Rata-rata							4,30	Tinggi

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis rata-rata tanggapan responden pada variabel *Digital Entrepreneurship* yang diukur melalui sembilan pernyataan menunjukkan penilaian responden yang berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi, dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,30 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Seluruh pernyataan memiliki nilai rata-rata di atas 3,90, yang menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan kuat terhadap penerapan kewirausahaan berbasis digital.

b. *Financial Literacy* (X2)

Tabel 7. Rata-Rata Tanggapan Responden pada Variabel *Financial Literacy*

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Rata-rata	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	Saya berniat memahami cara mengelola pendapatan dan pengeluaran untuk usaha saya kelak	2	2	6	44	46	4,30	Sangat Tinggi
2	Saya berencana menabung dan berinvestasi sebagai persiapan modal usaha	2	2	8	43	45	4,27	Sangat Tinggi
3	Saya ingin memperdalam pengetahuan tentang pengelolaan arus kas bisnis sebelum memulai usaha	2	3	12	41	42	4,18	Tinggi
4	Saya berniat menyusun rencana keuangan sebelum memulai usaha	2	2	7	42	47	4,32	Sangat Tinggi
5	Saya berencana membuat anggaran keuangan agar usaha dapat berjalan stabil	2	2	7	44	45	4,30	Sangat Tinggi
6	Saya ingin menerapkan perencanaan keuangan jangka panjang untuk mengembangkan usaha	2	3	13	40	42	4,17	Tinggi
7	Saya berniat mempertimbangkan risiko keuangan sebelum mengambil keputusan bisnis	2	2	8	42	46	4,28	Sangat Tinggi
8	Saya berencana menghindari utang berlebihan dalam menjalankan usaha	2	3	9	41	45	4,24	Sangat Tinggi
9	Saya ingin mengambil keputusan finansial dengan hati-hati agar usaha saya berkelanjutan	2	2	7	43	46	4,31	Sangat Tinggi
Total							4,27	Sangat Tinggi
Rata-rata								Tinggi

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis rata-rata tanggapan responden pada variabel *Financial Literacy*, dapat diketahui bahwa mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi angkatan 2022 memiliki tingkat *Financial Literacy* yang tergolong sangat tinggi, dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,27.

c. *Intensi Berwirausaha (Y)***Tabel 8. Rata-Rata Tanggapan Responden Pada Variabel Intensi Berwirausaha**

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Rata-rata	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	Saya memiliki niat kuat untuk memulai usaha sendiri	2	2	6	41	49	4,33	Sangat Tinggi
2	Saya berencana mendirikan usaha setelah menyelesaikan studi	2	3	8	43	44	4,24	Sangat Tinggi
3	Saya ingin menjadi pengusaha di masa depan	2	2	7	42	47	4,30	Sangat Tinggi
4	Saya berniat mempersiapkan sumber daya untuk memulai usaha	2	3	10	41	44	4,22	Sangat Tinggi
5	Saya berencana memanfaatkan peluang bisnis yang ada di sekitar saya	2	3	9	42	44	4,23	Sangat Tinggi
6	Saya ingin mengembangkan rencana bisnis sebelum membuka usaha	2	3	11	40	44	4,21	Sangat Tinggi
7	Saya yakin mampu menghadapi risiko yang muncul dalam usaha	2	4	12	39	43	4,17	Tinggi
8	Saya percaya diri bahwa saya bisa menjadi wirausahawan yang sukses	2	3	9	41	45	4,24	Sangat Tinggi
9	Saya memiliki motivasi tinggi untuk merealisasikan niat berwirausaha	2	2	7	40	49	4,32	Sangat Tinggi
Total							4,25	Sangat Tinggi
Rata-rata								

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis rata-rata tanggapan responden terhadap variabel Intensi Berwirausaha, dapat diketahui bahwa mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi angkatan 2022 memiliki tingkat intensi berwirausaha yang tergolong sangat tinggi, dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,25

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Tabel 9. Hasil Uji Validitas

Variable	Pernyataan	Nilai r_{Hitung}	Nilai r_{Tabel}	Sig	Keterangan
<i>Digital Entrepreneurship(X1)</i>	DE 1	0,822	0,361	< 0,001	Valid
	DE 2	0,869	0,361	< 0,001	Valid
	DE 3	0,720	0,361	< 0,001	Valid
	DE 4	0,647	0,361	< 0,001	Valid
	DE 5	0,869	0,361	< 0,001	Valid
	DE 6	0,880	0,361	< 0,001	Valid
	DE 7	0,696	0,361	< 0,001	Valid
	DE 8	0,814	0,361	< 0,001	Valid
	DE 9	0,845	0,361	< 0,001	Valid
<i>Finanial Literacy (X2)</i>	FL 1	0,760	0,361	< 0,001	Valid
	FL 2	0,781	0,361	< 0,001	Valid
	FL 3	0,782	0,361	< 0,001	Valid
	FL 4	0,784	0,361	< 0,001	Valid
	FL 5	0,774	0,361	< 0,001	Valid
	FL 6	0,820	0,361	< 0,001	Valid

Intensi Berwirausaha (Y)	FL 7	0,866	0,361	< 0,001	Valid
	FL 8	0,538	0,361	< 0,002	Valid
	FL 9	0,669	0,361	< 0,001	Valid
	IB 1	0,694	0,361	< 0,001	Valid
	IB 2	0,844	0,361	< 0,001	Valid
	IB 3	0,810	0,361	< 0,001	Valid
	IB 4	0,752	0,361	< 0,001	Valid
	IB 5	0,813	0,361	< 0,001	Valid
	IB 6	0,772	0,361	< 0,001	Valid
	IB 7	0,813	0,361	< 0,001	Valid
	IB 8	0,870	0,361	< 0,001	Valid
	IB 9	0,776	0,361	< 0,001	Valid

Sumber: Data diolah (2026)

Seluruh item pernyataan juga menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, bahkan sebagian besar berada pada tingkat < 0,001, yang menunjukkan bahwa hubungan antara masing-masing item dengan skor total variabel bersifat signifikan secara statistik, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian pada tahap pengumpulan dan analisis data penelitian utama.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
<i>Digital Entrepreneurship</i>	0,928	9
<i>Financial Literacy</i>	0,904	9
Intensi Berwirausaha	0,926	9

Sumber: Data diolah (2026)

Nilai tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk tahap analisis berikutnya, karena instrumen penelitian terbukti menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya.

Uji Asumsi Klasik

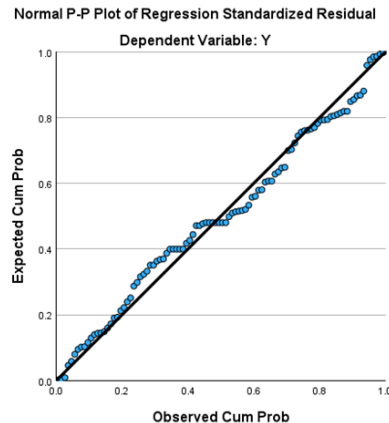
1. Uji Normalitas

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardize Residual
Test Statistic	.070
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.200 ^d

Sumber: Data diolah (2026)

Nilai test statistic Kolmogorov–Smirnov sebesar 0,070 yang relatif kecil menunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara distribusi data residual dengan distribusi normal teoritis. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi, sehingga data layak digunakan untuk analisis selanjutnya.



Sumber: Data diolah (2026)

Gambar 1. P-P Plot of Regression Standardized Residual

Berdasarkan grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual di atas, terlihat bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Pola ini menunjukkan bahwa sebaran data residual memiliki distribusi yang mendekati normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.		Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.192	1.480		1.481	.142			
X1	.654	.066	.660	9.981	<.001		.305	3.276
X2	.299	.064	.308	4.661	<.001		.305	3.276

Sumber: Data diolah (2026)

Analisis regresi menunjukkan bahwa *Digital Entrepreneurship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha dengan koefisien $B=0,654$ ($p<0,001$, $Beta=0,660$), diikuti *Financial Literacy* dengan $B=0,299$ ($p<0,001$, $Beta=0,308$), sehingga *Digital Entrepreneurship* merupakan prediktor dominan. Konstanta sebesar 2,192 tidak signifikan ($p=0,142$), namun tidak mengganggu validitas model. Kedua variabel independen bebas multikolinearitas (Tolerance=0,305, VIF=3,276), mengonfirmasi bahwa peningkatan satu satuan *Digital Entrepreneurship* meningkatkan intensi berwirausaha 0,654 satuan dan *Financial Literacy* 0,299 satuan, dengan variabel lain konstan.

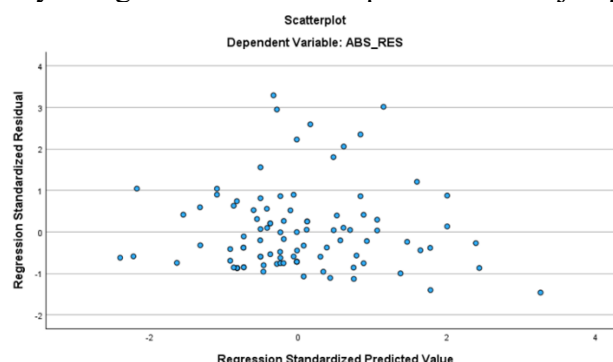
3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.		Tolerance	VIF
1 Constant	2.355	.974		2.419	.017			
X1	-.085	.043	-.354	-1.967	.052		.305	3.276
X2	.061	.042	.259	1.439	.153		.305	3.276

Sumber: Data diolah (2026)

Model regresi linier berganda dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi klasik heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya



Sumber: Data diolah (2026)

Gambar 2. Hasil Uji Scatterplot

Berdasarkan grafik Scatterplot di atas, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu nol (0) pada sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu yang jelas, baik mengerucut maupun menyebar secara teratur.

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 14. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	9	45	38.61	5.667
X2	100	9	45	39.72	5.793
Y	100	9	45	39.34	5.618
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada table 14 di atas, diketahui bahwa jumlah responden (N) dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 15. Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.192	1.480		1.481	.142
X1	.654	.066	.660	9.981	<.001
X2	.299	.064	.308	4.661	<.001

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada table 15 di atas, diperoleh nilai konstanta (a) dan koefisien regresi (b1 dan b2) yang digunakan untuk membentuk persamaan regresi.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (t)

Tabel 16. Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2.192	1.480		1.481	.142
X1	.654	.066	.660	9.981	<.001
X2	.299	.064	.308	4.661	<.001

Sumber: Data diolah (2026)

Nilai t-tabel pada penelitian ini diperoleh dari derajat kebebasan ($df = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$), sehingga diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,984.

2. Uji Simultan (f)

Tabel 17. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2719.597	2	1359.798	325.806	<,001 ^b
	Residual	404.843	97	4.174		
	Total	3124.440	99			

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji simultan tersebut, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 18. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.933 ^a	.870	.868	2.043

Sumber: Data diolah (2026)

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki daya jelas yang sangat kuat, sehingga variabel *Digital Entrepreneurship* dan *Financial Literacy* mampu menjelaskan sebagian besar variasi Intensi Berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

Uji Chi-Square (X^2)

Tabel 19. Hasil Uji Chi-Square

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.544 ^a	2	.063
Likelihood Ratio	6.843	2	.033
Linear-by-Linear Association	1.217	1	.270
N of Valid Cases	100		

Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan intensi berwirausaha antara mahasiswa laki-laki dan perempuan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin tidak memengaruhi tingkat intensi berwirausaha, karena baik mahasiswa laki-laki maupun perempuan memiliki minat berwirausaha yang relatif sama pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

Pembahasan

Pengaruh *Digital Entrepreneurship* Terhadap Intensi Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital Entrepreneurship* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha (Y) pada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi angkatan 2022. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ dengan nilai t hitung sebesar 9,981, yang lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,984, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa *Digital Entrepreneurship* berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemahaman dan kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan kewirausahaan, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk berwirausaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wibowo et al., 2023) yang menyatakan bahwa *Digital Entrepreneurship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa penguasaan kewirausahaan berbasis digital mampu meningkatkan kesiapan dan kepercayaan diri mahasiswa dalam memulai usaha, terutama dalam menghadapi dinamika ekonomi digital yang terus berkembang. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat pendukung usaha, tetapi juga sebagai faktor pendorong utama dalam pembentukan niat berwirausaha.

Dalam konteks Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, temuan ini menjadi relevan mengingat mahasiswa dibekali dengan pengetahuan ekonomi, manajemen, dan bisnis yang terintegrasi dengan perkembangan teknologi digital. Lingkungan akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang mendorong pemanfaatan teknologi, pemahaman pasar, serta pengembangan kewirausahaan menjadikan *Digital Entrepreneurship* sebagai kompetensi penting bagi mahasiswa. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan kewirausahaan berbasis digital di lingkungan fakultas diharapkan dapat semakin memperkuat intensi berwirausaha mahasiswa serta mendorong lahirnya wirausahawan muda yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital.

Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital Entrepreneurship* berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha, temuan ini perlu dilihat lebih lanjut dalam konteks realisasi kewirausahaan alumni. Hasil penelitian ini memberikan penjelasan atas fenomena rendahnya jumlah alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang berwirausaha, meskipun peluang *Digital Entrepreneurship* semakin terbuka. Berdasarkan data tracer study, kurang dari 10% alumni memilih wirausaha sebagai pekerjaan utama. Temuan ini mengindikasikan bahwa penguasaan *Digital Entrepreneurship* menjadi faktor penting dalam mendorong terbentuknya intensi berwirausaha yang lebih kuat dan terarah. Tanpa kemampuan inovasi digital, pemanfaatan teknologi, serta pengelolaan model bisnis digital, niat berwirausaha mahasiswa berpotensi tidak berkembang menjadi tindakan nyata setelah lulus.

Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Intensi Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Financial Literacy* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha (Y) pada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi angkatan 2022. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ dengan nilai t hitung sebesar 4,661, yang lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,984, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman mahasiswa mengenai pengelolaan keuangan, perencanaan modal, serta pengambilan keputusan finansial, maka semakin tinggi pula intensi mereka untuk berwirausaha.

Pengaruh positif *Financial Literacy* mengindikasikan bahwa kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan memberikan rasa aman dan kepercayaan diri dalam menghadapi risiko usaha. Mahasiswa yang memiliki *Financial Literacy* yang baik cenderung mampu menyusun perencanaan keuangan usaha, mengelola arus kas, serta memperhitungkan risiko dan keuntungan secara lebih rasional. Kondisi tersebut mendorong mahasiswa untuk lebih siap dalam memulai usaha dan berani mengambil keputusan untuk berwirausaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alshebami & Al Marri, 2022) yang menyatakan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap entrepreneurial intention. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa individu dengan tingkat *Financial Literacy* yang baik memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk berwirausaha karena mampu mengelola sumber daya keuangan secara efektif dan memiliki perilaku keuangan yang lebih terencana. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa *Financial Literacy* merupakan faktor penting dalam membentuk intensi berwirausaha mahasiswa.

Dalam konteks Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, hasil penelitian ini relevan mengingat mahasiswa memperoleh pembelajaran yang berkaitan dengan keuangan, akuntansi, manajemen, dan ekonomi. Pengetahuan tersebut menjadi modal penting bagi mahasiswa dalam memahami aspek keuangan usaha sejak dini. Oleh karena itu, peningkatan *Financial Literacy* melalui pembelajaran dan praktik yang aplikatif di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis diharapkan dapat semakin mendorong intensi berwirausaha mahasiswa serta meningkatkan kesiapan mereka dalam menghadapi dunia usaha.

Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa, pengaruh tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam realisasi kewirausahaan setelah lulus. Kondisi ini sejalan dengan temuan tracer study Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang menunjukkan bahwa proporsi alumni yang memilih berwirausaha sebagai pekerjaan utama masih relatif rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa keterbatasan pemahaman dan kesiapan dalam pengelolaan keuangan usaha dapat menjadi faktor penghambat bagi mahasiswa untuk mengaktualisasikan niat berwirausaha menjadi tindakan nyata. Oleh karena itu, *Financial Literacy* tidak hanya berperan dalam membentuk intensi berwirausaha, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam menjembatani niat tersebut agar dapat diwujudkan dalam bentuk usaha yang berkelanjutan setelah mahasiswa menyelesaikan studi.

Pengaruh *Digital Entrepreneurship* dan *Financial Literacy* secara simultan Terhadap Intensi Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital Entrepreneurship* dan *Financial Literacy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji regresi linier berganda dan uji simultan (uji F) yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Temuan ini

mengindikasikan bahwa kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan kewirausahaan, serta pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan, secara bersama-sama mampu mendorong munculnya niat dan keinginan mahasiswa untuk berwirausaha.

Pengaruh *Digital Entrepreneurship* terhadap intensi berwirausaha menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah menjadi faktor penting dalam membentuk pola pikir kewirausahaan mahasiswa. Kemampuan dalam memanfaatkan platform digital, media sosial, dan teknologi informasi memberikan kemudahan dalam memulai dan menjalankan usaha dengan modal yang relatif lebih rendah serta jangkauan pasar yang lebih luas. Kondisi ini membuat mahasiswa memandang kegiatan berwirausaha sebagai sesuatu yang lebih realistis dan memungkinkan untuk dilakukan, sehingga mendorong meningkatnya intensi berwirausaha.

Sementara itu, *Financial Literacy* berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat intensi berwirausaha mahasiswa. Pemahaman mengenai pengelolaan keuangan, perencanaan modal, serta pengambilan keputusan finansial membantu mahasiswa dalam meminimalkan risiko usaha dan meningkatkan rasa percaya diri dalam menjalankan bisnis. Mahasiswa dengan tingkat *Financial Literacy* yang baik cenderung lebih siap dalam menghadapi tantangan kewirausahaan, sehingga memiliki niat yang lebih kuat untuk memulai usaha.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi antara penguasaan aspek digital dan kemampuan pengelolaan keuangan merupakan faktor kunci dalam menumbuhkan intensi berwirausaha mahasiswa. Temuan ini relevan dengan karakteristik mahasiswa Generasi Z yang akrab dengan teknologi digital, namun di sisi lain dihadapkan pada tantangan ekonomi yang menuntut kemandirian dan kreativitas. Oleh karena itu, penguatan pembelajaran kewirausahaan berbasis digital serta peningkatan *Financial Literacy* di lingkungan perguruan tinggi menjadi strategi yang penting dan relevan untuk mendorong lahirnya wirausahawan muda.

Temuan simultan ini menegaskan bahwa intensi berwirausaha mahasiswa tidak dapat dijelaskan oleh satu faktor tunggal. *Digital Entrepreneurship* berperan dalam membuka peluang dan meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa untuk berwirausaha, sementara *Financial Literacy* memastikan kesiapan mahasiswa dalam mengelola risiko dan keberlanjutan usaha. Kombinasi kedua faktor ini membantu menjelaskan fenomena yang ditemukan dalam penelitian, yaitu meskipun survei awal menunjukkan intensi berwirausaha yang tinggi, realisasi kewirausahaan alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi masih tergolong rendah. Tanpa dukungan kemampuan digital dan *Financial Literacy* yang memadai, intensi berwirausaha berpotensi tidak terimplementasi secara optimal dalam bentuk usaha nyata setelah lulus.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Digital Entrepreneurship* dan *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Kemampuan memanfaatkan teknologi digital melalui media sosial, marketplace, dan model bisnis berbasis teknologi terbukti meningkatkan keyakinan dan minat mahasiswa untuk memulai usaha, sejalan dengan karakter Generasi Z sebagai digital natives. Di sisi lain, pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan, perencanaan modal, dan pengambilan keputusan finansial memperkuat kesiapan mental dan rasionalitas mahasiswa dalam menghadapi risiko usaha, sehingga mendorong niat berwirausaha yang lebih kuat. Nilai koefisien determinasi yang tinggi mengindikasikan bahwa kombinasi kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi intensi berwirausaha, meskipun realisasi alumni yang berwirausaha masih relatif rendah sehingga menegaskan adanya jarak antara niat dan tindakan nyata.

hasil penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain penggunaan desain potong lintang cross-sectional yang tidak dapat menangkap dinamika perubahan intensi dari waktu ke waktu, serta keterbatasan konteks pada satu fakultas dan satu angkatan sehingga generalisasi ke populasi mahasiswa yang lebih luas perlu dilakukan dengan hati-hati. Instrumen yang berbasis self-report juga berpotensi menimbulkan bias sosial, karena responden dapat cenderung memberikan jawaban yang dianggap ideal, bukan kondisi sebenarnya. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan desain longitudinal atau mixed methods untuk memantau perubahan intensi menuju perilaku berwirausaha dan menggali aspek kualitatif seperti hambatan psikologis dan struktural yang menghambat realisasi usaha. Secara praktis, hasil penelitian ini mengimplikasikan perlunya penguatan kurikulum kewirausahaan berbasis digital dan program peningkatan literasi keuangan yang lebih aplikatif, seperti laboratorium bisnis digital, klinik perencanaan keuangan usaha, inkubator startup, serta pendampingan intensif agar intensi berwirausaha mahasiswa dapat terkonversi menjadi usaha yang berkelanjutan setelah lulus.

DAFTAR REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T\[1\]](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T[1])
- Alshebami, A. S., & Al Marri, Z. (2022). *Financial Literacy and entrepreneurial intention. Journal unspecified*
- Arifin, Z. (2021). Karakteristik generasi Z dan implikasinya terhadap pembelajaran di perguruan tinggi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 27(3), 215–228. <https://doi.org/10.17977/um048v27i32021p215>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Laporan survei penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia 2025*. <https://apjii.or.id/survei2025>
- Azafii, A. S., Tubastuvi, N., Rahmawati, I. Y., & Widyaningtyas, D. (2025). The influence of *Financial Literacy*, financial technology, financial attitude, financial skills, and financial behavior of Generation Z on financial inclusion of Islamic banking in e-commerce transactions. *International Journal of Business and Applied Economics*, 4(1), 461–476. <https://doi.org/10.55927/ijbae.v4i1.13469>
- Badan Pusat Statistik. (2023a). *Tingkat pengangguran terbuka (TPT) menurut kelompok umur di Indonesia*. <https://bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik. (2023b). *Proporsi penduduk menurut kelompok umur dan generasi*. <https://bps.go.id>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Dolot, A. (2020). New trends in management: The characteristics of Generation Z. *E-Mentor*, 2(2), 44–50.
- Emzir. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif*. [Publisher unspecified].
- Handayani, T. (2019). Generasi Z dalam perspektif pendidikan: Tantangan dan peluang. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 10(2), 145–158. <https://doi.org/10.21831/jpka.v10i2.27439>
- Huston, S. J. (2010). Measuring *Financial Literacy*. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). *Digital Entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century*. *International*

- Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 25(2), 353–375.
<https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425>
- Krueger, N. F., Jr., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432.
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0\[1\]](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0[1])
- Kusumawardhani, R., Mubarakah, S., Prihatin, W., & Hartono, A. (2025). Examining the impact of socioeconomic status and digital *Financial Literacy* on financial behavior among Indonesian Gen Z. *Global Business and Finance Review*, 30(5), 26–42.
<https://doi.org/10.17549/gbfr.2025.30.5.26>
- Le Dinh, T., Vu, M. C., & Ayayi, A. (2018). Towards a living lab for promoting the *Digital Entrepreneurship* process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1).
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907–933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of *Financial Literacy*: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Maulidiyah, L., & Rohman, F. (2024). Analysis of Generation Z's interest in transacting using financial technology in Central Java. *Proceedings Economics, Business, Entrepreneurship*, 312–325.
- Nambisan, S. (2017). *Digital Entrepreneurship*: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055.
<https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Octavia, A., Zulfanetti, Z., & Sriayudha, Y. (2023). Culture and entrepreneurial orientation in Generation Z with gender as a mediating variable. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(2), 115–120. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v11i2.11194>
- Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik. (2025). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) tahun 2025*.
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Kirch, G. (2015). Determinants of *Financial Literacy*: Analysis of the influence of socioeconomic and demographic variables. *Revista Contabilidade e Finanças*, 26(69), 362–377. <https://doi.org/10.1590/1808-057x201501040>
- Putra, Y. S. (2020). The characteristics of Generation Z and their implications for education. *Unknown Journal/Proceedings*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386–399.
<https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007>
- Social, W. A., Kepios, & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. DataReportal.
<https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.

- Susanto, M. F., & Widiasih, P. A. (2024). Entrepreneurial challenges and opportunities for Generation Z: A qualitative analysis. *Journal of Psychological Perspective*, 6(2), 127–136. <https://doi.org/10.47679/jopp.629652024>
- Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49(1), 55–73. <https://doi.org/10.1007/s11187-017->