

Pengaruh Media Sosial, Literasi Digital Dan Literasi Finansial Terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z Di Labuhanbatu

Agung Kesuma Aji^{1✉}, Nurintan Asyiah Siregar², Mulkan Ritonga³

Program Studi Manajemen, Universitas Labuhanbatu

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya minat berwirausaha di kalangan Gen-Z, seiring dengan perkembangan teknologi digital dan media sosial yang membuka peluang baru dalam dunia usaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh media sosial, literasi digital, dan literasi finansial terhadap minat berwirausaha Gen-Z di Labuhanbatu. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling terhadap 150 responden Gen-Z. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui SPSS v.22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Media sosial berperan sebagai sarana informasi dan promosi, literasi digital mendukung kemampuan adaptasi terhadap teknologi, dan literasi finansial memperkuat kepercayaan diri dalam mengelola usaha. Integrasi ketiga faktor tersebut menjadi kunci penting dalam mendorong minat kewirausahaan di era digital.

Kata Kunci: *Media Sosial, Literasi Digital, Literasi Finansial, Minat Berwirausaha, Gen-Z.*

Abstract

This study was motivated by the increasing interest in entrepreneurship among Gen-Z, in line with the development of digital technology and social media, which has opened up new opportunities in the business world. The objective of this study is to analyse the influence of social media, digital literacy, and financial literacy on Gen-Z's interest in entrepreneurship in Labuhanbatu. A descriptive quantitative approach was used with purposive sampling of 150 Gen-Z respondents. Data were collected through questionnaires and analysed using multiple linear regression through SPSS v.22. The results of the study indicate that all three independent variables have a positive and significant influence on entrepreneurial interest, both partially and simultaneously. Social media serves as a means of information and promotion, digital literacy supports adaptability to technology, and financial literacy strengthens confidence in managing a business. The integration of these three factors is a key element in fostering entrepreneurial interest in the digital age.

Keywords: *Social Media, Digital Literacy, Financial Literacy, Interest in Entrepreneurship, Gen-Z.*

Copyright (c) 2025 Agung Kesuma Aji

✉ Corresponding author :

Email Address : agungksmaji182@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan digitalisasi saat ini, kewirausahaan menjadi salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi. Kewirausahaan tidak lagi hanya dianggap sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, tetapi juga sebagai cara untuk mengekspresikan kreativitas dan inovasi. Banyak para generasi muda termasuk Gen-Z telah terjun kedalam dunia wirausaha. Menurut Zimmerer dalam (Dyah, 2021) wirausaha dapat menciptakan suatu bisnis baru dengan mengenali peluang dan mengpadukan sumber daya yang diperlukan. Sesuai dengan karakteristik Gen-Z yang dapat beradaptasi dengan

teknologi yang modern dan kecenderungan untuk mencari fleksibilitas dalam pekerjaan. Dengan perkembangan teknologi digital seperti media sosial, dan platform e-commerce telah membuka peluang besar bagi Gen-Z untuk memulai dan mempermudah suatu bisnis. Pada laporan Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022) menunjukkan bahwa kalangan anak muda termasuk Gen-Z mengalami peningkatan minat berwirausaha yang tinggi. Minat ini tidak hanya didorong oleh kebutuhan ekonomi tetapi juga oleh peluang untuk menciptakan bisnis yang relevan.

Minat untuk berwirausaha semakin dapat ditingkatkan dan didukung dengan pesatnya perkembangan platform media sosial. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi tetapi juga sebagai platform untuk pengembangan bisnis (Mustika et al., 2023). Dalam platform media sosial, seseorang tidak hanya dapat mengakses konten hiburan tetapi juga dapat menemukan inspirasi untuk berwirausaha dan meningkatkan usaha mereka. Menurut (Nuraisyah et al., 2023) melalui media sosial seseorang dapat menciptakan peluang seperti menemukan pelanggan yang di luar daerah dan berinteraksi langsung dengan pelanggan juga mendapatkan umpan balik serta membangun hubungan yang lebih kuat. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam memengaruhi perilaku dan keputusan individu, termasuk dalam konteks kewirausahaan.

Meskipun media sosial memberikan banyak peluang, penggunaannya sering kali tidak disertai dengan literasi digital yang memadai. Literasi digital menjadi salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki oleh individu, terutama dalam mengelola informasi dan teknologi (Rianto & Sukmawati, 2021). Menurut (Hetilaniar et al., 2023) literasi digital mencakup kemampuan mengakses, memahami, dan memanfaatkan informasi secara efektif, menjadi sangat penting dalam menghadapi berbagai tantangan di era digital. Kurangnya literasi digital dapat menyebabkan penggunaan media sosial yang tidak produktif dan bahkan merugikan, terutama dalam konteks pengambilan keputusan keuangan dan pengembangan usaha (Asy'hary et al., 2023).

Selain literasi digital, literasi finansial juga menjadi faktor penting yang mendukung keberhasilan individu dalam memulai dan mengelola usaha. Sebuah laporan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024) menyebutkan bahwa tingkat literasi finansial masyarakat Indonesia berada pada angka 65,43%. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak individu yang belum memiliki pemahaman yang cukup tentang pengelolaan keuangan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi minat dan keberhasilan mereka dalam berwirausaha. Literasi keuangan yang rendah dapat menjadi kendala dalam pengelolaan modal, investasi, dan pengambilan keputusan finansial yang berkaitan dengan bisnis (Baiq & Khoirunnisa, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh media sosial terhadap minat Gen-Z dalam berwirausaha di Labuhanbatu. Media sosial dianggap sebagai platform yang paling ampuh untuk berperan sebagai media promosi maupun media informasi (Rendi & Andi, 2023). Tempat dimana jaringan informasi dan peluang bisnis dapat bermunculan kapan saja dan dimana saja, dimana seseorang dapat menemukan informasi yang relevan. Selain itu, penelitian ini juga mencakup peran literasi digital dan literasi keuangan dalam mengembangkan minat berwirausaha. Literasi digital diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan teknologi digital secara efektif, seperti mencari informasi bisnis atau mengelola bisnis berbasis digital. Sedangkan literasi keuangan diartikan sebagai pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan, investasi, dan risiko yang mungkin berdampak pada kemauan seseorang untuk mendirikan dan kemudian mengelola suatu usaha.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan adanya hubungan antara media sosial, literasi digital, dan literasi finansial terhadap minat berwirausaha. Menurut (Miswati et al., 2023) menemukan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan eksposur dan minat berwirausaha di kalangan generasi muda. Selain itu, pada (Aulia et al., 2021) menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap kemampuan individu dalam memanfaatkan peluang bisnis berbasis digital. Pada hal tersebut menurut (Seltiva, 2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan diri individu dalam mengambil risiko bisnis. Namun, masih sedikit penelitian

yang mengintegrasikan ketiga variabel ini secara bersamaan untuk melihat pengaruhnya terhadap minat berwirausaha, untuk itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap minat berwirausaha, khususnya untuk Gen-Z di Labuhanbatu. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan literatur akademik terkait pengaruh media sosial, literasi digital, dan literasi finansial terhadap minat berwirausaha

METODOLOGI

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis deskriptif. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan data yang dapat diukur secara numerik untuk menganalisis fenomena hubungan antara variabel-variabel (Ningsih & Wahyudi, 2023). Metode ini adalah metode yang tepat untuk melihat hubungan variabel media sosial, literasi digital, literasi finansial dan minat berwirausaha. Penelitian ini berfokus untuk mengkaji tentang Gen-Z yang memiliki minat berwirausaha yang didasari oleh sikap, niat dan perilaku yang mengacu pada teori *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori TPB adalah teori yang menjelaskan bagaimana sikap, norma sosial, dan kontrol seseorang mempengaruhi niat mereka untuk melakukan suatu tindakan.

Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah Gen-Z di Labuhanbatu. Dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhitung maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Heir et al.*

Menurut *Heir et al* dalam (Putri & Gendalasari, 2024) jumlah indikator $\times$ 5 sampai 10 maka $15 \times 10 = 150$ responden. Maka jumlah pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan 150 responden yang ditujukan pada Gen-Z yang memiliki niat berwirausaha di Labuhanbatu. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan secara online dengan menggunakan google form. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah penentuan sampel berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu (Pingkan et al., 2021). Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS V.22 untuk mengetahui hubungan antara variabel (X_1) media sosial, (X_2) literasi digital, (X_3) literasi finansial dan variabel (Y) minat berwirausaha yang dimana variabel (X) merupakan variabel independen (yang memengaruhi hasil dalam sebuah penelitian) dan variabel (Y) merupakan variabel dependen (hasil atau efek yang dipengaruhi oleh variabel independen)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Variabel	Kategori	Frekuensi (n=150)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	72	48.0
	Perempuan	78	52.0
Status	Bekerja	24	16.0
	Mahasiswa	108	72.0
	Pelajar	18	12.0
Ketertarikan	Biasa saja	4	2.7
Berwirausaha	Sangat tertarik	127	84.7
	Tertarik	19	12.7
Alasan	Butuh penghasilan untuk kebutuhan	19	12.7
Berwirausaha	hidup		
	Bebas mengatur waktu kerja	57	38.0
	Mendapatkan penghasilan lebih besar	37	24.7
	Melanjutkan bisnis orang tua	2	1.3
	Suka dunia bisnis/pekerjaan bagus	35	23.3
Jenis Usaha	Agribisnis	19	12.7

Diminati	Fashion	32	21.3
	Jasa	6	4.0
	Kreatif	10	6.7
	Kuliner	58	38.7
	Otomotif	15	10.0
	Teknologi/Digital	10	6.7

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2025

Tabel di atas menunjukkan distribusi karakteristik responden terkait jenis kelamin, status, ketertarikan berwirausaha, alasan berwirausaha, dan jenis usaha yang diminati oleh Gen-Z di Labuhanbatu. Berdasarkan jenis kelamin, terdapat sedikit perbedaan antara laki-laki dan perempuan, dengan perempuan lebih dominan (52,0%) dibandingkan laki-laki (48,0%). Dalam hal status, mayoritas responden adalah mahasiswa (72,0%), diikuti oleh pelajar (12,0%) dan pekerja (16,0%). Terkait ketertarikan berwirausaha, sebagian besar responden menunjukkan minat yang sangat tinggi, dengan 84,7% menyatakan sangat tertarik, sementara 12,7% tertarik, dan hanya 2,7% yang merasa biasa saja terhadap wirausaha.

Alasan utama yang mendorong responden untuk berwirausaha adalah kebebasan dalam mengatur waktu kerja, yang diungkapkan oleh 38,0% responden, diikuti oleh keinginan untuk mendapatkan penghasilan lebih besar (24,7%) dan kebutuhan hidup yang mendesak (12,7%). Adapun alasan lainnya termasuk melanjutkan bisnis orang tua (1,3%) dan suka dunia bisnis atau peluang yang bagus (23,3%). Dalam hal jenis usaha yang diminati, kuliner menjadi pilihan utama, dengan 38,7% responden memilih bidang ini. Fashion juga menjadi sektor yang diminati oleh 21,3% responden, sementara agribisnis (12,7%), otomotif (10,0%), dan teknologi/digital (6,7%) menjadi pilihan lainnya. Jasa (4,0%) dan kreatif (6,7%) juga merupakan sektor yang diminati oleh sebagian responden, meskipun dalam persentase yang lebih kecil.

Analisis dari data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden, yang sebagian besar berstatus mahasiswa dan pelajar, memiliki ketertarikan yang sangat tinggi terhadap wirausaha, dengan preferensi terhadap usaha yang memberikan kebebasan waktu dan potensi penghasilan lebih besar. Bidang kuliner dan fashion menonjol sebagai pilihan usaha yang diminati, mencerminkan tren yang sedang berkembang di kalangan Gen-Z. Keinginan untuk berwirausaha didorong oleh faktor ekonomi dan fleksibilitas, yang menjadi alasan utama bagi mereka untuk memilih terjun ke dunia bisnis.

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian Variabel Media Sosial

Tabel 2. Analisis Deskriptif Variabel Media Sosial

Item	Skor Likert							Rata-rata	Kategori
	1	2	3	4	5	Tot al			
Media sosial membantu saya mendapatkan informasi dan inspirasi untuk memulai usaha sendiri.	0	1	9	1	1	7	4.7	Sangat Tinggi	
Saya sering menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi untuk berbagi informasi yang meningkatkan minat saya dalam berwirausaha.	0	0	7	5	9	6	4.5	Sangat Tinggi	
Kemudahan mengakses informasi bisnis dan peluang usaha di media sosial meningkatkan ketertarikan saya untuk berwirausaha.	0	0	9	6	7	6	4.4	Sangat Tinggi	

Saya lebih tertarik berwirausaha karena media sosial menyediakan berbagai sumber belajar yang mudah diakses kapan saja.	0	0	4	8	6	6	4.4	Sangat Tinggi
Saya memanfaatkan media sosial untuk mencari inspirasi dan strategi dalam memulai usaha.	0	0	4	5	9	6	4.5	Sangat Tinggi
Melalui media sosial, saya merasa lebih percaya diri untuk memulai dan memasarkan produk usaha sendiri.	0	0	8	8	6	6	4.3	Sangat Tinggi
Rata-rata Skor							4.51	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat berwirausaha di kalangan responden, dengan skor rata-rata 4.51 yang tergolong dalam kategori "Sangat Tinggi." Responden merasa bahwa media sosial membantu mereka mendapatkan informasi dan inspirasi untuk memulai usaha (4.73), mempermudah akses ke informasi bisnis dan peluang usaha (4.44), serta menyediakan berbagai sumber belajar yang dapat diakses kapan saja (4.41). Selain itu, media sosial juga digunakan sebagai sarana untuk mencari inspirasi dan strategi dalam memulai usaha (4.59) serta meningkatkan rasa percaya diri dalam memulai dan memasarkan produk usaha (4.36). Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam meningkatkan ketertarikan dan kepercayaan diri responden untuk berwirausaha.

Variabel Literasi Digital

Tabel 3. Analisis Deskriptif Variabel Literasi Digital

Item	Skor Likert						Rat a- rat a	Kate gori
	1	2	3	4	5	T o ta l		
Saya merasa percaya diri dalam menggunakan teknologi digital untuk mencari peluang usaha baru.	0	0	8	3 4	1 0 8	7 0 0	4.6 7	Sang at Ting gi
Saya dapat memanfaatkan berbagai platform digital (media sosial, marketplace, website) untuk mempromosikan produk atau jasa yang ingin saya jual.	0	0	7	8 1	6 2	6 5 5	4.3 7	Sang at Ting gi
Saya mampu berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan atau patner bisnis melalui platform digital seperti email, media sosial, atau aplikasi pesan lainnya.	0	2	1 2	7 0	6 6	6 5 0	4.3 3	Sang at Ting gi
Saya percaya bahwa komunikasi digital yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis yang saya jalankan.	0	0	8	8 5	5 7	6 4 9	4.3 3	Sang at Ting gi
Saya mampu menganalisis tren pasar dari data yang	0	1	9	5	8	6	4.4	Sang

tersedia di platform digital untuk menentukan strategi bisnis yang tepat.	8	2	7	7	at
			1		Ting
2. Saya sering menggunakan informasi dari internet untuk membandingkan dan mengevaluasi peluang usaha sebelum memulai bisnis.	0	1	1	7	6
			2	1	6
					5
					2
Saya selalu berusaha menjaga etika dalam berbisnis secara digital, seperti memberikan informasi produk yang jujur dan transparan	0	0	6	7	6
				5	9
					6
					2
					3
Saya memahami pentingnya menjaga privasi pelanggan dalam transaksi bisnis digital untuk meningkatkan kepercayaan mereka terhadap usaha saya.	0	1	6	7	7
				1	2
					6
					3
					4
Rata-rata Skor					
					4.4
					2

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat literasi digital yang sangat tinggi, dengan skor rata-rata 4.42 yang tergolong dalam kategori "Sangat Tinggi." Responden merasa sangat percaya diri dalam menggunakan teknologi digital untuk mencari peluang usaha baru (4.67) dan dapat memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website untuk mempromosikan produk atau jasa yang ingin dijual (4.37). Kemampuan dalam berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan atau mitra bisnis melalui platform digital juga mendapat skor yang tinggi (4.33), yang menunjukkan pemahaman mereka mengenai pentingnya komunikasi digital dalam bisnis. Selain itu, responden menyadari bahwa komunikasi digital yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis (4.33). Mereka juga mampu menganalisis tren pasar melalui data digital (4.47) dan sering menggunakan informasi dari internet untuk membandingkan peluang usaha sebelum memulai bisnis (4.35). Responden menunjukkan kesadaran tinggi tentang pentingnya etika bisnis digital, seperti memberikan informasi yang jujur dan transparan (4.42), serta menjaga privasi pelanggan dalam transaksi bisnis digital untuk meningkatkan kepercayaan mereka (4.43). Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki keterampilan dan pemahaman yang baik dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung usaha mereka.

Variabel Literasi Finansial

Tabel 4. Analisis Deskriptif Variabel Literasi Finansial

Item	Skor Likert					T ot al	Rat a- rat a	Kate gori
	1	2	3	4	5			
Saya mengetahui pentingnya pencatatan keuangan dalam menjalankan usaha dengan baik.	0	0	1	2	1	7	4.8	Sang at
				8	2	2	0	Ting
					1	0		gi
Saya memahami konsep dasar keuangan, seperti investasi, tabungan, dan pengelolaan risiko, yang dapat membantu saya dalam berwirausaha.	0	0	8	7	6	6	4.3	Sang at
				8	4	5	7	Ting
						6		gi

Saya mampu menjelaskan konsep keuangan dasar kepada orang lain, terutama dalam konteks bisnis atau usaha.	1	0	1	6	7	6	4.3	Sang at Ting gi
			4	1	4	5	8	
Saya percaya diri dalam berdiskusi tentang strategi keuangan yang dapat mendukung usaha saya.	0	1	8	8	6	6	4.3	Sang at Ting gi
				1	0	5	3	
						0		
Saya terbiasa menyusun anggaran dan mengontrol pengeluaran agar dapat menabung untuk modal usaha.	0	0	6	6	8	6	4.5	Sang at Ting gi
				0	4	7	2	
						8		
Saya mampu mengelola keuangan pribadi dengan baik, sehingga siap menghadapi risiko dalam berwirausaha.	0	0	5	7	6	6	4.4	Sang at Ting gi
				7	8	6	2	
						3		
Saya mampu menganalisis risiko dan manfaat sebelum mengambil keputusan terkait investasi usaha.	0	0	1	6	7	6	4.4	Sang at Ting gi
				1	3	6	3	
						5		
Saya percaya diri dalam mengambil keputusan keuangan yang berhubungan dengan peluang usaha.	0	0	7	7	7	6	4.4	Sang at Ting gi
				2	1	6	3	
						4		
Saya memiliki rencana keuangan jangka panjang yang mencakup kemungkinan untuk memulai usaha sendiri.	0	1	5	6	8	6	4.5	Sang at Ting gi
				0	4	7	1	
						7		
Saya yakin bahwa dengan perencanaan keuangan yang baik, saya dapat membangun dan mengembangkan usaha di masa depan.	0	0	0	6	8	6	4.5	Sang at Ting gi
				6	4	8	6	
						4		
Rata-rata Skor							4.4	Sang at Ting gi
							8	

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat literasi finansial yang sangat tinggi, dengan skor rata-rata 4.48 yang termasuk dalam kategori "Sangat Tinggi." Sebagian besar responden menyadari pentingnya pencatatan keuangan dalam menjalankan usaha dengan baik, yang tercermin pada skor 4.80, yang merupakan skor tertinggi dalam tabel ini. Mereka juga memahami konsep dasar keuangan seperti investasi, tabungan, dan pengelolaan risiko yang dapat membantu dalam berwirausaha (4.37) dan mampu menjelaskan konsep keuangan dasar kepada orang lain (4.38). Selain itu, responden merasa percaya diri dalam berdiskusi tentang strategi keuangan yang dapat mendukung usaha mereka (4.33). Responden terbiasa menyusun anggaran dan mengontrol pengeluaran untuk menabung sebagai modal usaha (4.52) serta mampu mengelola keuangan pribadi dengan baik untuk menghadapi risiko dalam berwirausaha (4.42). Mereka juga mampu menganalisis risiko dan manfaat sebelum membuat keputusan investasi usaha (4.43) dan merasa percaya diri dalam mengambil keputusan keuangan terkait peluang usaha (4.43). Sebagian besar responden memiliki rencana keuangan jangka panjang yang mencakup kemungkinan memulai usaha sendiri (4.51) dan yakin bahwa dengan perencanaan keuangan yang baik, mereka dapat membangun serta mengembangkan usaha di masa depan (4.56). Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki keterampilan dan

pemahaman yang baik dalam mengelola keuangan, yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan usaha mereka.

Variabel Minat Berwirausaha

Tabel 5. Analisis Deskriptif Variabel Minat Berwirausaha

Item	1	2	3	4	5	Tot tal	Rata -rata	Katego ri
Saya merasa yakin untuk mencoba berwirausaha meskipun ada risiko kegagalan.	0	0	9	4	9	68	4.59	Sangat Tinggi
Saya berani mengambil keputusan untuk memulai usaha sendiri tanpa ragu-ragu.	0	1	1	8	4	62	4.18	Tinggi
Saya telah merencanakan langkah-langkah konkret untuk memulai usaha dalam waktu dekat.	0	0	9	5	8	67	4.49	Sangat Tinggi
Saya aktif mencari informasi dan peluang bisnis untuk mempersiapkan usaha saya.	0	0	2	7	7	67	4.49	Sangat Tinggi
Saya lebih memilih menjadi wirausahawan daripada bekerja sebagai karyawan di perusahaan.	0	4	9	8	5	63	4.26	Sangat Tinggi
Saya percaya bahwa berwirausaha adalah pilihan karir yang menjanjikan untuk masa depan saya.	0	0	9	6	7	66	4.43	Sangat Tinggi
Rata-rata Skor							4.41	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Tabel di atas menunjukkan hasil analisis deskriptif terkait minat berwirausaha di kalangan responden, dengan rata-rata skor 4.41 yang tergolong dalam kategori "Sangat Tinggi." Responden merasa sangat yakin untuk mencoba berwirausaha meskipun ada risiko kegagalan, dengan skor rata-rata 4.59, yang menunjukkan keberanian dan keyakinan yang tinggi dalam menghadapi tantangan. Meskipun demikian, item kedua terkait keberanian mengambil keputusan untuk memulai usaha sendiri tanpa ragu mendapatkan skor sedikit lebih rendah, yaitu 4.18, yang masih masuk dalam kategori "Tinggi." Responden juga menunjukkan kesiapan untuk berwirausaha, dengan skor rata-rata 4.49 pada dua item yang mengukur perencanaan dan pencarian informasi serta peluang bisnis untuk mempersiapkan usaha. Skor ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah merencanakan langkah-langkah konkret dan aktif mencari peluang usaha. Selain itu, responden juga menunjukkan preferensi kuat untuk menjadi wirausahawan, dengan skor 4.26, dan percaya bahwa berwirausaha adalah pilihan karir yang menjanjikan untuk masa depan (4.43). Secara keseluruhan, data ini mengindikasikan bahwa responden memiliki minat dan kesiapan yang tinggi untuk berwirausaha, meskipun ada sedikit keraguan dalam mengambil keputusan awal tanpa ragu.

Hasil Uji Instrumen
Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	sig	Keterangan
Media Sosial (X1)	X1.1.1	0.632	0.3610	0.000	Valid
	X1.1.2	0.763	0.3610	0.000	Valid
	X1.2.1	0.844	0.3610	0.000	Valid
	X1.2.2	0.799	0.3610	0.000	Valid
	X1.3.1	0.801	0.3610	0.000	Valid
	X1.3.2	0.834	0.3610	0.000	Valid
Literasi Digital (X2)	X2.1.1	0.648	0.3610	0.000	Valid
	X2.1.2	0.712	0.3610	0.000	Valid
	X2.2.1	0.726	0.3610	0.000	Valid

	X2.2.2	0.786	0.3610	0.000	Valid
	X2.3.1	0.734	0.3610	0.000	Valid
	X2.3.2	0.842	0.3610	0.000	Valid
	X2.4.1	0.671	0.3610	0.000	Valid
	X2.4.2	0.659	0.3610	0.000	Valid
Literasi Finansial (X3)	X3.1.1	0.499	0.3610	0.005	Valid
	X3.1.2	0.501	0.3610	0.000	Valid
	X3.2.1	0.792	0.3610	0.000	Valid
	X3.2.2	0.806	0.3610	0.000	Valid
	X3.3.1	0.791	0.3610	0.000	Valid
	X3.3.2	0.865	0.3610	0.000	Valid
	X3.4.1	0.828	0.3610	0.000	Valid
	X3.4.2	0.697	0.3610	0.000	Valid
	X3.5.1	0.678	0.3610	0.000	Valid
	X3.5.2	0.450	0.3610	0.012	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	Y1.1	0.817	0.3610	0.000	Valid
	Y1.2	0.805	0.3610	0.000	Valid
	Y2.1	0.746	0.3610	0.000	Valid
	Y2.2	0.756	0.3610	0.000	Valid
	Y3.1	0.611	0.3610	0.000	Valid
	Y3.2	0.769	0.3610	0.000	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Hasil uji validitas pada tabel menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dari setiap variabel (Media Sosial/X1, Literasi Digital/X2, Literasi Finansial/X3, dan Minat Berwirausaha/Y) dinyatakan valid, karena nilai r hitung setiap item lebih besar dari r tabel (0,3610) dengan tingkat signifikansi ($< 0,05$), yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara skor item dengan skor total variabel. Sebagai contoh, item X1.1.1 memiliki r hitung 0.632 (jauh di atas batas 0,3610), demikian pula item lainnya seperti X3.2.1 (0,792) dan Y1.2 (0,805), menunjukkan bahwa semua item mampu mengukur konstruk variabel yang dimaksud secara akurat. Meskipun beberapa item seperti X3.1.1 (0,499) dan X3.5.2 (0,450) memiliki r hitung relatif lebih rendah, nilai tersebut tetap memenuhi kriteria validitas karena masih melebihi r tabel dan signifikan secara statistik. Dengan demikian, instrumen penelitian ini dapat diandalkan untuk mengukur keempat variabel tersebut.

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Koefisien Alpha Cronbach's	Nilai Kritis	Keterangan
1	Media Sosial (X1)	0.868	0.6	Reliabel
2	Literasi Digital (X2)	0.866	0.6	Reliabel
3	Literasi Finansial (X3)	0.883	0.6	Reliabel
4	Minat Berwirausaha (Y)	0.846	0.6	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Hasil uji reliabilitas berdasarkan nilai koefisien Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini berada di atas nilai kritis 0,6, yang menjadi batas minimal untuk menyatakan reliabilitas konstruk. Variabel Media Sosial (X1) memiliki nilai alpha sebesar 0.868, Literasi Digital (X2) sebesar 0.866, Literasi Finansial (X3) sebesar 0.883, dan Minat Berwirausaha (Y) sebesar 0.846. Dengan demikian, keempat variabel dinyatakan reliabel, artinya item-item pertanyaan dalam masing-masing variabel telah konsisten dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Reliabilitas yang baik ini mendukung bahwa instrumen yang digunakan layak untuk dianalisis lebih lanjut dalam penelitian,

karena menunjukkan stabilitas dan konsistensi internal antar indikator dalam mengukur variabel masing-masing.

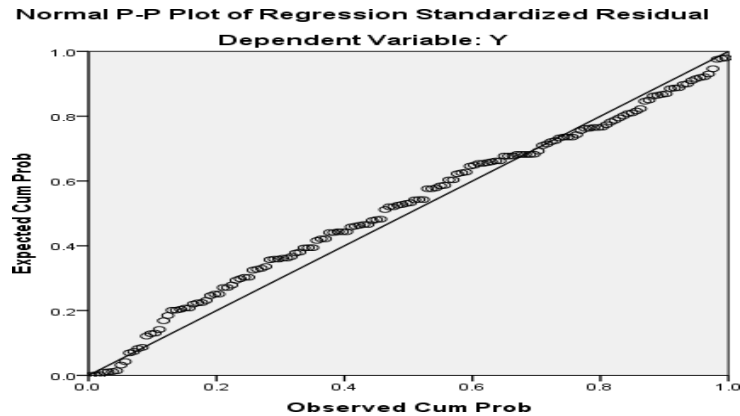
Hasil Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.60709034
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.043
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.926
Asymp. Sig. (2-tailed)		.358

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,358, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa data residual terdistribusi secara normal, karena tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara distribusi data dengan distribusi normal. Selain itu, nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 0,926 dan perbedaan ekstrem absolut sebesar 0,076 juga berada dalam batas yang wajar. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi, yang berarti model regresi layak untuk digunakan dan interpretasi hasil analisis dapat dilakukan dengan lebih akurat

Uji Multikolinieritas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Media Sosial (X1)	.390	2.561
	Literasi Digital (X2)	.388	2.577
	Literasi Finansial (X3)	.588	1.701

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada masing-masing variabel independen. Nilai Tolerance untuk Media Sosial (X1), Literasi Digital (X2), dan Literasi Finansial (X3) masing-masing adalah 0,390, 0,388, dan 0,588, yang semuanya lebih besar dari batas minimal 0,10. Sementara itu, nilai VIF masing-masing variabel adalah 2,561, 2,577, dan 1,701, yang seluruhnya berada di bawah ambang batas umum sebesar 10. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas di antara variabel-variabel bebas dalam model regresi, sehingga ketiga variabel independen dapat digunakan secara bersamaan tanpa saling memengaruhi secara berlebihan dalam menjelaskan variabel dependen, yaitu minat berwirausaha.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.246	1.267		3.351	.001
	Media Sosial (X1)	-.004	.059	-.009	-.072	.943
	Literasi Digital (X2)	-.080	.045	-.227	-1.761	.080
	Literasi Finansial (X3)	-.002	.035	-.007	-.064	.949

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Hasil uji Glejser digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi, yaitu kondisi di mana varians residual tidak konstan. Penilaian heteroskedastisitas lebih tepat dilihat dari nilai signifikansi masing-masing variabel independen dalam tabel koefisien. Nilai Sig. untuk variabel Media Sosial (X1) sebesar 0,943, Literasi Digital (X2) sebesar 0,080, dan Literasi Finansial (X3) sebesar 0,949, yang semuanya berada di atas tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara nilai residual absolut dengan ketiga variabel independen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model ini, sehingga asumsi klasik regresi linear terpenuhi.

Hasil Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2.655	1.966	
	Media Sosial (X1)	.265	.092	.267
	Literasi Digital (X2)	.151	.071	.199
	Literasi Finansial (X3)	.252	.054	.350

$$Y = 2,655 + 0,265X_1 + 0,151X_2 + 0,252X_3$$

Di mana:

Y = Minat Berwirausaha

X₁ = Media Sosial

X₂ = Literasi Digital

X₃ = Literasi Finansia

Koefisien regresi Media Sosial (X₁) sebesar 0,265 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam penggunaan atau intensitas Media Sosial akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,265 satuan, dengan asumsi variabel lainnya

konstan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sumber inspirasi, informasi, maupun sarana promosi yang mendorong seseorang lebih tertarik untuk berwirausaha.

Koefisien regresi Literasi Digital (X_2) sebesar 0,151 mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemampuan seseorang dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital, maka minat mereka untuk berwirausaha juga akan meningkat sebesar 0,151 satuan. Meskipun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan variabel lain, literasi digital tetap memiliki peran penting, terutama dalam konteks bisnis digital dan pemanfaatan platform daring untuk menjalankan usaha.

Selanjutnya, koefisien Literasi Finansial (X_3) sebesar 0,252 menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman tentang pengelolaan keuangan, perencanaan investasi, dan pengambilan keputusan finansial akan mendorong peningkatan minat berwirausaha sebesar 0,252 satuan. Ini menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki literasi finansial yang baik lebih percaya diri untuk memulai dan mengelola usaha secara mandiri.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 11. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig. (p-value)	Keterangan
Media Sosial (X1)	2.875	1.976	0.005	Signifikan
Literasi Digital (X2)	2.136	1.976	0.034	Signifikan
Literasi Finansial (X3)	4.632	1.976	0.000	Signifikan

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

1. Nilai t hitung 2,875 > t tabel 1,976 dan p-value 0,005 < 0,05 menegaskan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik.
2. Nilai t hitung 2,136 yang lebih besar dari t tabel dan p-value 0,034 menunjukkan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik.
3. Dengan nilai t hitung 4,632 yang jauh melebihi t tabel serta p-value 0,000, dapat disimpulkan bahwa pengaruh literasi finansial adalah yang paling kuat dan signifikan di antara ketiga variabel independen.

Uji Simultan (Uji f)

Tabel 12. Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	400.132	3	133.377	50.602	.000 ^b
	Residual	384.828	146	2.636		
	Total	784.960	149			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Hasil Uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 50,602 dengan signifikansi 0,000, yang jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Ini berarti bahwa model regresi secara simultan atau bersama-sama menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel independen (Media Sosial, Literasi Digital, dan Literasi Finansial) terhadap variabel dependen (Minat Berwirausaha). Dengan kata lain, ketiga variabel bebas secara kolektif mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada minat berwirausaha, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam prediksi dan pengambilan keputusan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 13. Hasil R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 ^a	.510	.500	1.62352

a. Predictors: (Constant), Literasi Finansial (X3), Media Sosial (X1), Literasi Digital (X2)

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,510 menunjukkan bahwa sebesar 51,0% variasi dalam Minat Berwirausaha dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam model, yaitu Media Sosial, Literasi Digital, dan Literasi Finansial. Sementara itu, sisanya 49,0% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Nilai R Square yang cukup besar ini menandakan bahwa model memiliki daya jelaskan yang baik, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan dengan mempertimbangkan variabel lain yang juga mungkin berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Y) pada generasi Z di Labuhanbatu. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, nilai signifikansi untuk variabel X1 adalah lebih kecil dari 0.05, sehingga hipotesis H1 diterima. Artinya, semakin tinggi penggunaan media sosial, semakin besar pula minat seseorang untuk berwirausaha. Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial menjadi wadah penting dalam membentuk persepsi serta menggugah ketertarikan individu terhadap dunia kewirausahaan melalui penyajian informasi, inspirasi bisnis, dan jejaring sosial. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Fadilah 2024) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial sebagai media mediasi memiliki peran signifikan dalam membentuk intensi kewirausahaan. Media sosial mampu menciptakan ekosistem digital yang mendukung proses pembelajaran informal, memperluas jaringan, serta membentuk identitas kewirausahaan generasi muda. Demikian pula dalam penelitian (Rahmadiane dan Harjanti 2024), disebutkan bahwa Gen-Z di Labuhanbatu cenderung menggali referensi kewirausahaan melalui platform digital dan menjadikannya sebagai sumber inspirasi serta informasi bisnis.

Pada hipotesis kedua (H2), literasi digital (X2) juga ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Y) pada generasi Z di Labuhanbatu. Dengan nilai koefisien positif dan signifikansi < 0.05 , hasil ini menegaskan bahwa kemampuan generasi Z dalam mengakses, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital berkontribusi pada peningkatan minat berwirausaha. Literasi digital menjadi bekal penting dalam menghadapi tantangan bisnis modern yang menuntut adaptasi teknologi serta kejelian dalam memanfaatkan peluang digital. Hasil ini diperkuat oleh penelitian (Hanim, Mahsuni, dan Utama 2025), yang menunjukkan bahwa literasi digital merupakan faktor dominan dalam membentuk motivasi kewirausahaan mahasiswa. Mereka menemukan bahwa semakin tinggi kemampuan digital seseorang, semakin kuat pula kecenderungan mereka untuk memulai usaha. (Ferdianto dan Arifin 2025) juga mencatat bahwa literasi digital berdampak pada kemudahan dalam menciptakan strategi bisnis yang inovatif dan efektif, terutama di kalangan mahasiswa yang akrab dengan perkembangan teknologi.

Untuk hipotesis ketiga (H3), literasi finansial (X3) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Generasi Z yang memiliki pemahaman baik mengenai konsep dasar keuangan, pengelolaan uang, serta investasi cenderung lebih percaya diri dalam memulai usaha. Literasi keuangan memberikan fondasi yang kuat bagi calon wirausahawan untuk merancang perencanaan modal, mengelola arus kas, dan membuat keputusan finansial yang rasional. Penelitian ini sejalan dengan hasil dari (Salle et al., 2024) yang menyatakan bahwa penerapan literasi keuangan berdampak signifikan terhadap tumbuhnya minat berwirausaha. Demikian pula, penelitian (Novianta et al., 2023) menunjukkan bahwa integrasi literasi keuangan dengan pemanfaatan teknologi finansial turut meningkatkan keberanian generasi muda untuk menjalankan usaha secara mandiri. (Dafiq et al., 2022) juga menekankan pentingnya pengetahuan keuangan dalam memperkuat kepercayaan diri generasi Z terhadap dunia bisnis.

Selanjutnya, hipotesis keempat (H4) menguji pengaruh simultan dari media sosial, literasi digital, dan literasi finansial terhadap minat berwirausaha. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara

positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi dari ketiga kompetensi tersebut membentuk sinergi positif yang memperkuat niat dan kesiapan Gen-Z di Labuhanbatu untuk berwirausaha dalam ekosistem digital saat ini. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Hariyani dan Prasetyo 2025) yang menekankan pentingnya literasi bisnis digital yang dikombinasikan dengan teknologi keuangan dalam membentuk intensi kewirausahaan. (Sakdiyyah dan Rislal 2021) juga menyatakan bahwa penguasaan literasi ekonomi digital mendorong motivasi siswa dalam berwirausaha. Dengan demikian, integrasi dari literasi digital, keuangan, dan pemanfaatan media sosial menjadi kunci penting dalam pembentukan ekosistem kewirausahaan digital generasi Z di Labuhanbatu.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa pembentukan minat berwirausaha tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, tetapi oleh keterpaduan antara kemampuan literasi digital, keuangan, dan pemanfaatan media sosial. Hal ini menuntut institusi pendidikan untuk memberikan penguatan terhadap ketiga aspek tersebut dalam kurikulum dan program pendampingan mahasiswa agar lebih siap menghadapi tantangan kewirausahaan digital.

Implikasi dari hasil penelitian ini menegaskan pentingnya pengembangan program literasi digital, literasi finansial, dan pelatihan penggunaan media sosial secara produktif bagi Gen-Z di Labuhanbatu, khususnya dalam konteks pendidikan tinggi. Institusi pendidikan perlu mengintegrasikan kurikulum yang berbasis pada keterampilan digital dan keuangan untuk membekali mahasiswa dengan kompetensi yang relevan dengan kebutuhan era industri 4.0. Penggunaan media sosial tidak lagi cukup sebatas untuk hiburan atau komunikasi sosial, melainkan harus diarahkan menjadi sarana promosi bisnis, membangun jejaring usaha, dan memperkenalkan inovasi produk. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus berperan aktif sebagai fasilitator dalam mengembangkan ekosistem kewirausahaan digital yang berbasis pada literasi, teknologi, dan kreatifitas.

Selain itu, hasil penelitian ini juga memberikan implikasi bagi pembuat kebijakan dan pelaku industri keuangan untuk memperluas akses terhadap program literasi keuangan dan digital bagi kalangan muda. Pemerintah, melalui kementerian terkait, dapat mengembangkan kebijakan strategis berupa pelatihan literasi finansial berbasis aplikasi fintech serta program pemberdayaan entrepreneur muda berbasis teknologi digital. Dukungan dari sektor swasta, terutama startup dan lembaga keuangan digital, juga sangat penting untuk membangun kolaborasi yang memungkinkan Gen-Z di Labuhanbatu mengakses modal, pelatihan, dan pasar secara lebih luas. Dengan demikian, penguatan literasi ini bukan hanya berfungsi meningkatkan minat berwirausaha, tetapi juga menciptakan generasi muda yang mandiri secara finansial, inovatif, dan kompetitif di kancah global.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media sosial, literasi digital, dan literasi finansial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada generasi Z di Labuhanbatu. Penggunaan media sosial yang intensif dan berkualitas menjadi sarana efektif dalam mengakses informasi bisnis, promosi produk, serta membangun jejaring yang mendukung aktivitas kewirausahaan. Selain itu, literasi digital berperan penting dalam membantu generasi Z memahami dan memanfaatkan teknologi digital untuk mengakses peluang bisnis secara daring dan beradaptasi dengan dinamika dunia usaha digital. Di sisi lain, literasi finansial memberikan dasar yang kuat dalam hal manajemen modal, pengelolaan risiko, serta perencanaan keuangan, yang kesemuanya mendukung kesiapan generasi muda dalam memulai dan mengelola bisnis secara berkelanjutan. Secara simultan, ketiga variabel ini menunjukkan pengaruh bersama yang signifikan, mengindikasikan bahwa kombinasi antara kemampuan digital, pemahaman finansial, dan akses informasi dari media sosial merupakan faktor kunci dalam membentuk minat berwirausaha generasi muda di era digital.

Referensi :

- Agatha, M. (2019). *Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung*. 27–35.
- Ashoer, M., Murdifi, I., Basalamah, J., As'ad, A., & Pramukti, A. (2021, February). Integrating social commerce constructs into mobile application service; a structural equation model. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1783, No. 1, p. 012043). IOP Publishing.
- Asrofi, M., Pd, M., & Mustikawati, E. (2020). Menumbuhkan Literasi Keuangan Melalui Progam Market Day Di Sdit Lukman Alhakim Internasional. *An Nur: Jurnal Studi Islam*, 12(2), 185–208. <https://jurnalannur.ac.id/index.php/an-nur/article/view/83>
- Asy'hary, A., Arsyad, J., Sulisty, L., Rahayu, W., & Fatmawati, E. (2023). Upaya Peningkatan Literasi Digital Masyarakat Melalui Program Pelatihan Komputer Di Desa Terpencil. *Communnity Development Journal*, 4(1), 654–661.
- Aulia, N. A., Hasan, M., Dinar, M., Ihsan, M., & Ahmad, S. (2021). *Bagaimana Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Berpengaruh Terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian ?* 2(1), 110–126.
- Baiq, F. A., & Khoirunnisa, A. (2020). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan : Studi Kasus Umkm Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(2), 156–171. <https://doi.org/10.33059/jmk.v9i2.2635>
- Dianti, R. C., & Handayani, A. E. (2024). Alberta Esti Handayani, Se., Ak., Mm Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Dr. Soetomo Surabaya, Indonesia Abstrak. *Soetomo Accounting Review*, 2(4), 607–619.
- Dinata, K. B. (2021). Analisis Kemampuan Literasi Digital Mahasiswa. *Edukasi: Jurnal Pendidikan*, 19(1), 105. <https://doi.org/10.31571/edukasi.v19i1.2499>
- Diskhamarzeweny, Irwan, M., & Dessy, K. D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Islam Kuantan Singingi. *Jurnal Ekonomi Al-Khitmah*, 4(1), 35–49. <http://www.ejournal.uniks.ac.id/index.php/khitmah/article/view/2514>
- Dyah, P. (2021). *Telaah Digital Entrepreneurship: Suatu Implikasi Dalam Mengatasi Permasalahan Ekonomi*. 9(2), 40–51.
- Gem. (2022). *Laporan Gem Usa Menyoroti Peningkatan Kewirausahaan Dan Niat Memulai Usaha*. Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org>
- Fadilah, E. N. (2024). *Pengaruh Kelompok Sebaya Dan Literasi Ekonomi Terhadap Intensi Kewirausahaan Generasi Z: Peran Mediasi Penggunaan Media Sosial (Studi Pada Komunitas# Uangkita Kemenkeu)* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Hetilanar, Rokhman, F., & Pristiwati, R. (2023). Dari Dunia Offline Ke Dunia Online: Merangkul Literasi Digital. *Jurnal Pembahsi (Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 13(1), 44–54. <https://doi.org/10.31851/pembahsi.v13i1.11936>
- Laia, S., Hana, E. W., Sory, P., Bello, Y., Tinggi, S., Injili, T., & Setia, A. (2025). *Mengembangkan Minat Wirausaha Anak Muda : Kunci Sukses Entrepreneurship Dan Life Skills*. 110–119.
- Miswati, F., Syariah, F. E., Nazhiro, M., Nurdina, P., & Syariah, M. A. (2023). *Dampak Media Sosial Pada Peningkatan Kesadaran Kewirausahaan Di Kalangan Generasi Z*. 3(2), 46–53.
- Mustika, I. W. W., Bila, S., Maulidah, J., Studi, P., Informatika, T., Teknologi, F., Informatika, D., Bisnis, I., & Denpasar, I. (2023). *Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah*. 5–12.
- Ningsih, R. S., & Wahyudi, H. D. (2023). Pengaruh Karakter Entrepreneur, Literasi Digital, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xi Smk Pawyatan Daha 1 Kediri. *Jpeka: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 69–84. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v8n1.p69-84>
- Nugraha, D. (2022). Literasi Digital Dan Pembelajaran Sastra Berpaut Literasi Digital Di Tingkat Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(6), 9230–9244.

- <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i6.3318>
- Nuraisyah, Dandan, H., & Lutfiani. (2023). (*Forming And Supporting The Development Of Young And Beginning. 2*, 63–78.
- Ojk. (2024). *Ojk Dan Bps Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2024*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/pages/ojk-dan-bps-umumkan-hasil-survei-nasional-literasi-dan-inklusi-keuangan-tahun-2024.aspx#:~:Text=Hasil Snlik Tahun 2024 Menunjukkan,Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah>.
- Pingkan, L. V., Saputri, D. F., & Nurussaniah. (2021). Pengembangan Media Pembelajaran Fisika Berbasis Android Bermuatan Kearifan Lokal Pada Pelajaran Fisika Di Kelas X Sma Negeri *Jurnal Pendidikan Sains Dan Aplikasinya (Jpsa)*, 4(1), 20–24. <http://www.journal.ikippgriptk.ac.id/index.php/jpsa/article/view/2502>
- Prastyatini, S. L. Y., & Seran, F. (2022). Pengaruh Budaya Bisnis Masyarakat Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Di Kota Yogyakarta. *Jpdsh : Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 1(8), 1621–1634.
- Priyono, M. B., & Dian, P. S. (2023). *Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap Umkm Di Indonesia Muhammad Bintang Priyono 1 , Dian Permata Sari 2 1,2 Universitas Pendidikan Indonesia*. 9(September), 497–506.
- Putri, E., & Gendalasari, G. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Gaga Mie. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 3(3). <https://doi.org/10.37641/jabkes.v3i3.2361>
- Rendi, A. S., & Andi, A. (2023). A Analisis Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Dan Promosi Dengan Menggunakan Metode Topsis. *Prosisko: Jurnal Pengembangan Riset Dan Observasi Sistem Komputer*, 10(1), 56–62. <https://doi.org/10.30656/prosisko.v10i1.5577>
- Rianto, P. &, & Sukmawati, A. I. (2021). Literasi Digital Pelajar Di Yogyakarta : Dari. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 137–159.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Saputra, I. G. N. W. H. (2020). Antecedents Dari Entrepreneurial Intentions (Niat Berwirausaha) Pada Mahasiswa Universitas Airlangga (Studi Pada Mahasiswa Anggota Webs Fakultas Ekonomi Dan Bisnis). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 97. <https://doi.org/10.38043/jimb.v2i2.2330>
- Seltiva, E. S. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan , Risk Tolerance Dan Overconfidence Pada Keputusan Investasi Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus : Mahasiswa Investor Kspm Di Galeri Investasi Universitas Pelita Bangsa)*. 6(2).
- Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal Of Business Administration (Jba)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.31963/jba.v2i1.3432>
- Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi Dan Modal Usaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 93. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5806>
- Widya, R., Zalzabila, N. F., Syahril, Fadel, M., & Suryani, M. (2024). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*. 4(4).
- Yel, M. B., & Nasution, M. K. M. (2022). Keamanan Informasi Data Pribadi Pada Media Sosial. *Jurnal Informatika Kaputama (Jik)*, 6(1), 92–101. <https://doi.org/10.59697/jik.v6i1.144>
- Yulisnawati, T. (2021). Literasi Digital Dalam Pembelajaran Di Sd Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pendidik. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Dasar, 2005*(November), 388–397.
- Dafiq, B. I., Hidayati, A. N., & Habib, M. A. F. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Digital Marketing, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat

- Generasi Z Pada Bank Syariah. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 4971-4982.
- Hanim, F., Mahsuni, A. W., & Utama, S. P. (2025). Pengaruh Literasi Digital, Self Efficacy, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Feb Unisma). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 14(01), 1063-1071.
- Hariyani, R., & Prasetyo, T. (2025). Pengaruh Literasi Bisnis Digital Terhadap Intensi Berwirausaha Generasi Z Melalui Moderasi Financial Technology. *Jurnal Perspektif*, 23(1), 1-7.
- Rahmadiane, G. D., & Harjanti, R. S. (2024). Minat Berwirausaha Pada Gen-Z Di Era Digital. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 8(3), 2150-2157.
- Ferdiyanto, A. M., & Arifin, A. (2025). Pengaruh Literasi Wirausaha, Literasi Digital Dan Lingkungan Keluarga Dalam Dunia Bisnis Digital Terhadap Minat Wirausaha Di Kalangan Mahasiswa Feb Ums. *Jurnal Syntax Admiration*, 6(1), 362-381.
- Novianta, E., Andani, A., & Fahriadi, S. G. P. (2023). Financial Technology Dan Literasi Keuangan Terhadap Generasi Z. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (Jebs) Vol*, 4(01).
- Salle, H. T., Ratang, W., Layuk, P. K. A., Salle, A., Wonar, K., Yusuf, G., ... & Ilham, I. (2024). Penerapan Literasi Keuangan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(10), 225-234.
- Sari, N. K., & As' ad, A. (2022). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Pokana Saat Pandemi di Makassar. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 2(1), 63-70.
- Sakdiyyah, D. A., & Rislal, T. (2021). Peran Literasi Ekonomi Digital Terhadap Motivasi Siswa Dalam Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (Jebp)*, 1(3), 219-231.