



Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Manajemen Keuangan Dan Pemasaran Digital Terhadap Minat Berwirausaha Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Surakarta)

Yoseph Adi Nugroho

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta

Email: adinugrohoyoseph@gmail.com

Krisna Yusuf Anggoro

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta

Email: krisnaanggoro100@gmail.com

Rayhan Gunaningrat

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta

Email: rayhan.gunaningrat@udb.ac.id

Alamat: Jl. Ki Mangun Sarkoro No. 20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah, 57135

Korespondensi penulis : adinugrohoyoseph@gmail.com*

Abstract. *Entrepreneurial, financial management, and digital marketing involve people rising and falling in their entrepreneurial interests online. Variables that affect the interest in online entrepreneurship include financial management, entrepreneurship education, and digital marketing. The study is aimed at seeing how entrepreneurial, financial management, and digital marketing affect entrepreneurship interests online. A sample used of 101 respondents from communities in the city of surakarta, obtained through a dissemination of the questionnaire using Unknown Sampling. Data analysis using IBM SPSS statistics version 25 reveals that through tests of t, they found that an entrepreneurial education (X_1) and digital marketing (X_3) actually contributed positively to entrepreneurial interest online (Y). However, in the case of a monetary management variable (X_2), its significance is 0.196, exceeded the 0.05 significance threshold, Which suggests that financial management (X_2) has no significant impact on online entrepreneurial interests (Y).*

Keywords : *Entrepreneurial Education, Financial Management, Digital Marketing, Online Entrepreneurship Interests*

Abstrak. Pendidikan Kewirausahaan, Manajemen Keuangan, dan Pemasaran Digital melibatkan masyarakat naik-turunnya tingkat Minat Berwirausaha Online. Variabel yang berpengaruh terhadap minat berwirausaha online meliputi, pendidikan kewirausahaan manajemen keuangan, dan pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendidikan kewirausahaan, manajemen keuangan, dan pemasaran digital terhadap minat berwirausaha online. Sampel yang digunakan sebanyak 101 responden yang berasal dari masyarakat di Kota Surakarta, didapatkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan *Unknown Sampling*. Analisis data menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 25 mengungkapkan bahwa melalui Uji T, ditemukan bahwa Pendidikan Kewirausahaan (X_1) dan Pemasaran Digital (X_3) secara nyata berkontribusi secara positif terhadap Minat Berwirausaha Online (Y). Namun, dalam kasus variabel Manajemen Keuangan (X_2), nilai signifikansinya adalah 0,196, melebihi ambang batas signifikansi 0,05, yang menunjukkan bahwa Manajemen Keuangan (X_2) tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha Online (Y).

Kata Kunci : Pendidikan Kewirausahaan, Manajemen Keuangan, Pemasaran Digital, Minat Berwirausaha Online

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Penambahan jumlah pengangguran terjadi akibat keterbatasan lapangan pekerjaan yang semakin meningkat, yang pada gilirannya memperburuk situasi ekonomi Indonesia. Mayoritas mahasiswa di Indonesia lebih memilih mencari pekerjaan setelah lulus daripada memulai bisnis sendiri (Amrul et al., 2022). Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), pada bulan Agustus 2023, tercatat sekitar 7,86 juta orang mengalami pengangguran di Indonesia. Angka tersebut menunjukkan penurunan sebesar sekitar 560 ribu orang, atau sekitar 6,77%, jika dibandingkan dengan bulan Agustus 2022.



Sumber : Badan Pusat Statistik

Gambar 1. Grafik Data Pengangguran per Agustus 2020-2023

Kurangnya ketertarikan generasi muda menjadi faktor utama yang menyebabkan tingkat kewirausahaan yang masih rendah di Indonesia. Agar dapat menanggulangi situasi yang disebutkan di atas, diharapkan bahwa mahasiswa, sebagai calon pemimpin yang terdidik, dapat mengubah paradigma dari sekadar mencari pekerjaan menjadi menggagas peluang usaha, sehingga dapat mengubah kondisi yang ada serta mengurangi angka pengangguran yang dikhawatirkan (Putri, 2021). Materi yang disampaikan selama perkuliahan kewirausahaan diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang cukup bagi mahasiswa untuk memulai usaha mereka sendiri dan juga membantu dalam menciptakan kesempatan kerja bagi orang lain di masa mendatang (Putri, 2021). Dengan bantuan program pendidikan kewirausahaan, mahasiswa didorong dan dibimbing untuk mengakui pentingnya kewirausahaan sebagai potensi untuk menciptakan peluang dalam dunia kerja saat ini, sehingga dapat memberikan kehidupan yang berkualitas (Kumalasari et al., 2022). Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan dan literasi keuangan tidak berdampak pada perilaku berwirausaha siswa SMK Negeri 10 Surabaya seperti yang terungkap dalam penelitian sebelumnya (Sukma Prabawati dan Susanti, 2019) dalam Jurnal (Cahyaningrum & Susanti, 2021). Pendidikan wirausaha yang diselenggarakan harus menggalakkan semangat inovasi dan

kegiatan dalam merespons peluang, menghasilkan peluang baru, serta mengembangkan kemampuan dan pengetahuan dalam berwirausaha (Indriyani & Margunani, 2019).

Rumusan Masalah

1. Persediaan lapangan pekerjaan yang terbatas telah meningkatkan jumlah pengangguran di Indonesia
2. Kurangnya antusiasme generasi muda menjadi faktor utama rendahnya tingkat kewirausahaan di Indonesia.

Pertanyaan Masalah

1. Apakah adanya Pendidikan Kewirausahaan memengaruhi Minat Berwirausaha Online pada Mahasiswa di Kota Surakarta?
2. Apakah adanya Manajemen Keuangan memengaruhi Minat Berwirausaha Online pada Mahasiswa di Kota Surakarta?
3. Apakah adanya Pemasaran Digital memengaruhi Minat Berwirausaha Online pada Mahasiswa di Kota Surakarta?

Tujuan Penelitian

1. Mempelajari dampak dari Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Online di kalangan Mahasiswa di Kota Surakarta.
2. Mempelajari dampak dari Manajemen Keuangan terhadap Minat Berwirausaha Online di kalangan Mahasiswa di Kota Surakarta.
3. Mempelajari dampak dari Pemasaran Digital terhadap Minat Berwirausaha Online di kalangan Mahasiswa di Kota Surakarta.

KAJIAN TEORITIS

Landasan Teori

Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan adalah upaya yang dilakukan oleh institusi pendidikan untuk menyampaikan pengetahuan, nilai, jiwa dan sikap kewirausahaan kepada mahasiswa guna membekali diri menjadi pribadi yang mandiri, kreatif dan inovatif (Kumalasari et al., 2022). Pentingnya pendidikan kewirausahaan terletak pada peranannya dalam merangsang dan memperkuat minat, semangat, dan tindakan berwirausaha pada kaum muda. Hal ini disebabkan oleh pendidikan yang merupakan sumber dari sikap dan motivasi secara keseluruhan untuk meraih kesuksesan sebagai seorang wirausahawan di masa mendatang (Fatoki, 2014) dalam Jurnal (Kumalasari et al., 2022). Terdapat 4 indikator untuk mengukur variabel pendidikan kewirausahaan, yaitu : 1) konsep kewirausahaan, 2) karakter wirausahawan, 3) pengetahuan

rencana wirausaha, dan 4) keterampilan pengelolaan usaha (Kusmintarti, 2017) dalam Jurnal (Oktiena & Dewi, 2021).

Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan meliputi strategi untuk mendapatkan sumber dana, pengaturan penggunaan dana tersebut untuk mencapai target yang ditetapkan, serta optimalisasi pengelolaan aset dengan efisiensi dan efektivitas, baik dalam lingkup pribadi, bisnis, atau sektor publik (Ditama, 2022). Manajemen keuangan yang efisien dan efektif melibatkan tiga aspek pokok: perencanaan dana, pengendalian pengeluaran, dan pengambilan keputusan finansial (Muthmainnah et al., 2019). Terdapat 5 indikator untuk mengukur variabel manajemen keuangan, yaitu : 1) menetapkan tujuan keuangan, 2) akurasi perkiraan pengeluaran, 3) akurasi perkiraan pendapatan, 4) membuat keputusan dengan mempertimbangkan beberapa alternatif, dan 5) menyesuaikan diri dengan kondisi darurat keuangan (Heck, 1984) dalam Jurnal (Afandy & Niangsih, 2020).

Pemasaran Digital

Digital marketing adalah strategi untuk mengiklankan atau memasarkan suatu produk dan merek melalui platform digital (Istiqomah, 2021). Para pengusaha sering memilih digital marketing sebagai sarana utama karena mampu menjangkau konsumen yang semakin terbiasa dengan teknologi digital, sehingga beberapa perusahaan perlahan beralih dari metode pemasaran konvensional menuju strategi pemasaran yang lebih modern (Iqbal, 2021). Terdapat 6 indikator untuk mengukur variabel pemasaran digital, yaitu : 1) aksesibilitas, 2) interaktivitas, 3) hiburan, 4) kepercayaan, 5) gangguan, dan 6) informatif (Iqbal, 2021).

Minat Berwirausaha Online

Minat terhadap kewirausahaan dapat diartikan sebagai dorongan atau ketertarikan yang kuat, didukung oleh sikap yang berani dan tekad yang kuat, yang dimiliki individu untuk mengeksplorasi pengetahuan tentang bisnis, serta untuk melakukan pembangunan dan pengelolaan bisnis sebagai fokus utama kegiatan mereka (Oktiena & Dewi, 2021). Niat untuk menjalankan usaha bisa muncul dari beragam faktor, seperti kemampuan kreatif yang dimiliki individu dan kondisi lingkungan keluarga di mana individu tersebut tinggal (Irwansyah & Subiantoro, 2018). Terdapat 4 indikator untuk mengukur variabel minat berwirausaha online, yaitu : 1) rasa senang, 2) tertarik, 3) perhatian, dan 4) keinginan terlibat (Amrul et al., 2022).

Hipotesis

Hubungan Pendidikan Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha Online

Pendidikan kewirausahaan memiliki signifikansi yang besar dan hubungan yang positif dengan minat mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya

terhadap kewirausahaan (Oktiena & Dewi, 2021). Pentingnya pendidikan kewirausahaan telah diakui sebagai elemen krusial dalam membentuk dan memperkuat motivasi, semangat, dan tindakan berwirausaha pada kaum muda (Kourilsky dan Walstad) dalam Jurnal (Rimadani & Murniawaty, 2018).

H₁ : Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Online Mahasiswa di Kota Surakarta

Hubungan Manajemen Keuangan dan Minat Berwirausaha Online

Pemahaman manajemen keuangan berkontribusi secara positif terhadap ketertarikan mahasiswa Stiesia Surabaya dalam berwirausaha (Makuku, 2023). Adanya korelasi positif antara keterampilan manajemen keuangan individu dan motivasi untuk memulai bisnis menunjukkan bahwa semakin mahir seseorang dalam mengatur keuangan pribadinya, semakin besar keinginan mereka untuk memulai usaha. Sebaliknya, ketika kemampuan mengelola keuangan seseorang rendah, minat untuk memulai bisnis juga cenderung rendah (Ditama, 2022).

H₂ : Manajemen Keuangan berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Online Mahasiswa di Kota Surakarta

Hubungan Pemasaran Digital dan Minat Berwirausaha Online

Mahasiswa yang berada di Akademi Kesejahteraan Sosial (AKK) memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai pemasaran digital. Hal ini berpengaruh terhadap minat mereka dalam berwirausaha karena pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran digital marketing dalam mengiklankan produk (Istiqomah, 2021). Faktanya, riset sebelumnya telah menunjukkan bahwa penggunaan pemasaran digital oleh pelaku usaha membantu mereka dalam meningkatkan keterjangkauan konsumen serta mempermudah mereka untuk mendapatkan umpan balik terkait nilai produk, sehingga meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan (Iqbal, 2021).

H₃ : Pemasaran Digital berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Online Mahasiswa di Kota Surakarta

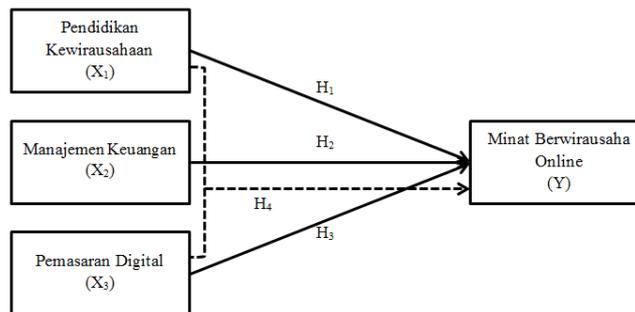
Hubungan Pendidikan Kewirausahaan, Manajemen Keuangan, Pemasaran Digital dan Minat Berwirausaha Online

Dorongan untuk meningkatkan pendapatan dapat memotivasi mahasiswa untuk mengembangkan usaha mereka guna mencapai pertumbuhan yang lebih baik (Amrul et al., 2022). Pentingnya pembelajaran atau pemahaman yang sesuai untuk mendukung aspirasi atau harapan akan penghasilan para mahasiswa menjadi lebih menonjol, dengan harapan bahwa hal ini akan mendorong minat mereka untuk berwirausaha. Hasil studi lain menunjukkan bahwa

partisipasi media sosial, pembelajaran kewirausahaan, dan pemahaman keuangan memiliki dampak serupa terhadap tindakan berwirausaha online di antara pelajar di SMK Negeri 1 Pangkalan Bun (Cahyaningrum & Susanti, 2021).

H₄ : Pendidikan Kewirausahaan, Manajemen Keuangan dan Pemasaran Digital berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Online Mahasiswa di Kota Surakarta

Kerangka Konseptual



Sumber : Data Primer

Gambar 2. Kerangka Konseptual

Keterangan

Parsial : —————

Simultan : - - - - -

Bagian di atas menyatakan bahwa terdapat 3 variabel bebas (independen) yaitu Pendidikan Kewirausahaan (X_1), Manajemen Keuangan (X_2), dan Pemasaran Digital (X_3) pada penelitian ini. Sedangkan variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah Minat Berwirausaha Online (Y). Efek parsial merujuk pada dampak yang muncul dari variabel bebas secara terpisah atau individual terhadap variabel terikat, sementara efek simultan merujuk pada dampak yang timbul dari gabungan beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat.

METODOLOGI PENELITIAN

Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pendidikan Kewirausahaan (X_1)

Variabel ini adalah faktor yang membentuk sifat-sifat mahasiswa di Kota Surakarta terkait konsep kewirausahaan, termasuk karakteristik wirausahawan, pemahaman perencanaan usaha, dan keahlian dalam mengelola bisnis dengan tujuan menjadi seorang entrepreneur.

2. Manajemen Keuangan (X_2)

Variabel ini mencakup cara mahasiswa di Kota Surakarta mengelola finansial pribadi mereka, termasuk perencanaan, implementasi, dan evaluasi yang meliputi penganggaran, pengeluaran, serta penabungan.

3. Pemasaran Digital (X_3)

Variabel ini merupakan kemampuan mahasiswa di Kota Surakarta dalam mengoperasikan media sosial yang memiliki beragam fitur di dalamnya.

4. Minat Berwirausaha Online (Y)

Variabel ini merupakan peningkatan maupun penurunan dalam hal ketertarikan mahasiswa di Kota Surakarta seperti perasaan senang, ketertarikan, perhatian dan keterlibatan untuk memulai kegiatan berwirausaha online.

Tabel 1. Definisi Operasional

Konstruk	Dimensi	Indikator	Skala
Pendidikan Kewirausahaan (X_1)	Pembentukan Karakter Wirausahawan	1. Konsep kewirausahaan 2. Karakter wirausahawan 3. Pengetahuan rencana wirausaha 4. Keterampilan pengelolaan usaha	Likert
Manajemen Keuangan (X_2)	Akurasi Perencanaan Keuangan	1. Menetapkan tujuan keuangan 2. Akurasi perkiraan pengeluaran 3. Akurasi perkiraan pendapatan 4. Membuat keputusan dengan mempertimbangkan beberapa alternatif 5. Menyesuaikan diri dengan kondisi darurat keuangan	Likert
Pemasaran Digital (X_3)	Keunggulan Sarana Pemasaran Digital	1. Aksesibilitas 2. Interaktivitas 3. Hiburan 4. Kepercayaan 5. Gangguan 6. Informatif	Likert
Minat Berwirausaha Online (Y)	Keinginan Berwirausaha	1. Rasa senang 2. Tertarik 3. Perhatian 4. Keinginan terlibat	Likert

Sumber : Data Primer

Data dan Sumber Data

Para peneliti memanfaatkan data primer dalam penelitian ini. Data yang terhimpun melalui metode observasi dan wawancara cenderung bersifat primer, yakni informasi yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian (Hardani et al., 2020). Data primer diperoleh dengan menyebarkan survei menggunakan pendekatan *Unknown Population* yang disalurkan kepada warga di Kota Surakarta, terutama kepada pelajar / mahasiswa yang memiliki pemahaman tentang platform media sosial.

Rumus yang digunakan peneliti untuk menentukan jumlah sampel, yaitu dengan rumus *Unknown Population* (Ferdinand, 2019) dalam Jurnal (Khafidatul & Indra, 2020).

$$n = \frac{z^2}{4(\mu)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Signifikansi, 5% maka z = 1,96

μ = Margin of Error, sebesar 10% atau 0,1

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

n = 94,04 dibulatkan menjadi 96

Hasil di atas menunjukkan bahwa sampel yang diambil minimal sebanyak 96 responden.

Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik kuantitatif untuk mengolah data penelitian ini. Teknik kuantitatif melibatkan angka yang didapatkan melalui 101 kuesioner yang disebar kepada masyarakat di Kota Surakarta, khususnya pelajar / mahasiswa yang mengerti dan paham mengenai media digital. Kuesioner yang disebar untuk penelitian menggunakan pendekatan skala *Likert* yang memuat rentang skor 1-5. Skor 5 ditujukan untuk respons "Sangat Setuju" (SS), skor 4 untuk respons "Setuju" (S), skor 3 untuk respons "Netral" (N), skor 2 untuk respons "Tidak Setuju" (TS), dan skor 1 untuk respons "Sangat Tidak Setuju" (STS).

Responden yang mengisi kuesioner sebanyak 97 orang berusia 19-23 tahun berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, sedangkan sebanyak 4 orang berusia 24-33 tahun berstatus sebagai karyawan, freelancer dan pelaku UMKM. Sebanyak 101 data dari responden diolah menggunakan *software SPSS 25 32-bit* untuk melakukan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji T (Parsial Hipotesis), Uji F (Simultan Hipotesis), Uji Multikolinearitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pendidikan Kewirausahaan (X1)	PK1	0,531	0,1646	Valid
	PK2	0,614	0,1646	Valid
	PK3	0,618	0,1646	Valid
	PK4	0,613	0,1646	Valid
Manajemen Keuangan (X2)	MK1	0,575	0,1646	Valid
	MK2	0,641	0,1646	Valid
	MK3	0,693	0,1646	Valid
	MK4	0,558	0,1646	Valid
	MK5	0,720	0,1646	Valid
Pemasaran Digital (X3)	PD1	0,661	0,1646	Valid
	PD2	0,725	0,1646	Valid
	PD3	0,640	0,1646	Valid
	PD4	0,709	0,1646	Valid
	PD5	0,644	0,1646	Valid
	PD6	0,675	0,1646	Valid
Minat Berwirausaha Online (Y)	MBO1	0,618	0,1646	Valid
	MBO2	0,740	0,1646	Valid
	MBO3	0,647	0,1646	Valid
	MBO4	0,684	0,1646	Valid

Sumber : Olah Data SPSS 25

Tabel 2 menunjukkan bahwa setiap indikator pertanyaan pada setiap variabel memiliki angka r_{hitung} . Setiap elemen tersebut dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1646), dan sebaliknya dinyatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (0,1646).

Uji Reliabilitas

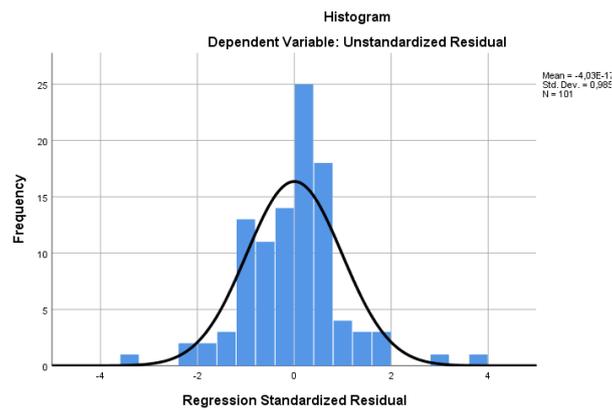
Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Pendidikan Kewirausahaan (X1)	0,785	Reliabel
Manajemen Keuangan (X2)	0,835	Reliabel
Pemasaran Digital (X3)	0,872	Reliabel
Minat Berwirausaha Online (Y)	0,839	Reliabel

Sumber : Olah Data SPSS 25

Tabel 3 menampilkan hasil angka *Cronbach Alpha* untuk setiap variabel. Suatu variabel dianggap memiliki reliabilitas yang memadai jika nilai *Cronbach Alpha*-nya lebih besar dari 0,7. Sedangkan jika nilainya kurang dari 0,7 maka variabel tersebut dianggap tidak memenuhi kriteria reliabilitas yang diperlukan.

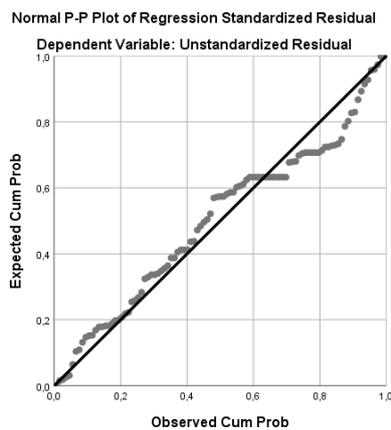
Uji Normalitas



Sumber : Olah Data SPSS 25

Gambar 3. Histogram Dependent Variable

Gambar 3 menunjukkan bahwa ketika kurva variabel terikat pada histogram normal dan rata-rata mendekati 0, ini menunjukkan bahwa residual dapat dianggap normal atau bahwa asumsi normalitas terpenuhi.



Sumber : Olah Data SPSS 25

Gambar 4. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Gambar 4 menunjukkan bahwa plot variabel terikat (dependen) dalam diagram menunjukkan aliran garis lurus, dapat dianalisa bahwa asumsi normalitas menyatakan hasil yang normal.

Tabel 4. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-0,1762
	Std. Deviation	0,92449
Most Extreme Differences	Absolute	0,132
	Positive	0,118
	Negative	-0,132
Test Statistic		0,132
Asymp. Sig. (2-tailed)		,019 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Olah Data SPSS 25

Tabel 4 menunjukkan bahwa *Unstandardized Residual* dari variabel terikat (dependen) memiliki angka *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,019. Variabel tersebut dinyatakan normal jika *Asymp. Sig (2-tailed)* > 0,05 dan sebaliknya dinyatakan tidak normal jika *Asymp. Sig (2-tailed)* < 0,05. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa studi ini sesuai dengan standar yang berlaku.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a				Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,614	1,108		1,456	0,152
	PK	-0,073	0,085	-0,158	-0,858	0,395
	MK	0,068	0,057	0,210	1,189	0,240
	PD	-0,077	0,055	-0,273	-1,415	0,163

a. Dependent Variable: Ln_RES

Sumber : Olah Data SPSS 25

Apabila nilai *Sig.* > 0,05 artinya tidak terjadi heteroskedastisitas, begitu juga sebaliknya jika nilai *Sig.* < 0,05 artinya terjadi heteroskedastisitas. Pada Tabel 5, menunjukkan nilai signifikansi variabel independen untuk X_1 (PK) sebesar 0,395, X_2 (MK) sebesar 0,240 dan X_3 (PD) sebesar 0,163. Oleh karena itu, dapat disetujui bahwa tidak ada kecenderungan heteroskedastisitas yang terdeteksi dalam penelitian ini.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	0,882	1,681		0,524	0,601		
	PK	0,356	0,133	0,272	2,674	0,009	0,536	1,867
	MK	0,110	0,084	0,126	1,302	0,196	0,592	1,688
	PD	0,276	0,078	0,377	3,536	0,001	0,488	2,050

a. Dependent Variable: MBO

Sumber : Olah Data SPSS 25

Apabila nilai *Tolerance* > 0,01 dan nilai *VIF* < 10,00, dapat diasumsikan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas. Berdasarkan Tabel 8, semua variabel bebas (independen) memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,01 dan nilai *VIF* kurang dari 10,00. Dengan demikian, dapat disarankan bahwa tidak ada indikasi adanya masalah multikolinearitas pada penelitian.

Uji T (Parsial)

Tabel 7. Uji T (Parsial)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,882	1,681		0,524	0,601
	PK	0,356	0,133	0,272	2,674	0,009
	MK	0,110	0,084	0,126	1,302	0,196
	PD	0,276	0,078	0,377	3,536	0,001

a. Dependent Variable: MBO

Sumber : Olah Data SPSS 25

Apabila nilai *Sig.* < 0,05 maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, begitu juga sebaliknya jika nilai *Sig.* > 0,05 maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa variabel X₁ (PK) dan X₃ (PD) berpengaruh terhadap variabel Y, sedangkan variabel X₂ (MK) bernilai *Sig.* sebesar 0,196 > 0,05 sehingga tidak banyak mempengaruhi variabel Y.

Uji F (Simultan)**Tabel 8. Uji F (Simultan)**

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	273,694	3	91,231	27,719	,000 ^b
	Residual	319,256	97	3,291		
	Total	592,950	100			

a. Dependent Variable: MBO

b. Predictors: (Constant), PD, MK, PK

Sumber : Olah Data SPSS 25

Apabila nilai *Sig.* < 0,05 maka hipotesis diterima, begitu juga sebaliknya jika nilai *Sig.* > 0,05 maka hipotesis tidak diterima. Berdasarkan Tabel 7, dapat dilihat bahwa hipotesis diterima dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, kesimpulannya adalah bahwa X_1 (PK), X_2 (MK), dan X_3 (PD) secara kolektif memengaruhi Y (MBO).

KESIMPULAN DAN SARAN

Terdapat kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini. Berikut beberapa kesimpulan tersebut :

1. Pendidikan Kewirausahaan (X_1) secara signifikan memberikan pengaruh yang positif terhadap Minat Berwirausaha Online (Y). Sesuai hasil Uji T (Parsial) yang menunjukkan nilai signifikansi variabel X_1 (PK) sebesar $0,009 < 0,05$.
2. Manajemen Keuangan (X_2) secara signifikan tidak banyak memberikan pengaruh terhadap Minat Berwirausaha Online (Y). Sesuai hasil Uji T (Parsial) yang menunjukkan nilai signifikansi variabel X_2 (MK) sebesar $0,196 > 0,05$.
3. Pemasaran Digital (X_3) secara signifikan memberikan pengaruh yang positif terhadap Minat Berwirausaha Online (Y). Sesuai hasil Uji T (Parsial) yang menunjukkan nilai signifikansi variabel X_3 (PD) sebesar $0,001 < 0,05$.

Sesuai kesimpulan di atas, peneliti memberikan dukungan berupa saran bagi dunia pendidikan dalam meningkatkan Minat Berwirausaha Online masyarakat Indonesia, terutama pelajar / mahasiswa di Kota Surakarta. Berikut saran dari peneliti :

1. Dalam rangka meningkatkan Minat Berwirausaha Online, diperlukan literasi / pelajaran yang dapat membentuk konsep diri wirausahawan. Pendidikan Kewirausahaan merupakan langkah awal yang sesuai untuk meningkatkan konsep wirausaha dalam diri seseorang. Dalam ranah literasi ini, terdapat bahan pembelajaran yang dapat meningkatkan pemahaman tentang konsep kewirausahaan, karakteristik seorang

wirausahawan, pengetahuan perencanaan bisnis, dan kemampuan dalam mengelola usaha.

2. Manajemen Keuangan, sebagai objek dalam penelitian ini, tidak memiliki dampak signifikan terhadap Minat Berwirausaha Online. Namun, pentingnya terletak pada kemampuannya untuk meningkatkan ketepatan dan antisipasi dalam hal keuangan, seperti membantu dalam menetapkan target keuangan, mengestimasi pengeluaran dengan tepat, meramalkan pendapatan dengan akurat, mempertimbangkan berbagai alternatif dalam pengambilan keputusan, dan bersiap menghadapi kondisi darurat keuangan.
3. Dilihat dari responden yang menjadi target penelitian ini paling banyak terdapat pada kalangan anak muda usia 19-23 tahun yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa, sehingga teknologi digital sudah tidak asing bagi mereka di kehidupan sehari-hari. Sesuai kemampuan mereka, Pemasaran Digital menjadi dukungan terbesar bagi wirausahawan muda untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi antara penjual dengan pembeli melalui konten yang menarik dan menghibur para pengguna media sosial. Selain itu, literasi mengenai Pemasaran Digital dapat meningkatkan Minat Berwirausaha Online dalam diri mereka.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, D., & Septiany, F. R. (2019). *PENGARUH MOTIVASI DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka)*. 1(3), 316–331.
- Afandy, C., & Niangsih, F. F. (2020). Literasi Keuangan Dan Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Di Provinsi Bengkulu. *The Manager Review*, 2(2), 68–98. <https://doi.org/10.33369/tmr.v2i2.16329>
- Amrul, N. A. L., Akib, H., Niswaty, R., Guntur, M., & Darwis, M. (2022). Minat Mahasiswa Berwirausaha Online (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), 7–14.
- Cahyaningrum, A. F., & Susanti. (2021). *Pengaruh Penggunaan Sosial Media , Pendidikan Kewirausahaan , Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Berwirausaha Online Pada Siswa SMK Negeri 1 Pangkalan Bun*. 5(1), 104–118. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3348>
- Ditama, R. A. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Manajemen Keuangan Terhadap Minat Memulai Usaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Kerinci. *Jurnal Ekonomi Sakti*, 11, 56–57.

- Hardani, Nur, H., Helmina, A., Roushandy, A., Jumari, U., Evi, F., Dhika, J., & Ria, R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kualitatif. In *CV Pustaka Ilmu Group* (Issue Maret).
- Indriyani, L., & Margunani, M. (2019). Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 848–862. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28315>
- Iqbal, M. (2021). Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 7(2), 83–93. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v7i2.609>
- Irwansyah, M., & Subiantoro, H. (2018). *PENGARUH KREATIVITAS, LINGKUNGAN KELUARGA DAN JIWA ENTREPRENEUR TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA STKIP PGRI TULUNGAGUNG*. 2(1), 36–47.
- Istiqomah. (2021). Pengaruh Pengetahuan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta. *Socia Akademika*, 7(1), 10–16.
- Khafidatul, I., & Indra, K. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Marketplace Shopee di Mojekerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Kumalasari, D. A., Eryanto, H., Pratama, A., Universitas, F. E., & Jakarta, N. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan , Efikasi Diri Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(21), 518–536. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7302299>
- Kuswanto, K., Suratno, S., & Asmarani, A. (2022). Pengaruh Manajemen Keuangan dan Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Intensi Wirausaha Mahasiswa Universitas Jambi. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 18(3), 248–256. <https://doi.org/10.31940/jbk.v18i3.248-256>
- Makuku, R. F. J. (2023). Pengaruh efikasi diri dan pengetahuan manajemen keuangan terhadap minat berwirausaha (Studi kasus mahasiswa S1 STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(4), 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5309/5336>
- Muthmainnah, S., Mila, M., & Ichfan, H. (2019). Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 1(2), 32. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v1i2.1263>
- Oktiena, S. W., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(3), 543–558. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v3i2.96>
- Putri, E. (2021). Pengaruh Efikasi Diri Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Panca Sakti. *Research and Development Journal of Education*, 7(2), 269. <https://doi.org/10.30998/rdje.v7i2.10385>

Rimadani, F., & Murniawaty, I. (2018). *PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, BUSINESS CENTER DAN KREATIVITAS SISWA TERHADAP JIWA BERWIRAUSAHA SISWA* *Febri*. 7(3), 976–991.

Santosa, M., & Vanel, Z. (2022). Strategi Digital Marketing Mg Setos Hotel Semarang Dalam Meningkatkan Revenue Di Masa Pandemi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 6(2), 234–242. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i2.50088>