

THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL LITERACY, DIGITAL LITERACY AND SOCIAL MEDIA USE ON THE ENTREPRENEURIAL INTEREST OF HIGH SCHOOL STUDENTS

Niken Paramitasari¹, Putri Emilia^{2*}, M. Ariza Eka Yusendra³, Soraya Asnusa⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung

Email: nikenparamitasari@darmajaya.ac.id¹, putriemilia.2012140034@mail.darmajaya.ac.id^{2*}

ABSTRACT

Entrepreneurship programs at the high school level encourage students to become entrepreneurs. However, based on data on students' interest in entrepreneurship, after graduating students prefer to continue their studies or work. In addition, in the era of increasingly growing digitalization and the rise of social media as a platform for entrepreneurship, some students are not used for entrepreneurial activities, but rather for socializing, watching, etc. This shows that there is still a gap between knowledge and application in entrepreneurial and digitalization among students. Therefore, this research aims to contribute to understanding the factors that influence students' interest in entrepreneurship. By analyzing the effect of entrepreneurial literacy, digital literacy, and the use of social media, this research is expected to provide useful recommendations for schools, educational stakeholders, and other related parties to increase students' interest in entrepreneurship. This research used quantitative research with a causality and associative approach used SEM-PLS. Result showed that entrepreneurial literacy, digital literacy, and media use of social media have an effect on interest in entrepreneurship. Through students' entrepreneurial literacy are expected to be able to identify problems and find creative and innovative business ideas. Digital literacy knowledge directs students to be able to identify real data and access the resources needed to support the business. Social media can be a very effective tool for networking with professionals, promoting products or services, and reaching more markets wide.

ABSTRAK

Program kewirausahaan di tingkat SMA mendorong siswa untuk menjadi pengusaha. Namun, berdasarkan data minat mahasiswa untuk berwirausaha, setelah lulus mahasiswa lebih memilih untuk melanjutkan studi atau bekerja. Selain itu, di era digitalisasi yang semakin berkembang dan maraknya media sosial sebagai platform untuk berwirausaha, sebagian mahasiswa tidak digunakan untuk kegiatan wirausaha, melainkan untuk bersosialisasi, menonton, dll. Hal ini menunjukkan bahwa masih adanya kesenjangan antara pengetahuan dan penerapan dalam kewirausahaan dengan digitalisasi di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha. Dengan menganalisis pengaruh literasi kewirausahaan, literasi digital, dan penggunaan media sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi sekolah, pemangku kepentingan pendidikan, dan pihak terkait lainnya untuk meningkatkan minat siswa dalam berwirausaha. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausalitas dan asosiatif menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan, literasi digital, dan penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Melalui literasi kewirausahaan mahasiswa diharapkan mampu mengidentifikasi permasalahan dan menemukan ide bisnis yang kreatif dan inovatif. Pengetahuan literasi digital mengarahkan mahasiswa untuk dapat mengidentifikasi data nyata dan mengakses sumber daya yang dibutuhkan untuk mendukung bisnis. Media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk berjejaring dengan para profesional, mempromosikan produk atau layanan, dan menjangkau lebih banyak pasar secara luas.

DOI: 10.31000/combis.v6i2.11336

Article History:

Received: 08/05/2024

Reviewed: 15/05/2024

Revised: 15/05/2024

Accepted: 31/05/2024

Keywords: Entrepreneurial Literacy, Digital Literacy, Social Media Usage, Entrepreneurial Interest.



INTRODUCTION

Saat ini sekolah tidak hanya berfungsi sebagai tempat di mana siswa memperoleh pengetahuan, tetapi juga berfungsi sebagai tempat di mana siswa dibekali dengan keterampilan dan pemahaman yang relevan dengan dunia nyata. Hal ini didukung dengan kurikulum yang di canangkan oleh pemerintah, salah satunya terkait kewirausahaan yang diterapkan dalam pembelajaran PKWU (Pendidikan Prakarya dan Kewirausahaan). Program tersebut diharapkan mampu meningkatkan kreatifitas siswa dan menjadi pribadi yang mampu memecahkan masalah.

Kegiatan kewirausahaan sudah di terapkan dengan baik di SMA Negeri 15 Bandar Lampung, dimana siswa telah mempraktekan ilmu yang telah diperoleh dengan menciptakan dan mendistribusikan produk yang telah dibuat melalui koperasi sekolah yang diberi nama Libelshop. Pengenalan tentang kewirausahaan, ini dapat meningkatkan minat berwirausaha peserta didik, karena mereka akan memahami apa itu kewirausahaan dan bagaimana cara menjadi seorang wirausahawan.

Menurut Mustofa dalam Wediawati & Sari, (2023). Minat berwirausaha adalah pemusatan yang berfokus pada kewirausaha karena minat dan keinginan untuk mempelajari, mengetahui, dan membuktikan sesuatu. Setelah mendapatkan pengetahuan dan informasi tentang kewirausahaan, minat berwirausaha memicu partisipasi langsung dalam pengalaman kewirausahaan dan akhirnya menghasilkan keinginan untuk memperhatikan pengalaman yang diperoleh.

Hasil pra survey yang telah dilakukan di SMA N 15 Bandar Lampung, ketertarikan berwirausaha terkait minat berwirausaha setelah lulus pada Siswa SMA kelas XII. Dari 20 responden ketertarikan berwirausaha sebanyak 85% setelah lulus sekolah dan sebanyak 15% siswa setelah lulus sekolah tidak tertarik untuk berwirausaha. Melalui data di atas hampir seluruh siswa tertarik berwirausaha setelah lulus. Namun, berdasarkan hasil wawancara tidak terstruktur dengan Ibu Marfilia Arum Sayekti selaku wakil kepala sekolah bagian hubungan masyarakat, pihak sekolah mengamati bahwa siswa yang telah lulus cenderung lebih banyak melanjutkan pendidikan ke jenjang perkuliahan dan bekerja dibandingkan berwirausaha setelah lulus.

Saat ini siswa menghadapi tantangan di tengah perkembangan teknologi digital dan transformasi ekonomi global. Pemahaman tentang literasi kewirausahaan saja tidak cukup, tetapi juga pemahaman tentang teknologi melalui literasi digital agar peluang berwirausaha lebih dapat ditingkatkan dengan pehamnya siswa dalam penggunaan teknologi. Salah satu upaya peningkatan literasi digital juga dilakukan pihak Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbudristek) Sejak tahun 2017, literasi digital telah menjadi bagian dari konsep yang diintegrasikan dalam kurikulum 2013. (Kholipah 2021).

Dalam pemanfaatan teknologi saat ini, kemampuan literasi digital menjadi krusial bagi masyarakat, khususnya pelajar di era teknologi informasi, untuk dapat aktif terlibat dalam kehidupan modern. Literasi digital mencakup etika, pengetahuan, dan keterampilan dalam memproses dan menyampaikan informasi, serta menggunakannya untuk mendapatkan pengetahuan atau keterampilan dengan efektif (Sari 2023).

Penggunaan media sosial juga merupakan salah satu cakupan dari literasi digital, saat ini banyak di gunakan oleh kalangan remaja. Hasil survei Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan presentase 99,16% pada tahun 2021–2022 (Najwa 2023). Hal tersebut tidak mengherankan karena remaja merupakan segmen usia yang tengah mencari jati diri dan ingin berinteraksi dengan orang lain.

Pra survey menunjukkan data terkait penggunaan media sosial untuk berwirausaha siswa SMA Negeri 15 Bandar Lampung. Sebanyak 40% menggunakan media sosial untuk berwirausaha, sedangkan sisanya tidak menggunakan media sosial untuk kegiatan

berwirausaha jauh lebih besar yakni 60% berdasarkan data gambar di atas. Fenomena uniknya disini yaitu hanya sebagian kecil saja siswa SMA Negeri 15 Bandar Lampung yang memanfaatkan media sosial untuk bisnis online, setelah mereka memiliki bekal pengetahuan kewirausahaan dan modal smartphone dalam genggamannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Literasi Kewirausahaan, Literasi Digital dan Penggunaan Media Sosial mempengaruhi Minat Berwirausaha siswa SMA Negeri 15 Bandar Lampung. Penelitian ini difokuskan pada siswa SMA negeri 15 Bandar Lampung dikarenakan karena adanya kurikulum yang saat ini lebih menekankan kepada penerapan langsung terkait ilmu yang telah di peroleh serta perkembangan teknologi digital yang memberikan kesempatan bagi siswa untuk mengembangkan keterampilan dan minat mereka, termasuk minat berwirausaha.

LITERATURE REVIEW

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha menurut Aris Subandono dalam Mutia, (2022) merupakan keinginan alami individu untuk menciptakan sebuah usaha, yang kemudian diatur, dikembangkan, dan ditanggung risikonya oleh individu tersebut. Sedangkan menurut Utari, (2020). Minat berwirausaha adalah motivasi, ketertarikan, keinginan, dan kesiapan seseorang untuk mengambil inisiatif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan bekerja keras, tanpa merasa takut terhadap risiko yang mungkin muncul. Mereka juga senantiasa belajar dari kesalahan yang terjadi untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada. Menurut Sutanto dalam Dheananda, (2023) Terdapat empat indikator minat berwirausaha meliputi: perasaan senang, ketertarikan, perhatian dan keterlibatan.

Literasi Kewirausahaan

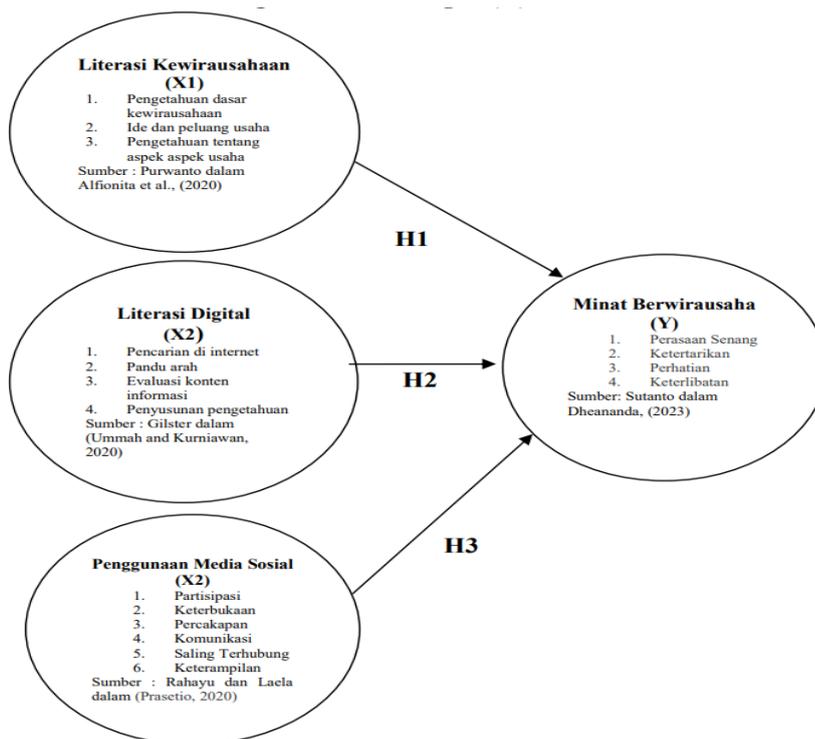
Literasi kewirausahaan adalah cara pandang seseorang terhadap kewirausahaan dalam merancang peluang bisnis yang tidak hanya menguntungkan diri sendiri tetapi juga memberikan manfaat bagi orang lain. Hal ini dicapai dengan menerapkan sifat positif, inovatif, dan kreatif dalam proses pengembangan bisnis. (Burhan et al. 2023). Sedangkan menurut Yani, Rakib, dan Syam dalam Sitanggang et al., (2022) literasi kewirausahaan atau sering disebut kemahiran berwirausaha adalah faktor eksternal yang memainkan peran utama dalam mencapai kesuksesan bisnis. Semakin tinggi kemampuan berwirausaha lebih banyak yang dimiliki seseorang, lebih besar kemungkinan mereka untuk mencapai keberhasilan dalam usaha mereka. Menurut Purwanto dalam Alfionita et al., (2020) terdapat tiga indikator literasi kewirausahaan meliputi: Pengetahuan dasar kewirausahaan, ide dan peluang usaha, pengetahuan tentang aspek-aspek usaha.

Literasi Digital

Literasi Digital adalah pemahaman, sikap, dan keterampilan yang dimiliki individu dalam menggunakan teknologi digital secara efektif untuk mengenali, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis, serta membangun pengetahuan baru. Selain itu, literasi digital memungkinkan individu untuk mengungkapkan diri melalui media digital dan berkomunikasi dengan orang lain secara efisien. Naudé, dalam (Fatonnah, Djuwita, and Busthomi 2022). Menurut Wediawati and Sari, (2023) Literasi Digital tidak hanya mencakup aspek kemampuan komunikasi, teknologi, dan informasi, tetapi juga mencakup keterampilan hidup yang lebih luas. Ini termasuk kemampuan bersosialisasi, belajar, berpikir kritis, inspiratif, dan kreatif dengan memanfaatkan teknologi digital. Menurut Gilster dalam Ummah & Kurniawan, (2020) Indikator literasi digital terdiri dari empat inti yang harus dimiliki oleh individu, yang meliputi: Pencarian di Internet, Pandu Arah, Evaluasi Konten Informasi,

Penyusunan Pengetahuan.

Penggunaan media sosial merupakan salah satu langkah inovatif yang digunakan perusahaan untuk mencapai pelanggan potensial, memfasilitasi penyebaran informasi, meningkatkan keunggulan bersaing, serta memelihara hubungan yang baik dengan berbagai pihak (Kevin and Puspitowati 2020). Menurut M. Hasym dalam Prasetio, (2020) media sosial merupakan platform dimana pelanggan dapat mengirimkan informasi dalam berbagai format, termasuk, foto, teks, dan video. dengan satu sama lain serta dengan instansi (perusahaan). Menurut Antony Mayfield dalam Rahayu & Laela, (2018) indikator dari sebuah media sosial, yaitu : Perhatian, Keterbukaan, Percakapan, Komunikasi, Saling Terhubung, Keterampilan.



Gambar Kerangka Teoritis

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan gambar kerangka teoritis di atas dapat disimpulkan bahwa dalam analisa penelitian ini terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi (X) yaitu literasi kewirausahaan (X1), literasi digital (X2), dan penggunaan media sosial (X3). Variabel yang dipengaruhi (Y) yaitu minat berwirausaha dan peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Literasi Kewirausahaan Berpengaruh Signifikan dan Positif Terhadap Minat Berwirausaha

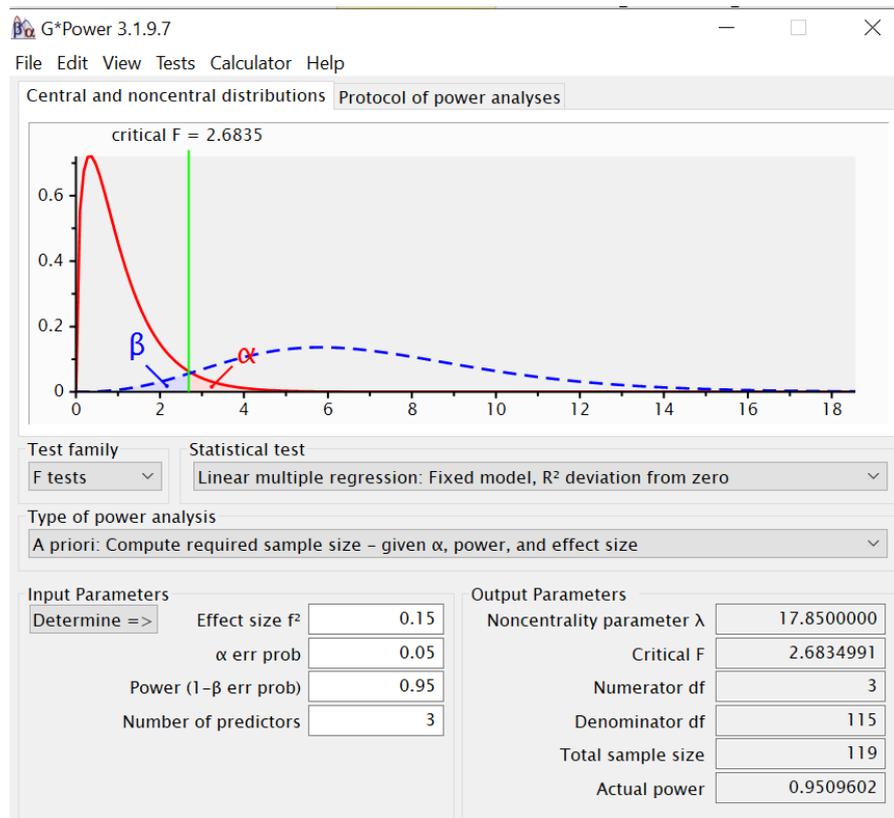
H2: Literasi Digital Berpengaruh Signifikan dan Positif Terhadap Minat Berwirausaha

H3: Penggunaan Media Sosial Berpengaruh Signifikan dan Positif Terhadap Minat Berwirausaha

RESEARCH METHODS

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausalitas dan menggunakan teknik analisis data PLS-SEM. Populasi adalah siswa SMA Negeri 15 Bandar Lampung dengan jumlah populasi sebanyak 889, metode dalam pengambilan sampel yaitu Non Probability Sampling dengan jumlah sampel yang di tentukan adalah 119 responden dan menggunakan software Gpower menurut Faul et al dalam Mumtaz

(2020).



Gambar Sampel Menggunakan G*Power

Sumber: Data Diolah, 2023

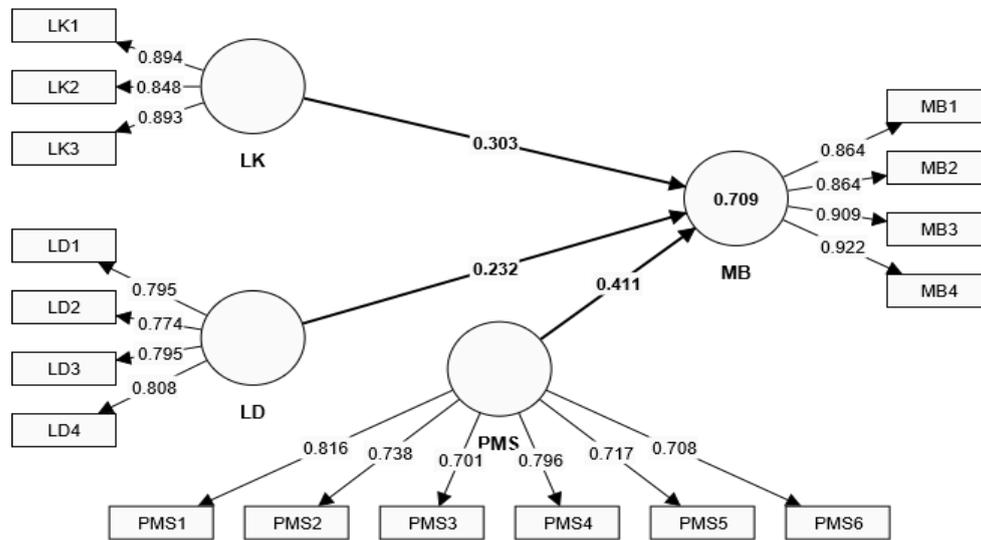
G*power digunakan untuk estimasi sebagai alternatif, ukuran sampel (N) dapat dipertimbangkan dengan memperhitungkan daya statistik ($1-\beta$), tingkat signifikansi (α), serta effect size yang belum terdeteksi di dalam populasi. Dalam penelitian ini menggunakan Level signifikan α 0,05, statistical power 0,95 (95%), dan effect size 0,15. Software G*power dapat membantu peneliti menentukan sampel minimal pada uji statistik dalam penelitian ini. Hasil analisis menggunakan G*power menunjukkan bahwa jumlah responden yang diperlukan adalah sebanyak 119 orang dengan gambar proses G*power terlampir dalam penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung melalui google form kepada 119 responden.

RESULTS AND DISCUSSION

Data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 119 responden. Data yang diperoleh dikelompokkan berdasarkan karakteristik responden meliputi jenis kelamin, pernah menjual produk, media sosial yang dimiliki, marketplace yang sering digunakan, produk/jasa yang diminati, kendala dalam melakukan bisnis. Dari total 119 data, karakteristik responden didominasi oleh responden perempuan (58%), sudah pernah menjual produk (82,35%) sosial media yang digunakan WhatsApp dan Instagram (95,8%), produk/jasa yang diminati kuliner (83,2%), dan kendala dalam melakukan bisnis adalah terbatasnya modal dan takut gagal (55,5%).

Dalam menganalisis data pada peneliti ini, menggunakan uji untuk menguji hipotesis antara lain: uji validitas, uji reliabilitas, uji R-square, F-square dan path coefficient.

Hasil Model Structural



Gambar Model Structural (Model 1)

Sumber: Data diolah menggunakan software PLS, 2024

Dalam menggunakan teknik analisis data dengan SmartPLS, terdapat tiga kriteria untuk mengevaluasi outer model, yaitu Convergent Validity, Discriminant Validity, dan Composite Reliability. Convergent validity dari model pengukuran dinilai melalui korelasi antara skor item atau skor komponen yang diestimasi oleh perangkat lunak PLS. Validitas indikator dilihat berdasarkan Loading Factor (LF), dimana nilai LF indikator >0,7 dianggap valid sesuai dengan aturan (rule of thumb). Dalam penelitian ini, digunakan Loading Factor sebesar 0,7.

Hasil Uji Convergent Validity

Hasil Uji Outer Loading/ Loading Factor

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Literasi (X1)	LK1	0,894	Valid
	LK2	0,848	Valid
	LK3	0,893	Valid
Literasi Digital (X2)	LD1	0,795	Valid
	LD2	0,774	Valid
	LD3	0,795	Valid
	LD4	0,808	Valid
Penggunaan Media Sosial (X3)	PMS1	0,816	Valid
	PMS2	0,738	Valid
	PMS3	0,701	Valid
	PMS4	0,796	Valid
	PMS5	0,717	Valid
	PMS6	0,708	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	MB1	0,864	Valid
	MB2	0,864	Valid
	MB3	0,909	Valid

MB4 0,922 Valid

Sumber : Data diolah menggunakan software PLS, 2024

Berdasarkan tabel *outer loading/ factor loading* pengolahan data pada model pengukuran, terlihat bahwa korelasi antara nilai item atau instrumen dengan nilai konstraknya Loading factor memenuhi standar dengan nilai faktor beban dari setiap instrumen melebihi 0,7. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa model tersebut valid dan tidak perlu dilakukan eliminasi atau penghapusan komponen apa pun dari model.

Uji Reliabilitas dan Cronbach's Alpha

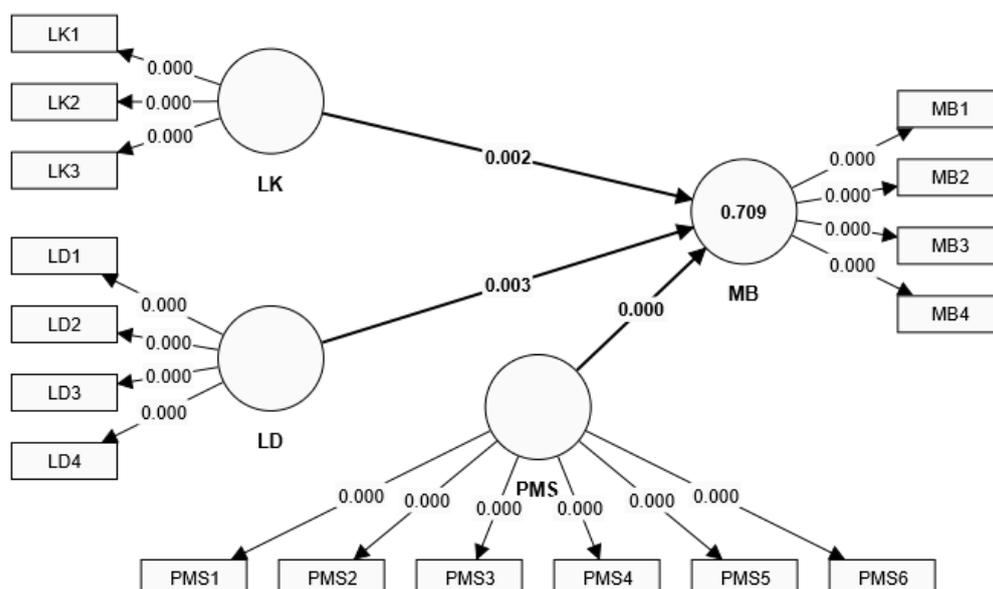
Hasil Uji *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
Literasi Digital	0,805	0,811	0,872	0,629
Literasi Kerwirausahaan	0,853	0,858	0,910	0,772
Minat Berwirausaha	0,912	0,914	0,939	0,793
Penggunaan Media Sosial	0,841	0,844	0,883	0,559

Sumber: Data diolah menggunakan software PLS, 2024

Berdasarkan tabel *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*, konstruk dianggap reliabel jika memiliki nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* di atas 0,8, serta nilai *Average Variance Extracted (AVE)* di atas 0,5. Tabel di atas menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,8, *Cronbach's alpha* di atas 0,8, dan nilai *AVE* di atas 0,5. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas konstruk tersebut baik.

Hasil *Bootstrapping*



Gambar Hasil *Bootstrapping* (Model 2)

Sumber: Data diolah menggunakan software PLS, 2024

Berdasarkan tabel 4.24, terlihat bahwa hasil pengujian t-statistik (t-hitung) dari pengaruh langsung dengan nilai yang lebih besar dari t-tabel (1,657), yakni 2,909, dan signifikansi Sig < 0,05 sebesar 0,002 dan besarnya pengaruh sebesar 0,303. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung Literasi Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha adalah signifikan dan positif. Dengan demikian, hasilnya sesuai dengan yang diungkapkan Literasi Kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Berwirausaha. H1 Diterima

Dari hasil pengujian, nilai t-statistik (t-hitung) untuk pengaruh langsung Literasi Digital lebih besar dari t-tabel (1,657), dengan nilai sebesar 2,786. Signifikansi Sig < 0,05, yaitu sebesar 0,003 dengan besarnya pengaruh adalah 0,232. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha adalah signifikan dan positif. Dengan demikian, hasilnya sesuai dengan yang diungkapkan. Literasi Digital berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Berwirausaha. H2 Diterima.

Dari hasil pengujian, nilai t-statistik (t-hitung) untuk pengaruh langsung Literasi Digital lebih besar dari t-tabel (1,657) dengan nilai sebesar 4,986. Signifikan Sig < 0,05 yaitu sebesar 0,000 dengan besarnya pengaruh adalah 0,411. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha adalah signifikan dan positif. Dengan demikian, hasilnya sesuai dengan yang diungkapkan. Penggunaan Media Sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Berwirausaha. H3 Diterima.

Uji *R Square*

Hasil Uji Nilai *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>
Minat Berwirausaha (Y)	0,709

Sumber: Data diolah menggunakan software PLS, 2024

Berdasarkan hasil uji nilai *R-Square*, besaran pengaruh variabel Literasi Kewirausahaan, Literasi Digital dan Penggunaan Media Sosial dapat menjelaskan variabel Minat Berwirausaha sebesar 0,709 atau 70,9% (Baik) sisanya 29,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji *F-Square*

Hasil Uji *F-Square*

Variabel	<i>f-square</i>
Literasi Digital -> Minat Berwirausaha	0.078
Literasi Kewirausahaan -> Minat Berwirausaha	0.118
Penggunaan Media Sosial -> Minat Berwirausaha	0.291

Sumber: Data diolah menggunakan software PLS, 2024

Berdasarkan hasil uji *F-Square* dapat dilihat bahwa pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha sebesar 0,078 (Kecil). Pengaruh Literasi Kewirausahaan terhadap Minat

Berwirausaha sebesar 0,118 (Sedang). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha sebesar 0,291 (Sedang).

Path Coefficient

Hasil Uji Hipotesis melalui *Path Coefficient*

Variabel	Original sample (O)	Standard deviation (STDEV)	T statistics	P values	Keterangan
X1 -> Y	0,303	0,104	2,909	0,002	Signifikan
X2 -> Y	0,232	0,083	2,786	0,003	Signifikan
X3 -> Y	0,411	0,082	4,986	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah menggunakan software PLS, 2024

Pengambilan keputusan:

1. Nilai P-value > 0,05 (hipotesis ditolak)
2. Nilai P-value < 0,05 (hipotesis diterima)

Berdasarkan hasil uji hipotesis melalui Parth Coefficient, terlihat bahwa hasil pengujian t-statistik (t-hitung) dari pengaruh langsung dengan nilai yang lebih besar dari t-tabel (1,657), yakni 2,909, dan signifikansi Sig < 0,05 sebesar 0,002 dan besarnya pengaruh sebesar 0,303. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung Literasi Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha adalah signifikan dan positif. Dengan demikian, hasilnya sesuai dengan yang diungkapkan Literasi Kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Berwirausaha. H1 Diterima.

Hasil pengujian, nilai t-statistik (t-hitung) untuk pengaruh langsung Literasi Digital lebih besar dari t-tabel (1,657), dengan nilai sebesar 2,786. Signifikansi Sig < 0,05, yaitu sebesar 0,003 dengan besarnya pengaruh adalah 0,232. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha adalah signifikan dan positif. Dengan demikian, hasilnya sesuai dengan yang diungkapkan. Literasi Digital berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Berwirausaha. H2 Diterima.

Hasil pengujian, nilai t-statistik (t-hitung) untuk pengaruh langsung Literasi Digital lebih besar dari t-tabel (1,657) dengan nilai sebesar 4,986. Signifikan Sig < 0,05 yaitu sebesar 0,000 dengan besarnya pengaruh adalah 0,411. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha adalah signifikan dan positif. Dengan demikian, hasilnya sesuai dengan yang diungkapkan. Penggunaan Media Sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Berwirausaha. H3 Diterima.

DISCUSSION

Hasil dalam penelitian mengetahui adanya hubungan yang berpengaruh signifikan dan positif pada variabel literasi kewirausahaan, literasi digital dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha, yang artinya jika semakin baik literasi kewirausahaan, literasi digital dan penggunaan media sosial maka akan semakin baik juga minat berwirausaha siswa SMA Negeri 15 Bandar Lampung.

Tampak dari salah satu variabel literasi kewirausahaan dengan total poin tertinggi yaitu

pada indikator pengetahuan dasar kewirausahaan, dimana siswa sudah mendapatkan pemahaman terkait literasi kewirausahaan dalam mata pelajaran PKWU (Pendidikan Prakarya dan Kewirausahaan). Pengetahuan dasar kewirausahaan merupakan indikator yang mengukur sejauh mana siswa memiliki pengetahuan berpikir kreatif, inovatif dan berorientasi pada masa depan. Hal ini penting karena siswa akan lebih tertarik jika mereka memiliki pengetahuan tentang bagaimana cara mengidentifikasi masalah, menganalisis resiko hingga menemukan ide bisnis yang kreatif dan inovatif. Pengetahuan dan contoh-contoh terbaru yang relevan memberikan pemahaman yang lebih mendalam sehingga mendorong siswa terlibat dalam kegiatan wirausaha (simulasi bisnis dan proyek kewirausahaan). Kegiatan praktik-praktik, materi mengenai ide dan model bisnis terbaru, mengadakan seminar/webinar, workshop, memberikan contoh dan kisah inspiratif wirausahawan yang sukses, diperoleh melalui kerjasama dengan DUDI (Dunia Industri) dan inkubator bisnis yang juga dapat memberikan program mentorship dan pendampingan bagi siswa yang tertarik berwirausaha. Selain itu, akses pendanaan yang mudah, memotivasi siswa untuk berinovasi dan memulai usaha mereka sendiri. Hal ini dapat memberikan mereka pengalaman langsung dalam dunia nyata dan membantu mereka mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk menjadi wirausahawan yang sukses.

Oleh karena itu, sekolah perlu terus meningkatkan pengetahuan dasar kewirausahaan dan pengetahuan terbaru dalam penerapan literasi kewirausahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan peneliti terdahulu yang dilakukan Almuna et al., (2020) dan menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa Jurusan IPS di SMA Negeri 4 Enrekang.

Selain variabel literasi kewirausahaan pihak sekolah perlu membangun literasi digital. Pemahaman tentang literasi kewirausahaan saja tidak cukup, tetapi juga pemahaman tentang teknologi melalui literasi digital agar peluang berwirausaha lebih dapat ditingkatkan dan siswa paham dalam penggunaan teknologi. Hal ini terlihat dari salah satu variabel literasi digital dengan total poin tertinggi yaitu pada indikator penyusunan pengetahuan yang menunjukkan siswa SMA Negeri 15 Bandar Lampung mampu menganalisis informasi mana yang nyata atau hoax. Penyusunan pengetahuan merupakan indikator yang mengukur kemampuan menganalisis sebuah informasi yang ditemukan secara daring hal ini penting karena sumber informasi saat ini mudah didapatkan akibat adanya perkembangan teknologi. Namun, tantangan muncul karena informasi yang diterima bisa berasal dari sumber yang nyata dan hoax. Oleh karena itu, memiliki pengetahuan yang tepat menjadi krusial agar tidak tersesat, terutama dalam membangun minat berwirausaha. Dengan literasi digital yang baik, siswa dapat mengidentifikasi contoh-contoh yang nyata dan sesuai untuk membantu siswa memperkuat keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan dalam membangun minat berwirausaha.

Hal ini dapat dilakukan dengan cara meningkatkan literasi digital melalui kegiatan webinar, workshop dan pelatihan yang berkaitan dengan digitalisasi untuk wirausaha, menyediakan akses ke situs web wirausaha yang kredibel dan terpercaya, mendorong siswa untuk memanfaatkan platform digital dalam mempromosikan dan memasarkan produk atau jasa mereka. Literasi digital dilakukan dengan menambahkan materi pembelajaran tentang pencarian dan evaluasi informasi sehingga mengajarkan siswa untuk mencari informasi yang akurat dan terpercaya, pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan usaha, seperti e-commerce, media sosial, dan platform online lainnya termasuk membuat *landing page* dan website, bagaimana siswa belajar mengelola media sosial, dan menjalankan kampanye pemasaran online. Berdasarkan data, siswa sering menggunakan marketplace Shopee (96,6%), Tokopedia (15,1%) dan Lazada (7,6%). Minat berwirausaha dapat dibangun dari apa yang sudah dikenal dan disukai siswa. Pemanfaatan marketplace tersebut sebagai media berwirausaha siswa, akan lebih memudahkan siswa mengaplikasikannya karena sudah familiar secara UI-UX. Selain itu, siswa juga perlu diajarkan mengenai keamanan, privasi online dan

etika berkomunikasi online sehingga siswa mampu melindungi diri secara online, menjaga informasi pribadi dan calon pelanggannya, serta bersikap sopan dan hormat dalam bertansaksi online. Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Jerni et al., (2021) menunjukkan literasi digital berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Faktor penunjang lainnya yang memiliki pengaruh penting yaitu penggunaan media sosial dimana media sosial adalah salah satu cakupan dari literasi digital yang saat ini banyak digunakan oleh kalangan remaja. Hal ini terlihat dari salah satu variabel penggunaan media sosial dengan total poin tertinggi yaitu pada indikator keterampilan. Hal ini menunjukkan siswa SMA Negeri 15 Bandar Lampung sudah mampu dalam menggunakan media sosial dengan baik. Keterampilan merupakan indikator yang mengukur sejauh mana siswa terampil dalam menggunakan media sosial, hal ini penting karena keterampilan menggunakan media sosial saat ini sangat dibutuhkan untuk membangun dan mengembangkan bisnis di era teknologi. Media sosial mempermudah seorang pebisnis untuk membangun jaringan profesional, mempromosikan produk atau jasa, dan menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini dapat berdampak baik bagi siswa yang ingin memulai usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik siswa dalam penggunaan media sosial sebanyak 95,8% menggunakan aplikasi Whatsapp dan Instagram, selanjutnya disusul 79% menggunakan tiktok, dan urutan aplikasi lain di bawahnya yaitu Youtube (78,2%), Telegram (43,7%), X (Twitter) (36,1%) dan Facebook (34,5%). Kecenderungan penggunaan media sosial ini untuk berkomunikasi dan melihat hiburan. Sedangkan penggunaan aplikasi untuk berwirausaha seperti Whatsapp Business hanya 22,7% terendah diantara aplikasi lainnya.

Terdapat diantara pernyataan “Saya mampu menggunakan fitur di media sosial (*reels, short video, messenger, DM, story, feed, dll.*)” dari variabel penggunaan media sosial dengan total poin tertinggi yaitu pada indikator keterampilan. Hal ini menunjukkan siswa SMA Negeri 15 Bandar Lampung sudah mampu menggunakan media sosial dengan baik, tetapi pihak sekolah harus memperkuat kompetensi dalam hal penggunaan media sosial untuk nantinya dapat meningkatkan minat berwirausaha. Pemberian pelatihan mengenai media sosial yang berkaitan dengan kegiatan berwirausaha seperti keterampilan pemasaran dan pemasangan iklan, yaitu WhatsApp Business, Instagram Ads, Tiktok Ads, Google Ads, Google My Business dan lain sebagainya agar media sosial tidak sekedar untuk mencari informasi dan hiburan, melainkan untuk kegiatan wirausaha. Media sosial juga memberikan akses kemudahan dalam pencarian komunitas wirausaha yang akan mengarahkan siswa untuk berkomunikasi dalam dunia wirausaha. Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Relwandani, Eryanto and Wolor, (2023) menunjukkan penggunaan media sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 40 Jakarta.

Hal yang perlu dicermati di kalangan siswa adalah kendala atau kekhawatiran siswa untuk memulai berwirausaha, sehingga sulit menimbulkan minat berwirausaha di kalangan siswa. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat kendala utama yaitu stigma siswa ketika memulai usaha memerlukan modal banyak, yaitu pertimbangan keterbatasan modal dan kekhawatiran akan gagal sebesar 55,5% menjadi kendala utama. Namun dukungan pihak sekolah serta keluarga dapat memotivasi siswa untuk minat berwirausaha. Selanjutnya kekhawatiran menentukan ide bisnis, kurangnya inovasi, tidak dapat mengatur keuangan, dimana hal tersebut dapat diatasi dengan penentuan strategi yang tepat dari variabel yang ada dalam penelitian ini.

CONCLUSION

Literasi kewirausahaan, literasi digital dan penggunaan media sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha Siswa SMA Negeri 15 Bandar Lampung.

Ketiga variabel yang signifikan tersebut berimplikasi bahwa SMA harus menekankan kepada pembelajaran kewirausahaan dan digitalisasi era 4.0 kepada Siswa SMAN 15 Bandar Lampung dengan cara (1) memperkuat kurikulum seperti memberikan pengetahuan tambahan terbaru dan diadakannya kompetisi bisnis siswa secara berkala untuk mendorong kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. Berikan akses bantuan modal usaha yang tidak selalu diberikan dalam bentuk hibah, melainkan bantuan pendanaan secara bergulir sehingga siswa belajar bertanggung jawab dalam pengembalian akses modal usaha tersebut tanpa perlu dibebani oleh bunga pinjaman. Bantuan akses modal usaha dapat diperoleh melalui Dunia Industri (DUDI) termasuk perbankan dan inkubator lokal, (2) Untuk memperkuat literasi digital dengan menambahkan materi pembelajaran yang komprehensif, meningkatkan keterampilan digital siswa, memanfaatkan platform digital untuk pembelajaran dan pelatihan. Pengetahuan tersebut tidak harus selalu diberikan oleh praktisi, melalui kegiatan pelatihan kepada pengajar seperti kegiatan ToT (Training of Trainer), para guru dapat mengajar materi ini secara efektif kepada siswanya; (3) Sedangkan peningkatan penggunaan media sosial untuk wirausaha, dengan memberikan pelatihan tentang mempromosikan produk atau jasa di media sosial. Hal ini dapat diawali dengan dibentuknya komunitas wirausaha muda di sekolah untuk saling berbagi ide, pengalaman, dan dukungan dengan mengundang komunitas wirausaha lokal dan membangun bekerjasama secara intensif agar siswa memiliki wadah komunikasi secara offline maupun online. Penelitian ini telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami pengaruh literasi kewirausahaan, literasi digital, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha siswa SMA Negeri 15 Bandar Lampung. Temuan dan rekomendasinya dapat menjadi acuan bagi sekolah, pemangku kepentingan pendidikan, dan pihak terkait lainnya untuk mengembangkan program dan kebijakan yang efektif dalam meningkatkan minat berwirausaha siswa dan mempersiapkan mereka menjadi wirausahawan muda yang sukses di masa depan.

BIBLIOGRAPHY

- Alfionita, F., M. Hasan, N. Nurdiana, T. Tahir, and Muhammad Dinar. 2020. "Pengaruh Literasi Kewirausahaan Terhadap Perilaku Berwirausaha Mahasiswa Pelaku Usaha Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi." *Indonesian Journal of Social and Education Studies* 1(2):87–98.
- Almuna, Muti, Ilham Thaief, Muh Ihsan Said, Muhammad Dinar, and Muhammad Hasan. 2020. "Pengaruh Literasi Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Jurusan IPS Di SMA Negeri 4 Enrekang." *Indonesian Journal of Social and Educational Studies* 1(2):79–86.
- Burhan, Imron, Emmi Azis, Hasanuddin Hasanuddin, Kasmawati Kasmawati, and Sandi Sandi. 2023. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa." *Klasikal : Journal of Education, Language Teaching and Science* 5(1):49–56. doi: 10.52208/klasikal.v5i1.518.
- Dheananda, Yosarista. 2023. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Bewirausaha." 8–26.
- Fatonnah, Cantika Dwi, Diana Djuwita, and Achmad Otong Busthomi. 2022. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Syari'ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon." *Hawalah : Kajian Ilmu Ekonomi Syariah* 1(2):50–60.
- Jerni, Thamrin Tahir, Muhammad Hasan, Rahmatullah, and Ihsan Said. 2021. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa." *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship and Innovation* 2(1):18–27. doi: 10.31960/ijoei.v2i1.1038.

- Kevin, and Ida Puspitowati. 2020. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 2(3):612. doi: 10.24912/jmk.v2i3.9573.
- Kholipah, S. 2021. "Upaya Pemerintah Meningkatkan Literasi Di Indonesia." *Kompasiana.Com*. Retrieved October 3, 2023 (<https://www.kompasiana.com/siti01511/61455f5106310e0624505192/upaya-pemerintah-meningkatkan-literasi-di-indonesia>).
- Memon, M.A., Ting, H., Cheah, J.H., Chuah, T.F. and Cham, T.H. 2020. Sample Size For Survey Research: Review and Recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*: 4(2),i-xx.
- Mutia, Rezi Laras Ayu. 2022. *Pengaruh Digital Literacy Dan Penggunaan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Digital (Digital Entrepreneurship) Pada Mahasiswa Tadris Ips Uin Syarif Hidayatullah Jakarta Program Studi Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*.
- Najwa, Andien. 2023. "Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Remaja." *Kompasiana.Com*. Retrieved December 10, 2023 (<https://www.kompasiana.com/andinenajwa/63c92eb14addee4d135d1bc2/penggunaan-media-sosial-di-kalangan-remaja>).
- Prasetyo, Tio. 2020. "Analysis the Influence Use of Social Media, Intrinsic Motivation, and Entrepreneurship Knowledge on Student Entrepreneurial Interest." *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 18(1):35–46.
- Rahayu, Eswanto Sugeng, and Siti Laela. 2018. "Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa." *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 20(3):203. doi: 10.33370/jpw.v20i3.246.
- Relwandani, Henry Eryanto, and Christian Wiradendi Wolor. 2023. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Negeri 40 Jakarta." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 3(3):615–25. doi: 10.55047/transekonomika.v3i3.446.
- Rostina, Rostina, and Muhammad Fikry Aransyah. 2023. "Pengaruh Literasi Kewirausahaan Lingkungan Keluarga Dan Locus of Control Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Mulawarman." *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan* 11(1):276–87. doi: 10.47668/pkwu.v11i1.674.
- Sari, Meliana Aziaz. 2023. "Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya."
- Sitanggang, Prayetno Agustinus, Henky Setiadi, and Friska Artaria Sitanggang. 2022. "Analisis Literasi Kewirausahaan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi." *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 13(2):120. doi: 10.33087/eksis.v13i2.312.
- Ummah, Athik Hidayatul, and Andri Kurniawan. 2020. "Literasi Digital Dan Peran Strategis Net Generation Dalam Membangun Konten Positif Di Media Sosial." *INTEGRITAS : Jurnal Pengabdian* 4(2):170. doi: 10.36841/integritas.v4i2.558.
- Utari, Fiarika Dwi. 2020. "Pengaruh Hasil Belajar Kewirausahaan, Need for Achievement, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Efikasi Diri Dan Minat Berwirausaha." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 14–55.
- Wediawati, Besse, and Novita Sari. 2023. "Pengaruh Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Dibidang Start-Up (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Kosentrasi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi)." 11(1):38–45.