

Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Digital dan Inovasi terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa

Khairunnisa Umi Al Mas ^{1*}, Sabrina Erisa Aulia Sihotang ², Rani ³, Sekina Teodora br Pelawi ⁴, Susi Pasaribu ⁵

^{1*,2,3,4,5} Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, Indonesia.

Email: khairunnisaumi15@gmail.com ^{1*}, sabrinaris18@gmail.com ², raniapril1804@gmail.com ³, samionpelawi@gmail.com ⁴, susipasaribu831@gmail.com ⁵

Histori Artikel:

Dikirim 7 Oktober 2025; Diterima dalam bentuk revisi 15 November 2025; Diterima 15 Januari 2026; Diterbitkan 1 Februari 2026. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset) – Lembaga KITA.

Suggested citation:

Mas, K. A., Sihotang, S. E. A., Rani, R., Pelawi, S. T. br, & Pasaribu, S. (2026). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Digital dan Inovasi terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 12(1), 329-338. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v12i1.5679>.

Abstrak

Kesiapan berwirausaha mahasiswa menjadi perhatian penting dalam menghadapi keterbatasan lapangan kerja formal di Indonesia. Teknologi digital dan inovasi dipandang sebagai faktor yang dapat mendorong lahirnya wirausaha muda yang mandiri. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pemanfaatan teknologi digital dan inovasi terhadap kesiapan berwirausaha mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan explanatory research pada 70 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel, serta model regresi memenuhi syarat uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital berpengaruh positif signifikan terhadap kesiapan berwirausaha mahasiswa. Sebaliknya, inovasi justru berpengaruh negatif signifikan, yang mengindikasikan adanya tantangan dalam menerapkannya pada konteks mahasiswa. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap kesiapan berwirausaha dengan kontribusi sebesar 33,13%. Temuan ini menegaskan bahwa teknologi digital memberikan kontribusi dominan dalam meningkatkan kesiapan berwirausaha, sementara inovasi masih dipersepsikan sebagai beban karena membutuhkan modal, keterampilan, dan keberanian lebih besar. Kesimpulannya, perguruan tinggi perlu memperkuat literasi digital sekaligus menyediakan dukungan yang memadai agar inovasi dapat dikelola secara efektif dalam mendorong kesiapan berwirausaha.

Kata Kunci: Teknologi Digital; Inovasi; Kesiapan Berwirausaha; Mahasiswa.

Abstract

Students' entrepreneurial readiness has become an important concern in responding to the limited availability of formal employment opportunities in Indonesia. Digital technology and innovation are considered key factors that may foster the emergence of independent young entrepreneurs. This study aims to analyze the effect of digital technology utilization and innovation on students' entrepreneurial readiness. A quantitative approach with explanatory research was employed, involving 70 students of the Faculty of Economics, Universitas Negeri Medan. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression. The research instrument was proven valid and reliable, and the regression model met all classical assumption tests. The findings reveal that digital technology has a significant positive influence on entrepreneurial readiness, while innovation shows a significant negative effect, indicating challenges in its practical application among students. Simultaneously, both variables significantly affect entrepreneurial readiness, with a contribution of 33.13%. These results highlight the dominant role of digital technology in enhancing entrepreneurial readiness, whereas innovation tends to be perceived as a burden due to the need for greater capital, skills, and risk-taking. In conclusion, higher education institutions should strengthen students' digital literacy while providing adequate support to ensure innovation can be effectively managed to foster entrepreneurial readiness.

Keyword: Digital Technology; Innovation; Entrepreneurial Readiness; Students.

1. Pendahuluan

Kesiapan berwirausaha mahasiswa menjadi isu penting dalam pembangunan ekonomi dan ketenagakerjaan Indonesia. Pertumbuhan jumlah penduduk yang pesat setiap tahun berdampak langsung pada peningkatan jumlah angkatan kerja. Namun, penyediaan lapangan pekerjaan tidak mampu mengimbangi laju pertumbuhan tersebut, sehingga pengangguran tetap menjadi persoalan utama. Ironisnya, tingkat pengangguran pada lulusan perguruan tinggi cukup tinggi, mencapai hampir 10% dari total pengangguran nasional (Khairunisa dan Sabaria, 2023). Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswa masih memiliki orientasi untuk bekerja di sektor formal, sementara kapasitas sektor tersebut sangat terbatas. Akibatnya, banyak lulusan yang tidak siap menghadapi realitas dunia kerja. Dalam kondisi ini, kesiapan berwirausaha menjadi sangat relevan. Kesiapan tersebut tidak hanya mencakup keinginan untuk membuka usaha, tetapi juga pemahaman bisnis, keterampilan praktis, kepercayaan diri, dan kemampuan untuk menghadapi ketidakpastian. Jika kesiapan ini tidak dipersiapkan sejak awal, lulusan perguruan tinggi berpotensi menjadi bagian dari pengangguran terdidik, bukannya menciptakan lapangan kerja baru. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi kesiapan berwirausaha mahasiswa adalah pemanfaatan teknologi digital. Perkembangan menuju revolusi industri 4.0 telah membawa perubahan signifikan dalam cara bekerja, berinteraksi, dan menjalankan aktivitas ekonomi. Digitalisasi membuka peluang besar, termasuk peningkatan akses informasi, efisiensi operasional, dan konektivitas pasar yang lebih luas (Jaenudin, Suroto, dan Astuti, 2019). Mahasiswa dengan literasi digital yang baik lebih mudah mengidentifikasi peluang usaha, memanfaatkan media daring untuk pemasaran, serta menggunakan teknologi berbasis data dalam pengambilan keputusan bisnis. Perkembangan teknologi terkini, seperti kecerdasan buatan (AI), semakin memperkaya ekosistem kewirausahaan dengan analitik pasar, chatbot layanan pelanggan, dan desain produk otomatis (Parapat dan Sebayang, 2025). Namun, banyak mahasiswa yang belum memanfaatkan teknologi ini secara maksimal, baik karena keterbatasan literasi digital, kurangnya pengalaman praktis, maupun minimnya bimbingan dari institusi (Lumbantobing *et al.*, 2025).

Hal ini mengungkapkan adanya kesenjangan antara potensi teknologi yang ada dan kemampuan mahasiswa untuk mengintegrasikannya dalam kewirausahaan (Nurrahmania dan Safitri, 2024). Selain teknologi digital, inovasi juga memainkan peran penting dalam kesiapan berwirausaha mahasiswa. Inovasi tidak hanya mencakup penciptaan produk atau layanan baru, tetapi juga kemampuan berpikir kreatif, mengambil risiko, dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Mahasiswa yang inovatif dapat menciptakan keunggulan kompetitif dengan menawarkan nilai tambah serta solusi yang berbeda dari kompetitor (Halim *et al.*, 2024). Peran inovasi juga sejalan dengan pentingnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia. UMKM yang berinovasi cenderung lebih bertahan dan berkembang, bahkan mampu membuka pasar baru yang lebih luas (Jichao, Chengpan, dan Shouyi, 2024). Oleh karena itu, tanpa inovasi, usaha mahasiswa untuk berwirausaha akan sulit bertahan dan kurang mampu menghadapi kompetisi bisnis yang semakin ketat. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pemanfaatan teknologi digital dan inovasi terhadap kesiapan berwirausaha mahasiswa secara empiris. Penelitian ini penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kesiapan mahasiswa dalam memasuki dunia usaha, khususnya di era digital yang penuh tantangan dan peluang. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai kewirausahaan yang berbasis teknologi digital dan inovasi dalam konteks pendidikan tinggi. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pembelajaran kewirausahaan yang lebih adaptif di perguruan tinggi. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya dipersiapkan untuk menjadi pencari kerja, tetapi juga menjadi wirausahawan muda yang kreatif, inovatif, dan kompetitif di pasar global.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pemanfaatan Teknologi Digital (X1)

Pemanfaatan teknologi digital memberikan berbagai kemudahan bagi mahasiswa dan pelaku UMKM dalam mengakses informasi usaha, mengurangi hambatan dalam memperoleh data pasar, supplier, hingga model bisnis yang relevan. Internet menjadi sumber utama untuk mencari studi kasus, harga pasar, dan panduan operasional yang mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun merek, berinteraksi dengan pelanggan, serta mengembangkan strategi konten yang menargetkan segmen pasar tertentu (Sukarno dan Rasmini, 2024). Lebih lanjut, pelatihan dalam digital marketing berbasis media sosial sangat penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Efektivitas strategi ini bergantung pada konsistensi dalam pembuatan konten dan pemahaman terhadap target pasar. Selain itu, marketplace dan layanan keuangan digital, seperti e-wallet, dapat menurunkan biaya transaksi, memperluas akses pasar, serta memberikan dukungan teknis dan keamanan yang diperlukan. Marketplace tidak hanya berfungsi sebagai platform penjualan, tetapi juga sebagai mitra strategis dalam pengembangan bisnis, yang ketika dikombinasikan dengan e-wallet, dapat langsung meningkatkan penjualan serta efisiensi operasional (Purba *et al.*, 2024).

2.2 Inovasi (X2)

Ekonomi kreatif menekankan pentingnya ide, gagasan, dan kreativitas sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama, dengan kreativitas menjadi kunci dalam menciptakan sesuatu yang baru, unik, dan mampu memberikan solusi yang berbeda dari standar yang ada (Armilda *et al.*, 2024). Dalam konteks kesiapan berwirausaha mahasiswa, kreativitas perlu diimbangi dengan strategi bisnis yang tepat, mengingat strategi merupakan rencana besar yang berinteraksi dengan persaingan untuk mencapai tujuan usaha. Inovasi juga merupakan faktor yang sangat penting karena melibatkan elemen-elemen seperti strategi, kebijakan, interaksi pasar, teknologi, dan kemampuan sumber daya untuk menghasilkan manfaat yang nyata. Inovasi dianggap sebagai sesuatu yang dirasakan baru oleh individu atau kelompok masyarakat dan dapat memberikan manfaat yang signifikan. Perkembangan menuju era Industri 5.0 semakin memperkuat urgensi pemanfaatan teknologi digital, yang tidak hanya fokus pada sistem produksi yang cerdas dan terkoneksi, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan manusia (Saputri *et al.*, 2023). Ekonomi 5.0 mendorong terbentuknya ekosistem bisnis yang inklusif dan berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi seperti AI, IoT, blockchain, serta teknologi digital lainnya yang meningkatkan efisiensi sambil memperhatikan aspek sosial, budaya, dan lingkungan. Dalam konteks e-business, transformasi digital bukan hanya menjadi alat untuk memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga sarana pemberdayaan manusia, kolaborasi, dan penciptaan nilai tambah yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital dan inovasi dalam kerangka ekonomi kreatif serta era Ekonomi 5.0 sangat penting bagi mahasiswa untuk berwirausaha dengan cara yang kreatif, adaptif, dan berdaya saing di tingkat global.

2.3 Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa (Y)

Kesiapan berwirausaha mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, seperti minat dan motivasi. Minat mendorong individu untuk mempelajari lebih dalam suatu topik, sementara motivasi menjadi dorongan kuat untuk bertindak ketika peluang dianggap memungkinkan (Firanda dan Moko, 2023). Di samping itu, peluang usaha juga memainkan peran penting dalam membentuk mentalitas baru dalam mengelola dan menggabungkan sumber daya untuk meraih keuntungan (Anisa Rokhimah, Rita Nurdiana, dan Pramono, 2024). Namun, mahasiswa sering kali menghadapi tantangan seperti kurangnya minat, lemahnya mental, kekhawatiran terhadap kegagalan, keterbatasan pengalaman, dan minimnya modal. Untuk mengatasi hal ini, pemanfaatan teknologi digital dan inovasi sangat dibutuhkan. Menurut Suryana, merintis usaha berarti membentuk usaha dengan modal, ide, organisasi, dan manajemen yang dikelola sendiri (Insiatiningsih dan Widayanti, 2024). Teknologi digital mempermudah mahasiswa dalam mengakses informasi, mengelola bisnis, dan melakukan pemasaran, sementara inovasi mendorong

RESEARCH ARTICLE

terciptanya ide-ide baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, kombinasi antara minat, motivasi, peluang usaha, serta pemanfaatan teknologi digital dan inovasi dapat memperkuat kesiapan mahasiswa untuk menjadi wirausahawan yang kompetitif di pasar global.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode explanatory research, yaitu metode yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen melalui pengujian hipotesis. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Pemanfaatan Teknologi Digital dan Inovasi, sementara variabel dependen adalah Kesiapan Berwirausaha. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 70 responden. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner dengan skala Likert 1–5. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria responden berupa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang masih aktif dari tiga angkatan tertentu. Sebelum dilakukan analisis data, instrumen penelitian diuji untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas residual, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan kelayakan model regresi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan teknologi digital dan inovasi terhadap kesiapan berwirausaha. Uji hipotesis dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil analisis disajikan dalam bentuk koefisien regresi, nilai R^2 , uji t, dan uji F untuk menjawab tujuan penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

4.1.1 Uji Validitas

Pengujian validitas bertujuan untuk memastikan sejauh mana instrumen penelitian dapat mengukur aspek yang dimaksudkan. Kriteria pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai rhit (korelasi) dengan nilai rtab (tabel product moment).

1) Validitas Variabel Pemanfaatan Teknologi Digital (Independen)

Nilai rtab diperoleh dari tabel rho dengan derajat kebebasan $df = n - 2$, yaitu $70 - 2 = 68$, serta tingkat signifikansi 5%, sehingga nilai rtab sebesar 0,235. Dari 7 item pernyataan yang digunakan untuk menguji validitas variabel pemanfaatan teknologi digital, semua item menunjukkan nilai rhit yang lebih besar dibandingkan dengan nilai rtab sebesar 0,235.

2) Validitas Variabel Inovasi (Independen)

Nilai rtab diperoleh dari tabel rho dengan derajat kebebasan $df = n - 2$, yaitu $70 - 2 = 68$, serta tingkat signifikansi 5%, sehingga nilai rtab sebesar 0,235. Dari 7 item pernyataan yang digunakan untuk menguji validitas variabel inovasi, semua item menunjukkan nilai rhit yang lebih besar dibandingkan dengan nilai rtab sebesar 0,235.

3) Validitas Kesiapan Berwirausaha (Variabel Dependen)

Nilai rtab diperoleh dari tabel rho dengan derajat kebebasan $df = n - 2$, yaitu $70 - 2 = 68$, serta tingkat signifikansi 5%, sehingga nilai rtab sebesar 0,235. Dari 7 item pernyataan yang digunakan untuk menguji validitas variabel kesiapan berwirausaha, semua item menunjukkan nilai rhit yang lebih besar dibandingkan dengan nilai rtab sebesar 0,235.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi konsistensi hasil yang diperoleh dari instrumen penelitian. Sebuah instrumen penelitian dianggap reliabel jika respons yang diperoleh dari responden

RESEARCH ARTICLE

tetap stabil dan serupa ketika pengukuran diulang. Instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh lebih dari 0,6.

Tabel 1. Hasil uji Reliabilitas dari Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Minimum	Status Reliabilitas
Pemanfaatan Teknologi Digital (X1)	0,858	0,6	Teruji Konsisten
Inovasi (X2)	0,908	0,6	Teruji Konsisten
Kesiapan Berwirausaha (Y)	0,924	0,6	Teruji Konsisten

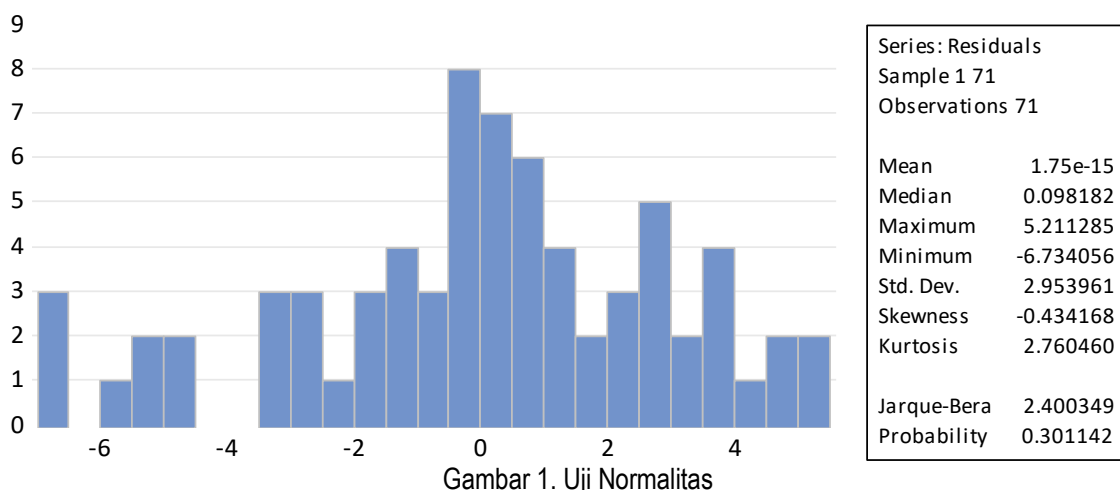
Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel melebihi angka 0,60. Dengan demikian, variabel Pemanfaatan Teknologi Digital, Inovasi, dan Kesiapan Berwirausaha dapat dikategorikan sebagai reliabel. Hal ini mengindikasikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang baik, sehingga data yang diperoleh dapat digunakan secara valid dalam analisis selanjutnya.

4.1.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum menginterpretasikan hasil regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Uji ini sangat penting untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator). Pengujian yang dilakukan mencakup uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, serta uji normalitas residual.

4.1.4 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa distribusi residual bersifat normal, karena validitas uji t dan uji F sangat bergantung pada pemenuhan asumsi ini. Keputusan diambil berdasarkan probabilitas Jarque-Bera, di mana jika probabilitasnya lebih besar dari 0,05, maka residual dianggap berdistribusi normal.



Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji probabilitas Jarque-Bera yang menunjukkan nilai 0,301142, yang lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

4.1.5 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi adanya hubungan linier yang kuat antara variabel-variabel independen. Jika korelasi antar variabel independen terlalu tinggi, koefisien regresi dapat

RESEARCH ARTICLE

menjadi bias. Indikator yang digunakan dalam pengujian ini adalah nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10, maka model dianggap tidak mengalami multikolinearitas.

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	17.95166	141.8940	NA
X1	0.014152	95.16541	1.000409
X2	0.008386	50.48962	1.000409

Berdasarkan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Variabel Teknologi Digital (X1) memiliki nilai VIF sebesar 1,000409, yang lebih kecil dari 10, sehingga tidak terdapat masalah multikolinearitas.
- 2) Variabel Inovasi (X2) memiliki nilai VIF sebesar 1,000409, yang juga lebih kecil dari 10, sehingga tidak terdapat masalah multikolinearitas.

4.1.6 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengidentifikasi adanya hubungan antara error pada periode saat ini dengan error pada periode sebelumnya. Masalah autokorelasi umumnya muncul dalam data time series. Kriteria yang digunakan dalam uji ini adalah jika probabilitas Chi-Square lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 3. Uji Autokorelasi

F-statistic	0.266094	Prob. F(2,66)	0.7672
Obs*R-squared	0.567927	Prob. Chi-Square(2)	0.7528

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai probabilitas Chi-Square (2) sebesar 0,7528, yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

4.1.7 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan varians residual di antara pengamatan. Model regresi yang baik seharusnya bersifat homoskedastis, yaitu memiliki varians residual yang konsisten. Keputusan diambil berdasarkan nilai probabilitas Chi-Square, di mana jika nilainya lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

F-statistic	0.369632	Prob. F(2,68)	0.6924
Obs*R-squared	0.763577	Prob. Chi-Square(2)	0.6826
Scaled explained SS	0.616524	Prob. Chi-Square(2)	0.7347

Berdasarkan hasil tabel diatas terlihat prob.chi-square(4) pada Obs.R-square sebesar $0,4655 > 0,05$ maka data tidak terdapat heteroskedastisitas.

RESEARCH ARTICLE

4.1.8 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh teknologi digital (X1) dan inovasi (X2) terhadap kesiapan berwirausaha (Y). Berdasarkan Hasil pengolahan data dengan program EViews 12 diperoleh output persamaan regresi sebagai berikut:, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	15.44866	4.236940	3.646183	0.0005
X1	0.628966	0.118961	5.287142	0.0000
X2	-0.229136	0.091576	-2.502142	0.0148
R-squared	0.331324	Mean dependent var		27.43662
Adjusted R-squared	0.311657	S.D. dependent var		3.612409
S.E. of regression	2.997087	Akaike info criterion		5.074494
Sum squared resid	610.8122	Schwarz criterion		5.170100
Log likelihood	-177.1445	Hannan-Quinn criter.		5.112513
F-statistic	16.84673	Durbin-Watson stat		1.866835
Prob(F-statistic)	0.000001			

Persamaan Regresi:

$$Y = 15.44866 + 0.628966X_1 - 0.229136X_2$$

- 1) Konstanta C = 15.44866 menunjukkan Apabila variabel teknologi digital (X1) dan inovasi (X2) bernilai nol, maka kesiapan berwirausaha (Y) diprediksi sebesar 15.44866. Konstanta ini signifikan pada taraf 5%.
- 2) Teknologi Digital (X1) = 0.628966 menunjukkan bahwa Koefisien regresi positif dan signifikan. Artinya setiap peningkatan teknologi digital sebesar 1 satuan akan meningkatkan kesiapan berwirausaha sebesar 0.628966, dengan asumsi variabel lain tetap.
- 3) Inovasi (X2) = -0.229136 menunjukkan bahwa Koefisien negatif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan inovasi sebesar 1 satuan justru menurunkan kesiapan berwirausaha sebesar 0.229136, dengan asumsi variabel lain tetap.

4.1.9 Koefisien Determinasi

Model menjelaskan 33,13% variasi kesiapan berwirausaha ($R^2 = 0,3313$). Artinya, sekitar sepertiga variasi Y dapat dijelaskan oleh dua variabel bebas dalam model (teknologi digital dan inovasi). Sisanya (66,87%) diperkirakan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model atau oleh faktor acak.

4.1.10 Uji Parsial (Uji T)

- 1) Nilai t hitung variabel X1 (5,287) > t tabel (1,668) dengan probabilitas $0,0000 < 0,05$. Artinya, teknologi digital memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kesiapan berwirausaha.
- 2) Nilai t hitung variabel X2 (-2,502) < -t tabel (-1,668) dengan probabilitas $0,0148 < 0,05$. Artinya, inovasi berpengaruh negatif signifikan terhadap kesiapan berwirausaha

4.1.11 Uji Simultan (Uji F)

Uji F menghasilkan F-hitung = 16,8467 dengan Prob(F) = 0,000001. Ini menandakan bahwa secara bersama-sama (gabungan X1 dan X2) variabel-variabel independen berkontribusi secara signifikan dalam menjelaskan variasi kesiapan berwirausaha.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel teknologi digital (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 5,287 lebih besar dari t tabel 1,668 dengan probabilitas $0,0000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Sementara itu, variabel inovasi (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar -2,502 lebih kecil dari -t tabel (-1,668) dengan probabilitas $0,0148 < 0,05$. Hasil ini mengindikasikan bahwa inovasi berpengaruh negatif signifikan terhadap minat berwirausaha. Secara simultan, uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 16,8467 dengan probabilitas $0,000001 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,3313 menunjukkan bahwa 33,13% variasi minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh teknologi digital dan inovasi, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Secara teori, baik teknologi digital maupun inovasi merupakan aspek penting dalam mendorong tumbuhnya minat kewirausahaan. Teknologi digital dipercaya mampu memberikan kemudahan akses informasi, memperluas pasar, membangun brand, serta meningkatkan efisiensi usaha (Yoo & Gretzel, 2011; Sugiarti *et al.*, 2020). Sementara itu, Pearce & Robinson (2010) menekankan bahwa inovasi harus diiringi strategi yang tepat agar bisa menciptakan nilai tambah dan membantu usaha bertahan dalam persaingan. Artinya, kedua faktor ini secara konseptual saling melengkapi: teknologi digital sebagai sarana praktis untuk mempermudah kegiatan usaha, dan inovasi sebagai kekuatan ide serta kreativitas yang membedakan satu usaha dengan lainnya.

Penelitian terdahulu turut memperkuat hasil penelitian ini yang menemukan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Jaenudin, Suroto and Astuti, 2019). Sehingga konsisten dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan peran penting teknologi digital dalam meningkatkan minat wirausaha. Selanjutnya pada variabel inovasi, penelitian sejalan menemukan bahwa inovasi justru berpengaruh negatif signifikan terhadap niat berwirausaha digital (Trisianto, Noviani, 2024). Sehingga konsisten dengan hasil penelitian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun inovasi dianggap penting, pada praktiknya banyak mahasiswa merasa inovasi membutuhkan modal, keterampilan, dan keberanian yang lebih besar sehingga menimbulkan persepsi risiko. Tanpa dukungan sumber daya dan strategi yang matang, inovasi bisa menjadi hambatan, bukan pendorong. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya sesuai dengan temuan terdahulu, tetapi juga memperlihatkan perbedaan antara teori ideal dengan realitas lapangan. Kondisi ini dapat dijelaskan bahwa mahasiswa lebih mudah tertarik berwirausaha ketika ada kemudahan yang ditawarkan teknologi digital, seperti promosi lewat media sosial, pemasaran melalui marketplace, serta transaksi praktis menggunakan e-wallet. Semua itu membuat aktivitas usaha terasa lebih sederhana, murah, dan cepat. Sebaliknya, inovasi sering kali menuntut kreativitas, modal tambahan, serta kesiapan mental menghadapi risiko yang tinggi. Bagi mahasiswa yang masih terbatas dalam pengalaman, modal, maupun strategi manajerial, tuntutan inovasi bisa menjadi beban sehingga menurunkan minat mereka untuk memulai usaha. Oleh karena itu, meskipun inovasi tetap penting secara teoretis, praktik di lapangan menunjukkan bahwa teknologi digital lebih dominan dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa.

5. Kesimpulan

Teknologi digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha mahasiswa, di mana setiap peningkatan penggunaan teknologi digital mampu meningkatkan kesiapan sebesar 0,628. Sebaliknya, variabel inovasi justru memberikan pengaruh negatif signifikan dengan koefisien -0,229, yang menandakan bahwa tuntutan modal, keterampilan, serta keberanian dalam mengambil risiko masih menjadi kendala bagi mahasiswa untuk menjadikan inovasi sebagai kekuatan dalam berwirausaha. Secara simultan, kedua variabel ini memberikan kontribusi sebesar 33,13% terhadap kesiapan berwirausaha, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa teknologi digital merupakan faktor dominan yang dapat mempermudah

RESEARCH ARTICLE

mahasiswa dalam mengakses informasi, memasarkan produk, dan mengelola usaha, sedangkan inovasi masih membutuhkan dukungan literasi, pelatihan, dan fasilitas agar tidak menjadi hambatan, melainkan pendorong tumbuhnya wirausaha muda yang kreatif dan kompetitif.

6. Referensi

- Achamadi, et al. (2025). Inovasi dan kreativitas dalam kewirausahaan: Strategi bertahan di era digital. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 74–82.
- Armilda, A. S., et al. (2024). Optimalisasi penggunaan media sosial sebagai media promosi pada UMKM Batik Ayu Arimbi, Sleman, Yogyakarta. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 8(1), 185. <https://doi.org/10.30595/jppm.v8i1.21203>.
- Fatonah, F., Azlan, L. O. M., & Anggraeni, F. (2024). Digitalisasi kewirausahaan: Analisis tren technopreneurship di kalangan generasi milenial. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7, 3–4.
- Firanda, B. S., & Moko, W. (2023). Pengaruh strategi bisnis dan inovasi terhadap keunggulan kompetitif perusahaan. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 2(2), 419–432. <https://doi.org/10.21776/jki.2023.02.2.11>.
- Halim, N. H., et al. (2024). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan inovasi terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 2303–2318. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4762>.
- Insiatiningsih, I., & Widyayanti, E. R. (2024). Model inovasi ekonomi kreatif berbasis digital bagi UKM dalam menembus pasar ekspor. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 4(4), 973–998. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v4i4.1135>.
- Ismawati, N. A., & Ramadhanti, S. (2022). Penerapan artificial intelligence dalam mendukung pembelajaran di era digital. *Prosiding Seminar Nasional Batch I: Nasib Pendidikan Karakter di Masa Pembelajaran Daring dalam Bingkai Merdeka Belajar*, 158–166.
- Jaenudin, A., Suroto, S., & Astuti, D. P. (2019). Menumbuhkan minat berwirausaha melalui teknologi digital pada pembelajaran kewirausahaan mahasiswa di era industri 4.0. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 2(2), 84–95.
- Jichao, L., Chengpan, L., & Shouyi, Z. (2024). [Judul Artikel dalam Bahasa Mandarin/Terjemahan]. *Nama Jurnal*, 8(5), 1–21. (Catatan: Mohon lengkapi judul asli atau terjemahannya).
- Khairunisa, N. A., & Sabaria, S. (2023). Pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa fakultas ekonomi bisnis dan humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong. *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 4–12. <https://doi.org/10.24269/asset.v6i2.7807>.
- Lumbantobing, A. M., et al. (2025). Optimalisasi pemanfaatan teknologi dalam mendorong inovasi dan kreativitas kewirausahaan pada kalangan pelajar di SMAN 5 Kota Serang. *Nama Jurnal*, 1(1), 11–20.

RESEARCH ARTICLE

- Nurrahmania, & Safitri, I. H. A. (2024). Pengaruh teknologi informasi terhadap minat berwirausaha (Studi di matakuliah kewirausahaan prodi informatika Universitas Nggusuwaru). *Jurnal Informatika dan Sains*, 1(1).
- Parapat, J. R., Sebayang, M. A. S., et al. (2025). Pengaruh dan tantangan AI di era digital dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan inovasi bagi mahasiswa Universitas Negeri Medan. *Jurnal Penelitian [Lengkapi Nama Jurnal]*, 1(5), 1081–1095.
- Purba, J. F., et al. (2024). Tantangan dan peluang berwirausaha di kalangan mahasiswa. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 973–979. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.5784>.
- Rambe, A. H., et al. (2024). Analisis pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa STAIN Bengkalis di era digital. *Jurnal Spektrum Ekonomi*, 7(5), 72–79.
- Rokhimah, A., Nurdiana, R., & Pramono, P. (2024). Transformasi bisnis menuju ekonomi 5.0: Strategi adaptasi dan inovasi. *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(2), 101–109. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v2i2.408>.
- Saputri, S. A., et al. (2023). Peran marketplace dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 3(1), 69–75. <https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i1.2199>.
- Sleman, D. I. K. (n.d.). *Pengukuran kesiapan transformasi digital UMKM*. [Informasi Penerbit/Jurnal].
- Sukarno, H. F., & Rasmini, M. (2024). Pengaruh motivasi dan minat terhadap keberhasilan usaha melalui kemampuan berwirausaha pada mahasiswa peserta WMK Universitas Padjadjaran. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(1), 497. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.1014>.
- Trisianto, M. S., & Noviani, L. (2024). Pengaruh literasi digital, kreativitas, pendidikan kewirausahaan, inovasi, dan efikasi diri terhadap niat berwirausaha digital mahasiswa FKIP UNS. *J-KIP (Jurnal Keguruan dan Ilmu Pendidikan)*, 5(3), 789–801. <https://doi.org/10.25157/j-kip.v5i3.16058>.