

PENGARUH LITERASI EKONOMI, E-COMMERCE, LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA

Tiara Rahma Tanjung Sari

e-mail: tiara.19039@mhs.unesa.ac.id

Waspodo Tjipto Subroto

e-mail: waspodosubroto@unesa.ac.id

(Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya)

ABSTRAK: *Kewirausahaan menjadi bidang yang patut diperhitungkan sebagai penggerak perekonomian suatu negara. Namun pada kenyataannya, minat berwirausaha pada mahasiswa masih tergolong rendah. Penelitian ini diadakan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi, e-commerce, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Pendidikan Akuntansi, Pendidikan Ekonomi, dan Pendidikan Tata Niaga angkatan 2019 Universitas Negeri Surabaya dengan jumlah 214 mahasiswa. Teknik pengumpulan data melalui tes tulis dan kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan model analisis regresi linier berganda pendekatan IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi, e-commerce, lingkungan keluarga memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa baik secara parsial maupun secara simultan. Hasil temuan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak keluarga khususnya orang tua untuk menciptakan suasana keluarga yang harmonis dan bagi pihak universitas khususnya jurusan ekonomi FEB Universitas Negeri Surabaya untuk meningkatkan pemahaman literasi ekonomi dan pemberian mata kuliah terkait konsep e-commerce, agar minat berwirausaha dalam diri mahasiswa dapat tumbuh dan juga meningkat sehingga menjadi lulusan yang tidak hanya kompeten sesuai bidang studi yang ditekuni namun juga memiliki bekal sebagai jiwa entrepreneurship.*

Kata kunci : *e-commerce, lingkungan keluarga, literasi ekonomi, minat berwirausaha*

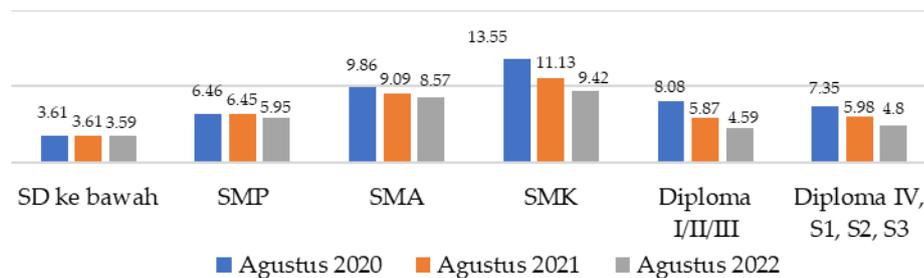
ABSTRACT: *Entrepreneurship is a field that should be taken into account as a driver of a country's economy. However in reality, entrepreneurial interest in students is still relatively low. This study was conducted with the aim of analysing the effect of economic literacy, e-commerce, and family environment on student entrepreneurial interest. The research method used is causal associative research with a quantitative approach. The population and sample in this study were Office Administration Education Study Program, Accounting Education Study, Economics Education, and Commerce Education 2019 batch of Surabaya State University with a total of 214 students. Data collection techniques through written tests and questionnaires were then analysed using the multiple linear regression analysis model of the IBM SPSS version 25 approach. The results showed that the variables of economic literacy, e-commerce, family environment have an influence on student entrepreneurial interest both partially and simultaneously. The results of these findings are expected to be input for the family, especially parents to create a harmonious family atmosphere and for the university, especially the department of economics FEB Surabaya State University to improve understanding of economic literacy and the provision of courses related to the concept of e-commerce, so that entrepreneurial interest in students can grow and also increase so that they become graduates who are not only competent in accordance with the field of study pursued but also have provisions as an entrepreneurial spirit.*

Keyword : *economic literacy, e-commerce, family environment, and entrepreneurial interest.*

PENDAHULUAN

Kegiatan berwirausaha memainkan posisi penting dalam menstimulasi pertumbuhan ekonomi suatu negara, kaitannya melalui penciptaan lapangan pekerjaan bagi individu, mengembangkan inovasi dan juga kreasi usaha. Didukung oleh Teori Pembangunan Ekonomi Schumpeter pada tahun 1934 yang mengasumsikan bahwa wirausahawan dan inovasi merupakan faktor terpenting yang dapat memengaruhi pertumbuhan perekonomian (Kurniati, 2015). Khamimah (2021) dalam penelitiannya menunjukkan pengaruh positif dan signifikan kegiatan berwirausaha dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi. Namun dalam realitanya, tingkat kewirausahaan di Indonesia sendiri masih tergolong rendah, dimana rendahnya tingkat kewirausahaan ini berkontribusi pada peningkatan pengangguran di suatu negara akibat pertumbuhan penduduk yang masif dan tidak diimbangi dengan lapangan pekerjaan yang memadai. Pemerintah sendiri menargetkan untuk tahun 2024, tingkat kewirausahaan di Indonesia telah mencapai persentase sebesar 3,95 persen, dimana pada tahun 2023 ini masih berada pada persentase sebesar 3,47 persen (Respati, 2022).

Menurut data publikasi BPS (2022) terjadi kenaikan jumlah pengangguran pada Februari 2022 sebesar 8,40 juta meningkat menjadi 8,42 juta pada bulan Agustus 2022. Adapun data Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) dilihat dari tamatan jenjang pendidikan yang ditampilkan melalui Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Data TPT Menurut Pendidikan Periode Agustus 2020- Agustus 2022

Sumber : (BPS, 2022)

Berdasarkan Gambar 1, menunjukkan TPT pada Agustus 2022 memiliki pola yang sama dengan bulan Agustus 2021, dimana TPT dari tamatan SMK masih menjadi yang tertinggi dibandingkan lulusan jenjang pendidikan lainnya, yaitu 9,42 persen pada Agustus 2022. Melihat perbandingan dengan periode Agustus 2021, terjadi *trend* penurunan TPT pada semua jenjang, dimana jenjang SMK mengalami penurunan terbesar yaitu 1,71 persen. Salah satu penyebab terjadinya masalah pengangguran dari lulusan terdidik khususnya pada jenjang perguruan tinggi, adalah adanya pola pikir yang cenderung memilih menjadi pencari kerja (*job seeker*) dengan bekerja sebagai pegawai kantor ataupun PNS dibandingkan sebagai pencipta lapangan pekerjaan (*job creator*) melalui kegiatan berwirausaha.

Berdasarkan hasil observasi awal melalui wawancara, diperoleh hasil bahwa mahasiswa belum mengoptimalkan bekal yang sudah diberikan oleh pihak fakultas karena kurangnya minat dalam berwirausaha. Beberapa mahasiswa tersebut menyampaikan bahwa banyak hal yang harus dipersiapkan untuk memulai kegiatan berwirausaha, mulai dari *skill* wirausaha, pengetahuan tentang ekonomi dan berwirausaha, pemanfaatan teknologi, relasi, dan dukungan dari keluarga serta orang sekitar. Menurut Sri & Haryono (2021) pendidikan yang berkaitan dengan kewirausahaan mampu membangkitkan kesadaran kewirausahaan dan dapat dijadikan alternatif pilihan karir untuk

melahirkan wirausahawan baru yang kreatif dan inovatif. Menurut Yurianto & Armansyah (2021) pemahaman seseorang mengenai wawasan berwirausaha dapat menjadikan seseorang memiliki pandangan, tujuan dan tindakan seperti apa yang akan dilakukan guna mencapai suatu keberhasilan untuk usahanya.

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya juga senantiasa mengupayakan untuk memberikan pembekalan berupa pendidikan kewirausahaan melalui proses kegiatan belajar dengan ditambahkannya mata kuliah kewirausahaan dan praktik kewirausahaan pada mahasiswa. Selain itu, pembekalan literasi ekonomi yang diajarkan melalui mata kuliah dengan tujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman mengenai konsep ekonomi juga diupayakan, sehingga nantinya dapat diterapkan dalam aktivitas sehari-hari utamanya dalam proses berwirausaha. Dilaksanakan tes awal untuk mengetahui tingkat literasi ekonomi mahasiswa FEB Unesa dari 4 (empat) program studi, yaitu Prodi Administrasi Perkantoran (PAP), Pendidikan Akuntansi (PAK), Pendidikan Ekonomi (PE) dan Pendidikan Tata Niaga (PTN) menggunakan *Economic Literacy Quiz* dari (NCEE, n.d.) untuk mengetahui gambaran awal tingkat pemahaman mahasiswa terkait literasi ekonomi, khususnya sebagai dasar untuk membuat keputusan yang bijak dan mengimplementasikan ilmu tersebut dalam bidang wirausaha. Tes ini diikuti oleh 25 mahasiswa dari 4 prodi yaitu PAP, PAK, PE, dan PTN dengan diperoleh hasil rata-rata 68 persen untuk tingkat literasi ekonomi, dimana nilai rata-rata yang ditetapkan oleh NCEE adalah sebesar 75 persen. Berdasarkan hasil tersebut, literasi ekonomi yang dimiliki oleh mahasiswa dapat dilihat berada dibawah rata-rata, sehingga diperlukan upaya untuk dapat meningkatkan literasi ekonomi mahasiswa, sehingga mencapai tingkat kesejahteraan pada pengambilan keputusan khususnya dalam bidang ekonomi khususnya dalam berwirausaha.

Pendidikan yang diperoleh individu, tidak serta merta hanya didapatkan melalui lingkungan pendidikan, namun juga lingkungan keluarga. Menurut Alma (2013) keluarga memiliki peran yang penting terkait menjadi *role model* bagi anggota keluarga yang lain dalam melakukan sesuatu hal yang dinilai baik. Keluarga dengan latar belakang seorang wirausahawan, juga dapat menjadi faktor yang akan memacu minat anak untuk menjadi wirausahawan. Sejalan dengan penelitian Zulfickar & Sobandi (2020) yang menemukan bahwa *background* pekerjaan orang tua seorang wirausahawan, memengaruhi minat yang lebih tinggi pada anak untuk berwirausaha, dibandingkan dengan keluarga atau orang tuanya tidak memiliki usaha, sehingga penting untuk dapat menumbuhkan minat berwirausaha pada anak sedini mungkin.

Era revolusi 4.0 saat ini, juga memberikan banyak kemudahan bagi individu untuk menjalankan berbagai aktifitas termasuk kegiatan berwirausaha. Penggunaan *e-commerce* dalam kalangan mahasiswa tentu bukan hal yang baru, dimana berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa prodi yaitu PAP, PAK, PE, dan PTN, informan cenderung menggunakan *e-commerce* untuk kegiatan konsumsi. Penggunaan *e-commerce* untuk kegiatan transaksi ini dilatarbelakangi oleh adanya keunggulan dalam penggunaannya, dimana informan dapat menghemat tenaga dan lebih praktis sehingga tidak repot untuk berbelanja secara *offline*, terlebih apabila toko yang menyediakan kebutuhan tersebut jauh untuk dijangkau. Melihat dari adanya pandangan mahasiswa yang masih berfokus untuk menggunakan *e-commerce* sebatas pada kegiatan konsumsi, sedangkan kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce* memberikan peluang besar untuk dimanfaatkan pada bidang kegiatan usaha, selayaknya mahasiswa dapat memanfaatkan kesempatan tersebut untuk dapat menjalankan kegiatan berwirausaha dengan menggunakan *platform*

e-commerce untuk memasarkan produk yang lebih luas, sehingga dapat menjadi bakal calon pengusaha yang sukses di masa mendatang.

Selain adanya fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat pula kesenjangan dalam temuan penelitian sebelumnya, dimana juga melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini. Penelitian Andriyani *et al.*, (2021) menemukan bahwa literasi ekonomi tidak memengaruhi minat mahasiswa dalam kegiatan berwirausaha. Berbeda halnya dalam penelitian Prasetyo *et al.*, (2019) yang memberikan hasil literasi ekonomi memengaruhi minat siswa untuk berwirausaha. Penelitian Oktarina *et al.*, (2019) menemukan dimana lingkungan keluarga memengaruhi minat berwirausaha, sedangkan penelitian Gultom (2021) ditemukan bahwa lingkungan keluarga tidak memengaruhi minat untuk wirausaha.

Berdasarkan fenomena dan beberapa hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil inkonsisten, maka tujuan dari diadakannya penelitian ini diantaranya, (1) untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha mahasiswa, (2) untuk menganalisis pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa, (3) untuk menganalisis pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa, dan (4) untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi, *e-commerce*, dan lingkungan keluarga secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory Planned of Behavior oleh Ajzen (1991) menjadi teori untuk menilai minat individu serta menjadi model terbaik untuk memahami perubahan tingkah laku, salah satunya dalam berwirausaha. Sederhananya, teori ini mengasumsikan bahwa seseorang bertindak karena menghargai perilaku secara positif dan percaya bahwa orang lain mengharapkan hal yang sama dari mereka (Juniarini & Priliandani, 2016). *Theory Planned of Behavior* memiliki tiga konsep yang membentuk minat, yaitu *attitude towards the behavior* (sikap) digambarkan oleh *e-commerce*, *subjective norm* (norma subjektif) digambarkan oleh lingkungan keluarga, dan *perceived behavioural control* (kontrol perilaku) digambarkan oleh literasi ekonomi. Teori selanjutnya yaitu Teori Pembangunan Ekonomi yang pertama kali diperkenalkan oleh Joseph Schumpeter pada tahun 1934 (Kurniati, 2015). Schumpeter menjelaskan mengenai peranan penting dari kewirausahaan melalui teori ini. Asumsi dari teori pembangunan ekonomi adalah wirausahawan dan inovasi merupakan faktor terpenting yang dapat memengaruhi pertumbuhan ekonomi.

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha menurut Aqmala *et al.*, (2020) adalah ketertarikan yang dimiliki oleh individu pada kegiatan kewirausahaan tanpa adanya dorongan dari pihak lain. Menurut Noor & Anwar (2022) minat berwirausaha adalah keinginan yang dimiliki oleh individu untuk berusaha dan menekuni suatu usaha, mempertanggungjawabkan jalan yang telah dipilih serta risikonya, serta keinginan untuk tidak mengulang kesalahan yang sama. Hendrawan & Sirine (2017) juga menyampaikan pendapatnya mengenai minat berwirausaha sebagai kemampuan individu dalam mencukupi pemenuhan kebutuhan hidup serta mendapatkan *problem solving* dari setiap permasalahan, memulai usaha dengan berani menghadapi risiko yang akan datang, senantiasa belajar dari kesalahan, dan memiliki keinginan untuk melakukan karena bermanfaat bagi dirinya dan

sekitarnya. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa minat berwirausaha merupakan sebuah kemauan, minat, kesediaan yang dimiliki oleh individu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, memulai usaha baru dan mengembangkan usaha tersebut dengan sifat berani menerima risiko, dan belajar dari ketidakmampuan yang telah dialami.

Anand & Meftahudin (2020) menyebutkan minat berwirausaha pada individu khususnya mahasiswa dapat dilihat melalui dua faktor, baik faktor internal ataupun faktor eksternal untuk menciptakan usahanya yang baru. Taufik *et al.*, (2018) juga menjelaskan faktor internal dapat berupa karakter sifat dan motivasi, sedangkan untuk faktor eksternal dapat berasal dari lingkungan sekitar juga lingkungan keluarga, pemanfaatan teknologi, dan kemampuan ilmu ekonomi atau wirausaha yang dapat mempengaruhi perilaku kewirausahaan seseorang.

Literasi Ekonomi

Pada prinsipnya literasi ekonomi diperuntukkan sebagai sarana guna menggapai tujuan, namun dalam penerapannya tidak dapat dipukul rata bahwa setiap individu memiliki tingkat literasi ekonomi yang sama-sama baik, sehingga hal tersebut membuat minimnya kesempatan mencapai kemakmuran. Riadi *et al.*, (2022) mendefinisikan literasi ekonomi sebagai *skill* individu dalam memahami kondisi ekonomi yang terjadi berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki, guna menjadi sarana menghadapi permasalahan ekonomi dalam ruang lingkup mikro maupun makro. Nugraha *et al.*, (2019) juga mendefinisikan dimana literasi ekonomi merupakan representasi kemampuan yang dimiliki individu mengenai pemahaman konsep dasar ekonomi untuk memutuskan pilihan ekonomi yang bijak guna mencapai dan meningkatkan taraf kesejahteraan hidup. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, ditarik kesimpulan bahwa literasi ekonomi ialah keterampilan individu dalam mengimplementasikan konsep dasar ekonomi dan kemampuan pengambilan keputusan ekonomi dengan mempertimbangkan dampak baik dan buruknya. Sejalan pula dengan (Privana & Kamalia, 2022) yang juga menyatakan bahwa pentingnya memiliki pengetahuan guna dapat menentukan keputusan yang baik dan rasional kaitannya dalam berwirausaha. Afrianty (2019) juga menekankan poin penting pentingnya literasi ekonomi yang dijadikan sebagai dasar pemecahan masalah seperti mengatasi terjadinya pengangguran dan kurangnya kesempatan kerja yang dihadapi oleh individu, dengan menciptakan lapangan kerja baru yang mempertimbangkan sumber daya alam dan peluang yang tersedia, sehingga dapat menumbuhkan minat berwirausaha.

E-commerce

Berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi digital, tentu berkaitan dengan pemanfaatan media sosial ataupun *e-commerce* dalam prosesnya. Menurut Chaffey *et al.*, (2019) *e-commerce* adalah media elektronik yang digunakan dalam dunia bisnis digital oleh pemilik usaha, untuk dapat memasarkan produk yang dimiliki dengan memanfaatkan alat elektronik dan jaringan internet untuk dapat terhubung. Erlinda & Astuti (2019) juga mendefinisikan *e-commerce* sebagai pemanfaatan IPTEK terkait dengan internet untuk negosiasi, dan memudahkan hubungan penjual serta pembeli. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, *e-commerce* dapat disimpulkan sebagai *platform* yang dimanfaatkan untuk proses transaksi dengan alat elektronik dan terhubung internet. Dono Saputro (2020) menyebutkan faktor yang dapat memengaruhi penggunaan *e-commerce* pada usaha,

diantaranya perspektif lingkungan, perspektif perusahaan, perspektif teknologi, adopsi IT, dukungan pemerintah, dan perspektif individu, sehingga diperlukan sinergitas dari wirausahawan, lingkungan, dan sarana prasarana yang mendukung pengoptimalan penggunaan *e-commerce* dalam menunjang proses usaha secara efektif dan efisien.

Lingkungan Keluarga

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1992 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga Sejahtera (1992) menyatakan bahwa keluarga adalah unit terkecil dalam masyarakat yang terdiri dari suami, istri dan anaknya, atau ayah dan anaknya dan atau ibu dan anaknya. Awaru (2021) juga mendefinisikan lingkungan keluarga sebagai unsur penting bagi individu karena terdapat hubungan emosional yang dibentuk, interaksi intens yang berpengaruh terhadap pembentukan karakter dan membangun kebiasaan budaya yang dianut dalam keluarga tersebut. Tingkah laku yang ditunjukkan oleh keluarga khususnya orang tua, akan dengan cepat terserap dalam segi hal positif maupun negatif. Perilaku yang cenderung mengarah pada tindakan menyimpang harus dihilangkan agar tidak dibiasakan hingga kedepannya.

Besarnya pengaruh lingkungan keluarga juga dapat memengaruhi minat individu untuk menggapai cita-cita yang ingin dicapai, termasuk dalam bidang wirausaha. Menurut Wiani *et al.*, (2018) keluarga yang mendukung penuh usaha individu dengan menawarkan ide-ide baru yang kreatif, menanamkan sikap pantang menyerah untuk memulai usaha yang sedang dikembangkan, maka juga akan meningkatkan minat individu tersebut untuk berwirausaha, sehingga kegiatan wirausaha yang dilakukan akan terus berlanjut di masa depan. Dari gambaran ini dapat disimpulkan bahwa lingkungan keluarga menjadi tempat bagi seorang anak untuk memproses segala bentuk pengetahuan dan tindak tanduk, yang mana kedepannya dapat menjadi suatu kebiasaan apabila diajarkan secara terus-menerus termasuk dalam menumbuhkan minat berwirausaha.

METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Data penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari instrumen yang telah di uji validitas dan realibilitas. Variabel literasi ekonomi pada penelitian ini diukur melalui indikator NCEE dalam Stevani & Gumanti (2019) sebanyak 20 indikator. Variabel *e-commerce* diukur melalui indikator Yadewani & Wijaya (2017) yang terdiri dari 4 indikator yaitu : 1) perspektif komunikasi, 2) perspektif proses dalam bisnis, 3) perspektif layanan, dan 4) perspektif *online*. Variabel lingkungan keluarga diukur melalui indikator Indriyani & Margunani (2018) yaitu: 1) cara orang tua mendidik, 2) relasi anggota keluarga, 3) suasana rumah, 4) ekonomi keluarga, 5) pengertian orang tua, dan 6) latar belakang kebudayaan. sedangkan, variabel minat berwirausaha diukur menggunakan indikator Julindrastuti & Karyadi (2022) yaitu : 1) tidak tergantung pada orang lain, 2) membantu lingkungan sosial, dan 3) perasaan senang menjadi seorang wirausaha. Teknik sampling menggunakan sampling jenuh dengan jumlah sampel sebanyak 214 mahasiswa dari 4 prodi yaitu PAP, PAK, PE, dan PTN angkatan 2019. Data dikumpulkan dan diolah dengan teknik statistik diantaranya analisis linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi dengan bantuan IBM SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pengambilan data penelitian ini dilakukan melalui penyebaran instrumen kepada sampel penelitian, terdiri atas literasi ekonomi, *e-commerce*, lingkungan keluarga, dan minat berwirausaha yang telah dilakukan validasi oleh dosen ahli. Setelah dilakukan uji instrumen penelitian, literasi ekonomi berupa soal tes pada awalnya terdiri dari 40 soal, menyisakan 24 soal valid, instrumen *e-commerce*, lingkungan keluarga, dan minat berwirausaha terdiri dari masing-masing 10, 15, dan 9 pernyataan. Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian dapat dilihat melalui Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Ekonomi	0.693	Reliabel
<i>E-commerce</i>	0.731	Reliabel
Lingkungan Keluarga	0.923	Reliabel
Minat Berwirausaha	0.900	Reliabel

Tabel 1. memperlihatkan bahwa nilai dari *Cronbach's Alpha* masing-masing lebih tinggi dari 0,60, maka disimpulkan bahwa instrumen penelitian *reliabel*.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh hubungan lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini ditampilkan oleh Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Analisis Linier Berganda

		Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
	(Constant)	3.545	2.159	1.642	.102
1	Literasi Ekonomi	.395	.104	3.795	.000
	<i>E-Commerce</i>	.225	.073	3.068	.002
	Lingkungan Keluarga	.217	.028	7.794	.000

Tabel 2. memperlihatkan hasil analisis regresi linier berganda, dimana didapatkan rumus persamaan $y = 3,545 + 0,395 (X1) + 0,225 (X2) + 0,217 (X3)$. Berdasarkan persamaan regresi tersebut, diartikan nilai konstanta sebesar 3,545 menunjukkan apabila variabel literasi ekonomi, *e-commerce*, dan lingkungan keluarga tidak berubah atau konstan, maka variabel minat berwirausaha akan tetap bernilai sebesar 3,545. Nilai koefisien literasi ekonomi adalah 0,395, dimana dapat diartikan apabila variabel literasi ekonomi meningkat, maka minat berwirausaha akan meningkat sebesar 0,395. Selanjutnya, nilai koefisien regresi *e-commerce* menunjukkan 0,225, dimana dapat diartikan apabila variabel *e-commerce* meningkat, maka minat berwirausaha akan meningkat sebesar 0,225, sedangkan koefisien lingkungan keluarga menunjukkan nilai sebesar 0,217, dimana dapat diartikan apabila variabel lingkungan keluarga meningkat, maka minat berwirausaha akan meningkat sebesar 0,217.

Uji Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dalam penelitian, analisis pengaruh literasi ekonomi, *e-commerce* dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Pendidikan Akuntansi, Pendidikan Ekonomi, dan Pendidikan Tata Niaga FEB Unesa angkatan 2019, berikut ini adalah hasil pengujian hipotesis yang ditunjukkan oleh Tabel 3, Tabel 4 dan Tabel 5.

Tabel 3. Hasil Uji F

<i>Anova^a</i>					
<i>Model</i>	<i>Sum Of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	1210.390	3	403.463	67.489	.000 ^b
1 <i>Residual</i>	1255.432	210	5.978		
<i>Total</i>	2465.821	213			

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 67.498 lebih besar daripada F Tabel 2,647595, dimana mengartikan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel literasi ekonomi, *e-commerce*, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Prodi PAP, PAK, PE, dan PTN FEB Unesa Angkatan 2019.

Tabel 4. Hasil Uji t

<i>Coefficients^a</i>				
	<i>Model</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>	<i>Keterangan</i>
	<i>(Constant)</i>	1.642	.102	
1	Literasi Ekonomi	3.795	.000	Signifikan
	<i>E-Commerce</i>	3.068	.002	Signifikan
	Lingkungan Keluarga	7.794	.000	Signifikan

Tabel 4 menjelaskan bahwa nilai t hitung dari variabel literasi ekonomi (X1), *e-commerce* (X2) dan lingkungan keluarga (X3) lebih besar daripada t tabel yaitu 1,652142, serta nilai signifikansi menunjukkan kurang dari 0,05 sehingga ditarik kesimpulan terdapat pengaruh secara parsial antara variabel literasi ekonomi, *e-commerce* dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Prodi PAP, PAK, PE, dan PTN FEB Unesa Angkatan 2019.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Berikut ini hasil uji koefisien determinasi menggunakan aplikasi SPSS yang ditampilkan pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi

<i>Model Summary^b</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error Of The Estimate</i>
1	.701 ^a	.491	.484	2.445

Tabel 5 menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,484, dimana hal ini mengartikan bahwa pengaruh variabel bebas yaitu literasi ekonomi (X1), *e-commerce* (X2), dan lingkungan keluarga (X3) terhadap minat berwirausaha adalah sebesar 0,484 atau 48,4%.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan hasil dimana literasi ekonomi memengaruhi minat berwirausaha secara positif dan signifikan. Selaras dengan Rofiah *et al.*, (2019), Silviana & Megayanti (2022), dan Suratno *et al.*, (2021) yang menyatakan literasi ekonomi memengaruhi minat berwirausaha, dimana minat berwirausaha yang dimiliki oleh individu sendiri dapat ditentukan salah satunya melalui pengetahuan atau literasi yang dimiliki. Hal ini mengartikan bahwa pemahaman akan literasi ekonomi pada diri mahasiswa, tentunya akan memberikan dorongan untuk dapat mengetahui konsep dasar suatu ilmu ekonomi yang nantinya dapat diimplementasikan dengan baik dan juga dapat dijadikan panduan hidup dalam mengambil keputusan bijak dalam kegiatan ekonomi. Berkaitan dengan *Theory Planned of Behavior*, pemahaman literasi ekonomi ini pada akhirnya akan menjadi kontrol perilaku bagi mahasiswa dalam memanfaatkannya sebagai jalan mencari peluang usaha. Sesuai dengan indikator variabel literasi ekonomi yaitu kelangkaan, pilihan, dan sumber daya produksi dan kewirausahaan, menunjukkan hasil yang sangat tinggi dalam indikator tersebut. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa mampu memahami bagaimana individu dapat membuat pilihan dalam memanfaatkan sumber daya produksi secara bijak dengan cara mengelola sumber daya yang terbatas. Pemanfaatan sumber daya secara bijak ini, juga berhubungan dengan peran wirausahawan sebagai seseorang yang mengolah sumber daya yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan memberikan inovasi dalam produk, proses produksinya serta memerhatikan kebermanfaatannya bagi lingkungan dan generasi mendatang. Sehingga kedepannya melalui pemahaman literasi ekonomi yang baik, akan memunculkan atau menumbuhkan minat mahasiswa itu sendiri untuk berwirausaha. Didukung oleh pernyataan Zulatsari & Soesatyo (2018) dan Silviana & Megayanti (2022), dimana melalui literasi ekonomi individu akan memiliki pola pikir yang rasional dalam membuat sebuah keputusan bijak dalam bidang perekonomian khususnya dalam menciptakan wirausaha.

Hasil lain dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa *e-commerce* menjadi faktor yang dapat memengaruhi minat berwirausaha menjadi bertumbuh, kaitannya dengan kemudahan akses yang diberikan serta pelayanan yang dirasa menjadikan individu merasa lebih mudah dalam memperjualbelikan barang atau jasa yang dimiliki dengan menjangkau skala pasar yang lebih luas. Selaras dengan Arimbawa & Widhiyani (2021), Erlinda & Astuti (2019), dan Yadewani & Wijaya (2017) yang menyatakan *e-commerce* memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha, dimana minat berwirausaha yang dimiliki oleh individu sendiri dapat ditentukan salah satunya melalui pemanfaatan teknologi untuk dapat bersaing di pasar global salah satunya melalui *e-commerce*. Berkaitan dengan *Theory Planned of Behavior*, penggunaan *e-commerce* dalam kegiatan wirausaha menunjukkan bahwa mahasiswa menentukan pilihan untuk bersikap positif dalam mempergunakannya pada kegiatan berwirausaha. Hal ini juga sesuai dengan indikator dalam variabel *e-commerce* yaitu perspektif *online* dimana *e-commerce* merupakan bagian dari produk kemajuan digital, yang dalam penggunaannya memudahkan individu khususnya mahasiswa dalam melakukan perannya sebagai konsumen maupun sebagai wirausahawan agar lebih efektif dan efisien dengan terhubung melalui jaringan internet. Kemudahan yang ditawarkan ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk berminat melakukan kegiatan berwirausaha.

Selain adanya pemahaman mengenai literasi ekonomi dan *e-commerce*, faktor lain yang memengaruhi minat berwirausaha adalah lingkungan keluarga. Hasil penelitian ini selaras dengan

Arimbawa & Widhiyani (2021), Oktarina *et al.*, (2019), dan Yuwono *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga memengaruhi minat berwirausaha. Lingkungan keluarga memiliki fungsi yang fundamental dalam memberikan pengarahan pada anak, khususnya penentuan karir bagi masa depan. Kaitannya dengan *Theory Planned of Behavior*, dimana pendapat dari keluarga memberikan pengaruh bagi anggota keluarga lainnya dalam memutuskan suatu keputusan, salah satunya dalam berwirausaha. Dijelaskan pula oleh Indriyani & Margunani (2019), bahwa lingkungan keluarga dapat memberikan dorongan dan pembentukan kepribadian individu dalam menjalankan bisnis, dikarenakan individu yang berasal dari latar belakang keluarga seorang wirausahawan, akan memiliki *mindset* untuk mendorong anggota keluarga yang lain menjalankan kegiatan bisnis pula. Selain itu, didukung oleh hasil penelitian dimana indikator suasana rumah pada variabel lingkungan keluarga menunjukkan berada pada kategori tinggi dalam memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, tentu berkorelasi dengan pentingnya peran keluarga dalam menciptakan suasana yang harmonis dan *supportive* dalam mendukung minat mahasiswa dalam berwirausaha. Sejalan dengan pernyataan Wiani *et al.*, (2018), dimana keluarga yang memberikan dukungan pada anggota keluarga lainnya untuk terus berkreasi khususnya dalam berwirausaha, maka akan meningkatkan minat individu tersebut untuk berwirausaha, sehingga kegiatan wirausaha yang dilakukan akan terus berjalan jangka panjang.

Berkaitan dengan Teori Pembangunan Ekonomi oleh Schumpeter pada tahun 1934, mahasiswa sebagai *agen of change* memiliki kontribusi besar untuk dapat menjadi wirausahawan. Melalui berwirausaha pertumbuhan ekonomi dapat ditingkatkan dengan adanya penambahan jumlah produksi barang ataupun jasa yang diproduksi oleh suatu negara. Peningkatan produksi barang dan jasa yang terjadi, tentu menjadikan terciptanya lapangan pekerjaan sehingga mengurangi pengangguran (Kurniati, 2015). Menurut Julius F. & Suhartatik (2019), terdapat faktor yang dapat memengaruhi minat berwirausaha baik faktor internal maupun eksternal. Beberapa faktor eksternal tersebut literasi ekonomi, *e-commerce*, lingkungan keluarga, dan faktor lainnya. Tingkat literasi ekonomi yang baik, penggunaan *e-commerce* yang bijak, dan adanya dukungan positif dari lingkungan keluarga akan memengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, ditarik kesimpulan bahwa literasi ekonomi, *e-commerce*, dan lingkungan keluarga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Oleh karenanya, peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya mampu meneliti variabel lain yang dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Bagi pihak universitas, perlu meningkatkan pemahaman literasi ekonomi mahasiswa guna meningkatkan minat berwirausaha terkait kemampuan dalam membuat keputusan yang bijak dalam bidang ekonomi dan pemanfaatan peluang berwirausaha, serta pengadaan mata kuliah konsep pengenalan *e-commerce* penting diadakan guna mengedukasi dan memberikan pengalaman melalui praktik terkait manfaat *e-commerce* dalam mempermudah mahasiswa memulai kegiatan berwirausaha. Bagi pihak keluarga, penting untuk menciptakan suasana keluarga yang harmonis dan memberikan dukungan bagi mahasiswa untuk menumbuhkan minat berwirausaha sehingga mahasiswa dapat bermanfaat bagi diri sendiri, lingkungan sekitar, serta menciptakan lapangan pekerjaan bagi lingkungan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, T. W. (2019). The Role of Feasibility And Entrepreneurial Self-Efficacy on The Link Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(3), 193–206.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. CV Alfabeta.
- Anand, F., & Meftahudin. (2020). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sains Al-Qur'an). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 88–97.
- Andriyani, N., Nusantoro, J., & Parmayanti, E. F. (2021). Pengaruh Adversity Quotient, Pengalaman, Literasi Ekonomi, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha. *Febenefecium*, 4, 196–203. <https://journal.unimma.ac.id>
- Aqmala, D., Putra, F. I. F. S., & Suseno, R. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Membentuk Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Dian Nuswantoro. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 22(1), 60–70. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v22i1.10858>
- Arimbawa, K. D. P., & Widhiyani, N. L. S. (2021). The Effect of Family Environment, Entrepreneurship Education, and E-Commerce on Entrepreneurship Interest After Completing Undergraduated Studies. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(9), 48–52. <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2021/09/F21594852.pdf>
- Awaru, A. O. T. (2021). *Sosiologi Keluarga*. CV Media Sains Indonesia.
- BPS. (2022). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2022*.
- Chaffey, D., Hemphil, T., & Edmundson-Bird, D. (2019). *Digital Business and E-commerce Management* (Seventh ed). Pearson Education.
- Dewi, P., & Haryono, A. (2021). Pengaruh Self Confidence, Pendidikan Kewirausahaan Dan Literasi Ekonomi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2016. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 598.
- Dono Saputro, P. (2020). Pemanfaatan E-commerce Business to Consumer (B2C) Marketplace untuk Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering)*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.35891/jkie.v7i1.2092>
- Erlinda, & Astuti, R. (2019a). Pengaruh E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha yang Dimoderasi oleh Pendidikan Kewirausahaan (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh). *Jurnal Manajemen Muhammadiyah Aceh*, 9(2), 101–114.
- Erlinda, E., & Astuti, R. (2019b). Pengaruh E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha yang dimoderasi oleh Pendidikan Kewirausahaan (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh). *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, 9(2). <https://doi.org/10.37598/jimma.v9i2.985>
- Gultom, E. (2021). Pengaruh E-commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2), 40–46. <http://ejournal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/788/524%0Ahttps://ejournal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/788>
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 02(03), 291–314. <https://doi.org/10.1097/SCS.0b013e318240fa84>

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1992 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga Sejahtera, (1992).
- Indriyani, L., & Margunani. (2018). *Economic Education Analysis Journal*. 7(3), 848–862.
- 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>
- Julindrastuti, D., & Karyadi, I. (2022). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 7–20. <https://journal-stiehidayatullah.ac.id/index.php/tadbir/article/view/98>
- Julius F., N. P., & Suhartatik, A. (2019). Faktor Internal dan Eksternal Minat Berwirausaha dan Keberhasilan Usaha pada UMKM di Surabaya. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 15(1), 53. <https://doi.org/10.35384/jkp.v15i1.164>
- Juniarini, N. M. R., & Priliandani, N. M. I. (2016). Theory of Planned Behavior pada Minat Berwirausaha dengan Pengetahuan Akuntansi sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi*, 9(1), 1–8. <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/juara/article/view/297>
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 228–240. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i3.9676>
- Kurniati, E. D. (2015). *Kewirausahaan Industri* (1st ed.). Deepublish. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=89gwDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA140&dq=teori+pertumbuhan+schumpeter+dan+minat+berwirausaha&ots=V8LwqmwBJp&sig=EdpL9XMnv3g1F_IJ7QpEEfNSqM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- NCEE. (n.d.). *Economic Literacy Quiz*. Retrieved March 12, 2023, from <https://www.councilforeconed.org/policy-advocacy/economic-literacy-quiz/>
- Noor, R. M., & Anwar, S. (2022). Pengaruh Motivasi, Ekspektasi Pendapatan, dan Persepsi Mahasiswa terhadap Minat Berwirausaha dengan Pemahaman Akuntansi sebagai Variabel Moderating. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 227–243. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1165>
- Nugraha, A. L., Sunjoto, A. R., & Susilo, A. (2019). Signifikansi Penerapan Literasi Ekonomi Islam di Perguruan Tinggi: Kajian Teoritis. *Islamic Economics Journal*, 5(1), 147. <https://doi.org/10.21111/iej.v5i1.3680>
- Oktarina, H., Agung, E. A., & Aswad, S. H. (2019a). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia. *Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Dewantara*, 49–54.
- Oktarina, H., Agung, E. A., & Aswad, S. H. (2019b). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia Abstrak A . *PENDAHULUAN Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk yang sangat banyak serta memiliki sumber kekayaan alam yang* . 49–54.
- Privana, S. O., & Kamalia, P. U. (2022). Minat Berwirausaha Mahasiswa Selama Pandemi: Apakah Pendidikan Kewirausahaan Dan Ekspektasi Pendapatan Berpengaruh? *JURKAMI: Jurnal Pendidikan ...*, 7(1), 25–34. <http://jurnal.stkipersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE/article/view/1507>
- Respati, A. R. (2022). *Kemenkop-UKM Bidik Rasio Wirausaha Indonesia Capai 3,95 Persen pada 2024*. Kompas.Com.
- Riadi, S., Ginting, M., & Darus, P. (2022). Pelatihan Literasi Ekonomi Untuk Meningkatkan Minat Kewirausahaan Pada Siswa Kelas XII Jurusan Teknik Komputer Dan Jaringan SMK Swasta Mustafa *Jurnal Abdimas Mutiara*, 3(2), 222–227.
- Rofiah, C., Prasetyo, D. W., & Hidayati, N. (2019). The Effect Of Economic Literacy And Social Media On Student Entrepreneurial Interest. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 85–90. <https://doi.org/10.26533/eksis.v14i2.632>

- Silviana, & Megayanti, W. (2022). The Influence of Economic Literacy on the Interest in Entrepreneurship of Students in Class XII IPS SMA Negeri 38 Jakarta. *Intelektium*, 3(1), 140–146.
- Stevani, S., & Gumanti, D. (2019). Analisis Tingkat Literasi Ekonomi Mahasiswa STKIP PGRI Sumatera Barat. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 11. <https://doi.org/10.24036/011041170>
- Suratno, Narmaditya, B. S., & Wibowo, A. (2021). Family Economic Education, Peer Groups and Students' Entrepreneurial Intention: the Mediating Role of Economic Literacy. In *Heliyon* (Vol. 7, Issue 4). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06692>
- Taufik, A., Azhad, M. N., & Hafidzi, A. H. (2018). Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(1), 86–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i1.1881>
- Wiani, A., Ahman, E., & Machmud, A. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik SMK di Kabupaten Subang. *Jurnal Manajerial*, 17(2), 227. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.11843>
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang). *Jurnal Resti (Rekayasa Sistem Ddan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64–69.
- Yurianto, & Armansyah. (2021). Pengaruh Efikasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE Pembangunan Tanjungpinang. *JIP : Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(12), 2669–2676.
- Yuwono, D. C., Wiedy Murtin, & Subarno, A. (2022). Pengaruh E-commerce dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Efisiensi : Kajian Ilmu Administrasi*, 19(2), 139–148.
- Zulatsari, M. R., & Soesatyo, Y. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3), 157–160.
- Zulfickar, R., & Sobandi, A. (2020). Studi Tentang Pengaruh Latar Belakang Keluarga Terhadap Intensi Kewirausahaan Siswa SMKN Se-Kabupaten Bangka. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 20. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v8i1.2817>