

Pengaruh *Digital Trace* terhadap Minat Wirausaha Manajemen Bisnis yang Belum Memiliki Usaha

Ahmad Cordytian Alfaisol

UIN Satu Tulungagung

cordy154@gmail.com

Maulana Joesoef Ocke Satrianie

UIN Satu Tulungagung

maulanasatrianie78@gmail.com

Najwa Salsabila Syafin

UIN Satu Tulungagung

najjwasalsabila04@gmail.com

Adinda Alyaa Coulina

UIN Satu Tulungagung

adinda3625@gmail.com

Binti Nur Asiyah

UIN Satu Tulungagung

binti.nur.asiyah@uinsatu.ac.id

Abstract: *This study aims to analyze the influence of digital traces on the entrepreneurial interest of Business Management students who have not yet established their own businesses. Online activities such as social media engagement and participation in digital business communities create digital footprints that are presumed to shape students' motivation and entrepreneurial orientation. The main research question focuses on the extent to which such digital involvement fosters an interest in starting a business. Employing a quantitative and associative approach, the data were collected through a Likert-scale questionnaire distributed via Google Forms and analyzed using simple linear regression. The findings reveal that digital traces have a positive and significant effect on entrepreneurial interest, indicating that the more actively students engage in*

Copyright: © 2025 The Author(s)
under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

entrepreneurial digital activities, the greater their tendency to pursue entrepreneurship. These results underscore the vital role of digital footprints in fostering entrepreneurial motivation and readiness in the digital era.

Keywords: *Digital trace; entrepreneurial interest.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *digital trace* terhadap minat wirausaha mahasiswa Manajemen Bisnis yang belum memiliki usaha. Aktivitas daring seperti penggunaan media sosial dan partisipasi dalam komunitas bisnis online menciptakan jejak digital yang diduga berperan dalam membentuk motivasi serta orientasi kewirausahaan mahasiswa. Pertanyaan utama penelitian ini berfokus pada sejauh mana keterlibatan digital tersebut mampu menumbuhkan minat untuk memulai usaha. Dengan pendekatan kuantitatif dan metode asosiatif, data diperoleh melalui kuesioner berskala Likert. Data diambil melalui metode angket dengan memanfaatkan aplikasi *Google-Form* dan dianalisis menggunakan uji regresi sederhana. Hasil menunjukkan bahwa *digital trace* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wirausaha, menandakan bahwa semakin aktif mahasiswa dalam aktivitas digital kewirausahaan, semakin besar kecenderungan mereka berwirausaha. Temuan ini menegaskan peran penting jejak digital sebagai sarana pembentukan motivasi dan kesiapan berwirausaha di era digital.

Kata Kunci: *Digital trace; minat wirausaha.*

Introduction

Pada era sekarang, masuknya era digital yang ditandai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan ini secara kompleks mengubah cara individu berinteraksi, bekerja, dan belajar.¹ Sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di tengah gelombang digitalisasi, mahasiswa meninggalkan jejak digital yang luas dan beragam. Jejak digital ini lebih dari sekadar rekaman aktivitas daring, ini adalah gambaran dinamis dari kehidupan sehari-hari yang mencakup interaksi di media sosial (seperti Instagram, TikTok, dan LinkedIn). Di lain itu terdapat juga aktivitas pada platform pembelajaran daring (LMS), partisipasi dalam forum diskusi, keterlibatan aktif dalam berbagai komunitas online, dan penggunaan aplikasi produktivitas.² Selain menunjukkan perilaku *online*, kumpulan data ini dapat menunjukkan pola pikir, gaya belajar, kecenderungan berkolaborasi, tingkat kreativitas, dan bahkan peluang kewirausahaan siswa.

Dalam dunia pendidikan tinggi, fenomena ini sangat penting, terutama pada Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Meningkatnya minat mahasiswa dalam wirausaha telah menjadi prioritas utama karena meningkatnya persaingan di dunia kerja global serta tuntutan untuk menciptakan lapangan kerja secara mandiri. Kewirausahaan dianggap dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan penyelesaian masalah pengangguran terdidik.³

Oleh karena itu, program dan kurikulum Manajemen Bisnis Syariah bertujuan untuk meningkatkan mentalitas dan keterampilan wirausaha. Ini sesuai dengan upaya pemerintah untuk mendorong pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi di Indonesia dan membangun karakter dan perilaku wirausaha inovatif. Meskipun kebanyakan mahasiswa program studi Manajemen Bisnis sangat tertarik dengan kewirausahaan, namun ada juga dari mereka yang belum mengambil langkah nyata untuk mendirikan atau menjalankan usaha mereka sendiri. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha internal harus didukung oleh faktor eksternal dan kemampuan praktis yang cukup agar dapat terwujud.

¹ Setyawati A, et al. *Kewirausahaan Pada Era Digital*. (Semarang: Eureka Media Aksara, 2024). hal. 25.

² Setiawan, Z., *Kewirausahaan Digital*, (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023), hal. 48.

³ Purwana, D., & Wibowo, A., *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi: Strategi, Sukses Membangun Karakter dan Kelola Usaha*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), hal. 32.

Dalam hal tersebut muncul pertanyaan mendasar tentang faktor pendorong dan penghambat yang memengaruhi pembentukan minat wirausaha yang kuat muncul karena perbedaan antara minat dan tindakan ini. Dalam dunia digital saat ini, muncul dugaan apakah jejak digital yang digunakan dapat membantu mereka menumbuhkan dan menunjukkan minat kewirausahaan mahasiswa atau tidak.⁴ Jejak digital ini dapat menunjukkan keterbukaan terhadap informasi baru, kemampuan untuk menggunakan alat digital, jaringan profesional, dan pemahaman tentang model bisnis inovatif, yang pada akhirnya akan mendorong minat dalam berwirausaha secara online.⁵

Penelitian di Indonesia yang berkaitan dengan topik ini menunjukkan temuan yang bervariasi. Pertama, penelitian Meliana dan Hasmidyani di Universitas Sriwijaya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi.⁶ Temuan ini penting karena mengonfirmasi bahwa platform digital bukan lagi sekadar alat komunikasi, melainkan telah menjadi arena yang relevan untuk membentuk aspirasi karier. Akan tetapi, fokus penelitian tersebut cenderung berhenti pada "penggunaan" media sosial secara umum yang belum secara spesifik meneliti aspek *digital trace* mahasiswa. Seringkali diukur sebatas frekuensi atau durasi akses.

Kedua, penelitian Yunisia, Suharto, dan Winahyu dari Universitas Muhammadiyah Jember menemukan bahwa literasi digital, penggunaan *e-commerce*, dan efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha digital. Hasil ini menunjukkan adanya keterkaitan antara perilaku digital dan niat kewirausahaan, meskipun variabel yang digunakan masih terbatas pada literasi dan penggunaan *e-commerce*.⁷ Studi ini memperkuat argumen adanya keterkaitan erat antara perilaku digital dan niat kewirausahaan, bahkan memvalidasi bahwa aktivitas transaksional (*e-commerce*) dan pemahaman teknologi (literasi) adalah komponen penting.

⁴ Trisianto, M. S., & Sari, L. N., "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) (2024), hal. 789–801.

⁵ Supriyanto, E., Ismail, K., & Sinta, V., "Pengaruh Literasi Digital dan Penggunaan *E-commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nurul Huda," *JECO: Journal of Economic Education and Eco-Technopreneurship* 3 (2) (2024), hal. 69–74.

⁶ Meliana, M., & Hasmidyani, H. (2023). *Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya*. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pembelajaran*, Vol. 7, No. 3, hal. 241–250.

⁷ Yunisia, F., Suharto, H., & Winahyu, K. (2023). *Pengaruh Literasi Digital, Penggunaan E-commerce dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Digital di Kalangan Mahasiswa Kabupaten Jember*. *Jurnal EMBAK: Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 1, hal. 87–98.

Dari penelitian sebelumnya, dapat diidentifikasi adanya kekurangan, yaitu belum adanya penelitian yang secara langsung mengkaji pengaruh *digital trace* sebagai variabel prediktor terhadap minat wirausaha mahasiswa yang belum memiliki usaha. Sebagian penelitian masih fokus pada literasi digital atau penggunaan media sosial tanpa mengukur sejauh mana jejak digital dapat mencerminkan kecenderungan perilaku wirausaha. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis secara mendalam sejauh mana variabel *digital trace* mahasiswa, yang diwakili oleh aktivitas digital dan kemampuan literasi, dapat memengaruhi minat wirausaha di kalangan mahasiswa Manajemen Bisnis UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, sehingga memberikan wawasan berharga bagi pengembangan kurikulum dan strategi intervensi yang lebih efektif dalam mendorong lahirnya wirausahawan muda yang berdaya saing di era digital.

Research Method

Jenis dan Pendekatan

Dalam penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif jenis asosiatif, yang artinya jenis penelitian sebagai identifikasi keterkaitan atau dampak antar variabel. Pendekatan ini memungkinkan pengambilan hasil yang bersifat objektif, dapat diukur dan relevan sesuai dengan populasi yang memiliki karakteristik sama. Metode asosiatif diadopsi karena penelitian ini dilakukan tidak hanya untuk mendeskripsikan suatu fenomena, tetapi berusaha untuk memberikan penjelasan mengenai hubungan sebab akibat antar variabel yang sifatnya independen dan dependen dan datanya dikumpulkan dengan cara melalui kuisioner, dimana dapat dikenal sebagai angket dan dapat dilakukan untuk memberikan serangkaian pernyataan atau pertanyaan tertulis yang dapat dijawab oleh responden.

Jenis dan Sumber Data

Data yang dipakai dalam studi ini adalah data utama, yaitu informasi yang didapat langsung dari partisipan melalui distribusi kuisioner, Alat penelitian disusun dalam format skala Likert lima Tingkat dengan opsi:

Kriteria Penelitian	Skor
---------------------	------

Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Skala ini digunakan untuk mengukur tingkat persepsi dan sikap responden terhadap setiap pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Penggunaan skala Likert dianggap sesuai karena mampu mengukur tingkat intensitas sikap atau pendapat responden terhadap suatu objek penelitian secara lebih rinci.

Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dari studi ini mencakup semua Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang terdaftar dalam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, dan karena akses untuk semua individu dalam populasi secara tidak langsung tidak memungkinkan para peneliti menggunakan metode sampling non-probabilitas, khususnya purposive sampling. Pemilihan metode purposive sampling ini didasarkan pada penetapan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh responden, agar mereka dapat memberikan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Metode ini diadopsi karena tidak semua orang dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan responden, melainkan hanya mereka yang memenuhi spesifikasi tertentu. Kriteria untuk responden ditentukan berdasarkan beberapa faktor, yaitu:

1. Mahasiswa yang terdaftar aktif di program Manajemen Bisnis Syariah (MBS),
2. Memiliki akun media sosial yang aktif sebagai representasi jejak digital,
3. Tidak memiliki usaha pribadi sehingga dapat mencerminkan tingkat minat berwirausaha yang sesungguhnya.
4. Responden juga diwajibkan untuk mengisi kuesioner dengan jujur dan lengkap.

Pendekatan purposive sampling memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memilih sampel dengan lebih terfokus, berlandaskan pertimbangan yang logis serta relevansi terhadap fenomena yang sedang diteliti. Dengan cara ini, data yang dikumpulkan menjadi lebih representatif terhadap subjek yang diangkat,

meskipun tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Menurut Sugiyono, purposive sampling sangat efektif diterapkan dalam penelitian kuantitatif asosiatif karena peneliti dapat memilih responden yang benar-benar memahami konteks dari penelitian tersebut, sehingga kualitas data yang diperoleh menjadi lebih valid dan dapat diandalkan.¹⁴⁸

Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan metode statistik menggunakan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Proses analisis terdiri dari Langkah- langkah berikut:

1. Validasi dan uji keandalan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat dipertanggungjawabkan.
2. Uji asumsi klasik, termasuk analisis normalitas dan heteroskedastisitas.
3. Regresi sederhana untuk mengukur pengaruh variabel jejak digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa di bidang Manajemen Bisnis Syariah.
4. Uji T untuk mengevaluasi dampak parsial dari variabel bebas.
5. Uji F agar dapat mengidentifikasi pengaruh bersama dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam Koefisien Determinasi (R^2) yang digunakan untuk mengukur sejauh mana variable dependen dapat dijelaskan untuk variable independent. Analisis yang diperolehkan diuraikan secara deskriptif untuk menanggapi hipotesis dan menguraikan hubungan antara dampak jejak digital terhadap ketertarikan berwirausaha diantara mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah.

Results

Uji Validitas Pearson Moment

Variabel	Indikator	(Pearson Correlation)	Sig. (2-tailed)	α (0,05)	Ket.
Pengaruh Digital Trace (X)	XA	0.673**	0.000	0.05	Valid
	XB	0.580**	0.001	0.05	Valid
	XC	0.551**	0.001	0.05	Valid
	XD	0.633**	0.000	0.05	Valid
	XE	0.584**	0.001	0.05	Valid
	XF	0.494**	0.005	0.05	Valid

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hal. 85.

	XG	0.533**	0.003	0.05	Valid
	XH	0.645**	0.000	0.05	Valid
	XI	0.453*	0.012	0.05	Valid
Usaha Pada Mahasiswa (Y)	YA	0.722**	0.000	0.05	Valid
	YB	0.717**	0.000	0.05	Valid
	YC	0.833**	0.000	0.05	Valid
	YD	0.598**	0.001	0.05	Valid

Gambar 1 Hasil Uji Pearson Moment

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat. Pengujian dilakukan menggunakan teknik Pearson Product Moment dengan taraf signifikansi 5%. Dengan jumlah responden $N = 30$, maka diperoleh nilai r tabel = 0,361.

Berdasarkan hasil uji, seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (r hitung > 0,361). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner untuk variabel:

- X1 (Pengaruh *Digital Trace*),
- Y (Minat Berwirausaha)

Telah memenuhi syarat validitas dan dinyatakan **VALID**, karena mampu menggambarkan variabel yang diukur dengan baik.

Uji Realibilitas (Cronbach's Alpha)

Secara umum, interpretasi untuk nilai Cronbach's Alpha adalah:

Nilai Cronbach's Alpha	Interpretasi Reliabilitas
$\alpha \geq 0,90$	Sangat Baik
$0,80 \leq \alpha < 0,90$	Baik
$0,70 \leq \alpha < 0,80$	Cukup
$0,60 \leq \alpha < 0,70$	Batas Bawah
$\alpha < 0,60$	Buruk ⁹

Hasil Uji Cronbach Alpha

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.809	.812	13

⁹ Fitria Dewi Puspita Anggraini dkk., "Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas," *Jurnal Basicedu* 6 (4) (2022), hal. 5-10

Gambar 2 Hasil Uji Cronbach Alpha

Hasil uji reabilitas alat yang ditampilkan dalam table statistika reabilitas mengindikasikan bahwa alat ini memiliki Tingkat kehandalan yang sangat memuaskan. Nilai Cronbach's Alpha yang didapat adalah 0,809 dengan total N = 30. Mengingat bahwa nilai Alpha (0,809) berada dalam rentang $0,80 \leq \alpha < 0,90$, alat ini dianggap memiliki konsistensi internal yang kuat. Ini menunjukkan bahwa setiap item (pertanyaan) dalam kuesioner secara konsisten mengukur konstruk atau variabel yang serupa. Dengan kata lain, alat ini dapat diandalkan dan data yang diperoleh melalui alat ini bisa dianggap akurat dan stabil untuk analisis lebih lanjut.

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.70652221
Most Extreme Differences	Absolute		.077
	Positive		.077
	Negative		-.066
Test Statistic			.077
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.917
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.910
		Upper Bound	.924

Gambar 3 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

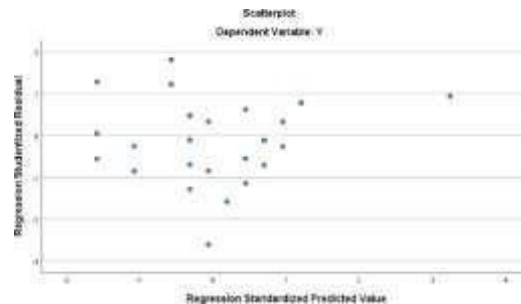
Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual terdistribusi secara normal, yang merupakan salah satu asumsi kunci dalam analisis regresi parametrik. Kriteria pengambilan keputusannya adalah membandingkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) dengan tingkat signifikansi (α), umumnya 0,05 atau 5%. Dengan catatan:

1. Jika nilai *Asymp. Sig.* > 0,05, maka data residual terdistribusi normal.
2. Jika nilai *Asymp. Sig.* ≤ 0,05, maka data residual tidak terdistribusi normal.

Dari tabel, **didapatkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200**. Karena nilai 0,200 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data residual **terdistribusi secara normal**. Hal ini

menunjukkan bahwa model regresi yang melibatkan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Hasil Uji Heterokedastisitas



Gambar 4 Scatterplot

Berdasarkan diagram yang menunjukkan distribusi titik antara Nilai Prediksi Terstandarisasi Regresi pada sumbu X dan Residual Studentized Regresi pada sumbu Y, dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi tidak menghadapi isu heteroskedastisitas, melainkan memiliki sifat homoskedastisitas.

Ini tergambar dengan jelas karena titik-titik dalam grafik tersebut tersebar secara acak, tanpa membentuk pola tertentu (seperti corong atau gelombang), dan distribusinya berada baik di atas maupun di bawah garis nol pada sumbu vertikal. Keadaan ini menunjukkan bahwa variasi kesalahan (residual) bersifat konstan., **sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk estimasi.**

Statistik Deskriptif Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.323	2.654	2.759	.010
	X	.254	.082	.506	.004

a. Dependent Variable: Y

Gambar 5 Hasil Uji Regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan regresi

$$\hat{Y} = 7,323 (\alpha) + 0,254 X + e$$

Keterangan:

1. Konstanta (α) = 7,323 bermakna apabila *digital trace* itu konstan atau tetap maka minat berwirausaha sebesar 7.323.
2. Koefisien Regresi (β) 0,254 (bernilai positif) yang bermakna, apabila *digital trace* meningkat satu satuan maka minat berwirausaha juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,254.

2. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.046	1	29.046	9.630	.004 ^b
	Residual	84.454	28	3.016		
	Total	113.500	29			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X

Gambar 6 Hasil Uji ANOVA

Hipotesis Uji F

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Pengaruh *Digital trace* (X) secara simultan terhadap Usaha Pada Mahasiswa (Y).
- H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Pengaruh *Digital trace* (X) secara simultan terhadap Usaha Pada Mahasiswa (Y).

Berdasarkan hasil analisis pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 9.630 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.004. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0.05 ($0.004 < 0.05$). Nilai ini kemudian dibandingkan dengan taraf signifikansi penelitian yaitu $\alpha = 0.05$ (5%).

Dari hasil pengujian, yang berarti bahwa **menolak H_0 dan menerima H_a** . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Paparan *Digital trace* (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa (Y).

3. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.323	2.654		2.759	.010
	X	.254	.082	.506	3.103	.004

a. Dependent Variable: Y

Gambar 7 Hasil Uji T

Hipotesis Uji T

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Pengaruh *Digital trace* (X) secara parsial terhadap Usaha Pada Mahasiswa (Y).
- H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Pengaruh *Digital trace* (X) secara parsial terhadap Usaha Pada Mahasiswa (Y).

Nilai t hitung sebesar 3.103 dengan tingkat signifikansi (Sig. = 0.004) lebih kecil dari 0.05 ($0.004 < 0.05$). Berdasarkan kriteria pengujian: Jika Sig. < 0.05, **maka H_0 ditolak dan H_a diterima**. Artinya, Paparan *Digital trace* (X) berpengaruh signifikan terhadap Minat Wirausaha (Y).

Dengan demikian, semakin tinggi tingkat paparan mahasiswa terhadap konten digital yang berhubungan dengan kewirausahaan (seperti aktivitas di media sosial, membaca artikel bisnis, atau mengikuti forum wirausaha *online*), maka semakin tinggi pula minat mereka untuk berwirausaha.

4. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.506 ^a	.256	.229	1.737

a. Predictors: (Constant), X
b. Dependent Variable: Y

Gambar 8 Hasil Uji Koefisien R

Berdasarkan tabel Ringkasan Model di atas, diperoleh nilai R sebesar 0,506, yang menunjukkan adanya relasi positif yang cukup kuat antara variabel independen yakni Paparan Digital Trace (X) dan variabel dependen Minat Wirausaha Mahasiswa (Y). Dengan kata lain:

1. Perubahan pada variabel Paparan Digital Trace biasanya disertai dengan perubahan pada minat wirausaha mahasiswa menuju arah yang serupa. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,256 atau 25,6% menunjukkan bahwa variabel independen tersebut dapat menerangkan 25,6% variasi atau perubahan dalam minat wirausaha mahasiswa, sedangkan 74,4% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti motivasi individu, dukungan dari keluarga, pengalaman dalam pembelajaran kewirausahaan, dan pengaruh dari lingkungan sosial serta ekonomi.

2. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,229 atau 22,9% menunjukkan bahwa setelah penyesuaian terhadap jumlah variabel dan ukuran sampel, model regresi masih cukup baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel. Dengan kata lain, paparan digital trace memiliki kontribusi yang signifikan dan konsisten terhadap minat wirausaha mahasiswa, meskipun dampaknya tidak terlalu besar.

Perbedaan kecil antara nilai R Square (0,256) dan Adjusted R Square (0,229) menunjukkan bahwa model regresi ini stabil, sehingga variabel yang digunakan relevan dalam menjelaskan variasi dalam minat wirausaha mahasiswa. Di sisi lain, nilai Standard Error of the Estimate sebesar 1,737 menunjukkan besarnya rata-rata deviasi antara nilai yang diprediksi dan nilai aktual. Nilai ini cukup rendah, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memiliki tingkatan kesalahan prediksi yang relatif kecil dan cukup tepat dalam menerangkan pengaruh Paparan Digital Trace terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa.

Conclusion

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa paparan jejak digital memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap ketertarikan mahasiswa dalam berwirausaha, khususnya bagi mereka yang belum memiliki usaha di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas digital, seperti partisipasi di media sosial, pencarian data terkait bisnis, dan keterlibatan aktif

dalam komunitas kewirausahaan online, terbukti dapat membentuk pola pikir dan motivasi yang mendukung minat mereka untuk menjadi wirausahawan.

Lebih lanjut, penelitian ini menunjukkan bahwa paparan terhadap konten digital yang berfokus pada bisnis dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai pentingnya wirausaha sebagai pilihan karier yang menjanjikan. Mahasiswa yang secara aktif terlibat dengan konten yang berkaitan dengan kewirausahaan di media sosial cenderung memiliki pandangan yang lebih positif terhadap dunia bisnis, karena mereka memperoleh inspirasi, pengetahuan, serta contoh dari individu yang berhasil di industri digital. Dengan demikian, jejak digital yang terbentuk secara konsisten dari aktivitas positif mahasiswa dapat dijadikan indikator kesiapan mereka dalam berwirausaha, serta berfungsi sebagai sarana pembelajaran nonformal yang dapat memperkaya wawasan dan kemampuan kewirausahaan di luar lingkungan kelas. Berdasarkan hasil tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Untuk institusi pendidikan tinggi, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, direkomendasikan agar menggabungkan kemampuan literasi digital serta pelatihan wirausaha menggunakan teknologi ke dalam kurikulum pengajaran. Pengembangan kursus atau program tambahan yang menekankan penggunaan platform digital untuk mempromosikan bisnis, menganalisis pasar secara daring. Dan merumuskan strategi mererak di media sosial bisa mendukung mahasiswa dalam memahami praktik kewirausahaan masa kini dengan cara yang lebih aplikatif.
2. Para dosen dan pendidik diharapkan dapat memotivasi mahasiswa untuk menggunakan media digital secara efektif, melalui partisipasi dalam pelatihan online, menghasilkan konten tentang kewirausahaan, serta berkontribusi dalam komunitas bisnis digital sebagai bagian dari pengalaman belajar yang berbasis praktik.
3. Mahasiswa diharapkan untuk lebih cermat dan inovatif dalam membangun jejak digital mereka, dengan menunjukkan konten yang berkaitan dengan dunia bisnis dan menghindari penggunaan media sosial yang tidak memberikan manfaat. Pengelolaan jejak digital yang positif dapat menjadi aset berharga dalam memperkuat reputasi dan kredibilitas sebagai calon wirausahawan muda.

References

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality and behavior*. Open University Press.
- Anggraini, F. D. P., et al. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 5–10.
- Hidayat, M. (2021). Analisis Dimensi Minat Berwirausaha Mahasiswa Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 18.
- Kurniawan, D. (2021). Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 9(3), 55.
- Kurniawati, D., & Nurdin, I. (2022). Digital trace dalam Perspektif Literasi Digital. *Jurnal Komunikasi dan Informasi*, 10(2), 145–156.
- Lestari, P. (2022). Hubungan Aktivitas Digital terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Teknologi Digital*, 2(1), 52.
- Maulana, R. (2022). Hubungan Self Efficacy dan Niat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Terapan Indonesia*, 7(2), 33.
- Meliana, M., & Hasmidyani, H. (2023). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pembelajaran*, 7(3), 241–250.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi: Strategi, sukses membangun karakter dan kelola usaha. Pustaka Pelajar.
- Sari, R. (2022). Pemanfaatan Jejak Digital dalam Analisis Perilaku Pengguna Internet di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Digital Indonesia*, 4(2), 44.
- Setyawati, A., et al. (2024). Kewirausahaan pada era digital. Eureka Media Aksara.
- Setiawan, Z. (2023). Kewirausahaan digital. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Supriyanto, E., Ismail, K., & Sinta, V. (2024). Pengaruh Literasi Digital dan Penggunaan E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nurul Huda. *JECO: Journal of Economic Education and Eco-Technopreneurship*, 3(2), 69–74.
- Suryana. (2013). Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses. Salemba Empat.
- Suryana, Y. (2013). Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses. Salemba

Empat. Suryani, I. (2021). Analisis jejak digital dalam media sosial. Alfabeta.

Trisianto, M. S., & Sari, L. N. (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.

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. (2024). Perubahan rencana bisnis dan anggaran (RBA) badan layanan umum tahun anggaran 2023. Diakses 25 Oktober 2025, dari <https://lpm.uinsatu.ac.id/wp-content/uploads/2024/05/RBA-2023-Perubahan.pdf>

Wahyuni, D. Transformasi perilaku konsumen di era digital. (Informasi publikasi kurang lengkap untuk entri APA).

Yunisia, F., Suharto, H., & Winahyu, K. (2023). Pengaruh Literasi Digital, Penggunaan E-commerce dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Digital di Kalangan Mahasiswa Kabupaten Jember. *Jurnal EMBAK: Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 87–98.