

## Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital dan *Self-Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z di Kabupaten Tegal

Desi Maola Ayu Saputri, Nabila Qotrunnada

Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Hukum, Universitas Bima Sakapenta, Indonesia

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received: 12 Juli 2025

Revised: 28 Juli 2025

Accepted: 30 Juli 2025

#### Keywords:

Literasi Keuangan

Literasi Digital

Self-Efficacy

Minat Berwirausaha

Generasi-Z

### ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang besar bagi generasi Z untuk terjun ke dunia kewirausahaan, terutama melalui platform digital seperti media sosial dan e-commerce. Namun demikian, masih terdapat kesenjangan dalam hal literasi keuangan, literasi digital, dan self-efficacy yang dapat memengaruhi minat berwirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, literasi digital, dan self-efficacy terhadap minat berwirausaha generasi Z di Kabupaten Tegal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 100 responden Gen-Z. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji statistik deskriptif, uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, literasi keuangan, literasi digital, dan self-efficacy berpengaruh terhadap minat berwirausaha Gen-Z. Namun secara parsial, hanya literasi digital yang berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sedangkan literasi keuangan dan self-efficacy tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan digital merupakan faktor kunci dalam membentuk minat wirausaha di kalangan generasi muda. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya peningkatan literasi digital melalui pelatihan dan edukasi terarah. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan, yaitu pengumpulan data yang hanya dilakukan secara online. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk melibatkan metode pengumpulan data yang lebih variatif, seperti wawancara dan observasi.

The development of digital technology The development of digital technology has opened up great opportunities for Generation Z to enter the world of entrepreneurship, especially through digital platforms such as social media and e-commerce. However, there are still gaps in terms of financial literacy, digital literacy, and self-efficacy that can affect entrepreneurial interest. This study aims to analyze the influence of financial literacy, digital literacy, and self-efficacy on the entrepreneurial interest of Generation Z in Tegal Regency. This study uses a quantitative approach with a purposive sampling technique on 100 Gen-Z respondents. Data collection was carried out through questionnaires and analyzed using descriptive statistical tests, validity tests, reliability, classical assumption tests, and multiple linear regression tests. The results of the study show that simultaneously, financial literacy, digital literacy, and self-efficacy have an effect on Gen-Z's entrepreneurial interest. However, partially, only digital literacy has a significant effect on entrepreneurial interest, while financial literacy and self-efficacy have no significant effect. These findings show that digital capabilities are a key factor in shaping entrepreneurial interest among the younger generation. The practical implication of this study is the importance of improving digital literacy through targeted training and education. This research also has limitations, namely data collection that is only done online. Therefore, follow-up research is recommended to involve more varied methods of data collection, such as interviews and observations

This is an open-access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



#### Corresponding Author:

Desi Maola Ayu Saputri

Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Hukum, Universitas Bima Sakapenta, Indonesia

Email: [desi.lala01@gmail.com](mailto:desi.lala01@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa pengaruh signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan kewirausahaan. Di era digital ini, peluang untuk menjadi wirausaha semakin luas dan tidak lagi terbatas pada usaha konvensional. Kemunculan platform daring seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi mobile memberikan berbagai kemudahan bagi

siapa pun yang ingin memulai usaha, termasuk generasi muda. Generasi Z, yang dikenal sebagai digital natives, memiliki keunggulan dalam hal adopsi teknologi karena sejak awal telah terbiasa berinteraksi dengan perangkat digital. Mereka memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk konsumsi konten, tetapi juga untuk promosi dan pemasaran produk. Berdasarkan survei ZenBusiness (2023), sebanyak 93% Gen Z telah mulai mengeksplorasi kepemilikan bisnis, dengan 84% di antaranya menyatakan bahwa jalur kewirausahaan lebih menarik dibandingkan 12 pilihan karier lainnya.

Meskipun memiliki potensi besar dalam memanfaatkan teknologi digital untuk berwirausaha, Generasi Z masih menghadapi tantangan yang cukup signifikan. Salah satunya adalah kesenjangan dalam literasi keuangan dan literasi digital. Banyak di antara mereka belum memiliki pemahaman memadai mengenai manajemen keuangan dasar, seperti perencanaan anggaran, pengelolaan utang, serta investasi yang bijak (Rini & Siregar, 2023). Di sisi lain, meskipun mereka mahir menggunakan media sosial, keterampilan digital yang lebih mendalam seperti keamanan siber, etika digital, dan pemanfaatan teknologi untuk efisiensi bisnis belum banyak dimiliki (Kemenkominfo, 2023). Tantangan lainnya adalah rendahnya tingkat *self-efficacy* atau keyakinan diri dalam menjalankan usaha. Hal ini menjadi penghambat ketika mereka dihadapkan pada risiko, tekanan kompetitif, dan ketidakpastian dalam dunia usaha yang dinamis (Nugroho & Wibowo, 2022). Oleh karena itu, penting untuk memahami sejauh mana ketiga aspek tersebut memengaruhi minat berwirausaha generasi muda.

Secara nasional, tingkat literasi keuangan dan digital masih berada pada kategori sedang. Survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan nasional berada pada angka 49,68%. Sementara itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika mencatat indeks literasi digital nasional sebesar 3,54 dari skala 1–5 pada tahun yang sama (Kemenkominfo, 2022). Meskipun belum tersedia data spesifik untuk Kabupaten Tegal, kondisi tersebut mencerminkan perlunya peningkatan kapasitas literasi di kalangan generasi muda sebagai fondasi kewirausahaan di era digital.

Secara lokal, Kabupaten Tegal memiliki potensi ekonomi yang besar, khususnya dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seperti industri batik, kuliner, dan agribisnis. Namun demikian, data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024) menunjukkan bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pemuda di Kabupaten Tegal mencapai 7,53%, menjadikannya tertinggi keempat di Provinsi Jawa Tengah. Fakta ini menunjukkan adanya ketimpangan antara potensi ekonomi daerah dengan tingkat partisipasi produktif generasi muda, terutama dalam bidang kewirausahaan. Perbandingan ini menggarisbawahi pentingnya intervensi strategis yang menasar penguatan literasi keuangan, literasi digital, dan *self-efficacy* untuk mendorong keterlibatan pemuda dalam kegiatan ekonomi yang berkelanjutan.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini menjadi relevan untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan, literasi digital, dan *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha Generasi Z, khususnya di Kabupaten Tegal. Secara teoritis, penelitian ini bertujuan memperkaya kajian mengenai determinan minat berwirausaha dengan pendekatan multidimensi. Literasi keuangan dan digital diposisikan sebagai modal sosial-teknologis yang penting dalam era transformasi digital (Fauzi & Amin, 2023), sementara *self-efficacy* menjadi representasi dari modal psikologis yang mendasari keyakinan dan keberanian individu dalam mengambil keputusan kewirausahaan (Bandura, 2023).

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perumusan program pelatihan kewirausahaan yang lebih terintegrasi dan kontekstual. Salah satu program yang relevan adalah “Fin-TechPreneur Bootcamp” yang saat ini sedang dikembangkan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Tegal. Program ini dirancang untuk membekali generasi muda dengan kombinasi keterampilan finansial, teknologi, serta *mindset* kewirausahaan. Temuan dari penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk menyusun kurikulum dan strategi pelatihan yang lebih responsif terhadap kebutuhan lokal serta berbasis data.

Lebih lanjut, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi lembaga-lembaga seperti OJK, Kemenkominfo, serta Kementerian Koperasi dan UKM dalam menyusun kebijakan edukasi literasi dan penguatan kapasitas kewirausahaan yang lebih tepat sasaran. Simulasi dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Tegal menunjukkan bahwa peningkatan rasio wirausaha muda sebesar 1% dapat menciptakan sekitar 3.000 lapangan kerja baru dalam lima tahun ke depan (DPMPTSP Tegal, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memiliki signifikansi

akademis, tetapi juga potensi besar dalam mendorong pembangunan ekonomi daerah secara berkelanjutan melalui pemberdayaan generasi muda.

## KAJIAN TEORI

### Theory of Planned Behavior dan Minat Berwirausaha Generasi Z

Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) sebagai kerangka utama untuk menjelaskan terbentuknya minat berwirausaha. TPB menyatakan bahwa niat merupakan prediktor langsung dari perilaku, dan niat tersebut terbentuk dari tiga komponen utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol atas perilaku.

Sikap terhadap perilaku merujuk pada evaluasi positif atau negatif individu terhadap suatu tindakan. Norma subjektif mencerminkan persepsi atas tekanan sosial yang dirasakan, sementara perceived behavioral control menggambarkan sejauh mana individu merasa mampu melaksanakan perilaku tersebut.

Minat berwirausaha dianggap sebagai niat untuk memulai usaha. Literasi keuangan dan literasi digital memengaruhi sikap dan kontrol perilaku dengan menyediakan pengetahuan dan keterampilan praktis yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis. Pengetahuan finansial dan kemampuan digital yang memadai memperkuat persepsi individu bahwa mereka mampu dan siap menghadapi tantangan kewirausahaan.

Self-efficacy, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya sendiri, memiliki peran penting dalam memperkuat perceived behavioral control. Semakin tinggi self-efficacy, semakin besar kemungkinan individu merasa mampu mengelola risiko dan kompleksitas dalam dunia usaha.

TPB relevan digunakan dalam penelitian ini karena mampu mengintegrasikan faktor psikologis dan sosial dalam menjelaskan niat berwirausaha, terutama pada Generasi Z yang sangat terpapar pengaruh digital dan lingkungan sosial. Dengan pendekatan ini, hubungan antara literasi keuangan, literasi digital, self-efficacy, dan minat berwirausaha dapat dijelaskan secara sistematis dan kontekstual.

### Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha mencerminkan kecenderungan psikologis seseorang untuk memulai dan mengelola usaha secara mandiri. Minat ini tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil dari proses kognitif yang melibatkan motivasi intrinsik, persepsi terhadap peluang, serta kesiapan menghadapi risiko dan ketidakpastian. Menurut Ajzen (1991) dan Bird (1988), minat terbentuk dari interaksi antara sikap positif terhadap wirausaha, nilai-nilai pribadi, dan keyakinan bahwa tindakan tersebut akan membawa hasil yang diinginkan. Dalam konteks Generasi Z, minat berwirausaha kerap dipicu oleh keinginan akan kebebasan kerja, kreativitas, dan akses digital terhadap peluang bisnis.

### Literasi Keuangan

Literasi keuangan merujuk pada kapasitas individu dalam memahami konsep dasar ekonomi dan keuangan serta menerapkannya dalam pengambilan keputusan sehari-hari. Dalam praktik kewirausahaan, pemahaman ini menjadi landasan dalam menyusun strategi keuangan yang sehat—mulai dari budgeting, pengendalian biaya, perencanaan investasi, hingga manajemen risiko. Huston (2010) dan OECD (2020) menegaskan bahwa rendahnya literasi keuangan sering kali menjadi penyebab utama kegagalan usaha mikro dan rintisan. Bagi Generasi Z, literasi keuangan menjadi kunci untuk menciptakan model bisnis yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan ekonomi.

### Literasi Digital

Literasi digital tidak hanya soal kemampuan teknis dalam menggunakan teknologi, tetapi juga mencakup kecakapan berpikir kritis dalam memilah informasi digital, beradaptasi dengan platform baru, dan menciptakan nilai melalui transformasi digital. Eshet-Alkalai (2004) dan UNESCO (2018) melihat literasi ini sebagai kompetensi penting dalam abad ke-21, terutama dalam lanskap kewirausahaan yang didorong oleh teknologi. Bagi Generasi Z, yang tumbuh dalam ekosistem digital, literasi ini menjadi

sumber daya strategis untuk membangun identitas merek, menjangkau pasar secara daring, dan menciptakan keunggulan kompetitif berbasis inovasi digital.

### **Self-Efficacy**

Self-efficacy adalah persepsi individu atas kemampuannya untuk mengatur dan mengeksekusi tindakan dalam mencapai tujuan spesifik (Bandura, 1977). Dalam konteks kewirausahaan, self-efficacy berfungsi sebagai motor penggerak yang membentuk kepercayaan diri untuk mengambil risiko, ketekunan dalam menghadapi kegagalan, dan inisiatif untuk belajar dari pengalaman. Individu dengan self-efficacy tinggi cenderung lebih proaktif dan resilient dalam merintis usaha, bahkan di tengah ketidakpastian pasar. Bagi Generasi Z yang menghadapi dinamika ekonomi digital, self-efficacy menjadi penentu penting dalam mengubah ide menjadi aksi nyata dan keberhasilan usaha jangka panjang.

## **Pengembangan Hipotesis**

### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Berwirausaha (H1)**

Literasi keuangan mengacu pada kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola keuangan secara bijak. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki pemahaman yang baik mengenai pengelolaan modal, perencanaan keuangan, hingga risiko usaha. Hal ini penting dalam konteks kewirausahaan, karena calon wirausahawan dituntut untuk mampu mengatur keuangan bisnis mereka secara efektif. Penelitian yang dilakukan oleh Firdausi, *et al* (2023), menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan positif dengan berwirausaha. Oleh karena itu, literasi keuangan dapat menjadi faktor yang mendorong generasi Z untuk memiliki keberanian dan kesiapan dalam memulai usaha.

**H1 : Terdapat pengaruh antara literasi keuangan terhadap minat berwirausaha Gen-Z di Kabupaten Tegal.**

### **Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha (H2)**

Literasi digital adalah kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif. Di era digital saat ini, kemampuan dalam memanfaatkan media sosial, *e-commerce*, hingga alat digital untuk pemasaran dan pengelolaan usaha sangat krusial. Gen-Z yang dikenal sebagai *digital native* tentu memiliki potensi tinggi untuk memanfaatkan digitalisasi dalam dunia usaha. Beberapa studi menunjukkan bahwa literasi digital dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam memulai bisnis berbasis digital, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan minat berwirausaha. (Hisanan, H., Mahmuddin, M., & Wati, F. W. (2023)

**H2: Terdapat pengaruh antara literasi digital terhadap minat berwirausaha Gen-Z di Kabupaten Tegal.**

### **Pengaruh Self-Efficacy terhadap Minat Berwirausaha (H3)**

*Self-efficacy* merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya untuk menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan. Dalam konteks kewirausahaan, seseorang dengan *self-efficacy* tinggi cenderung memiliki motivasi lebih besar untuk mencoba, bertahan menghadapi tantangan, dan berinovasi. Sopianti, S. *et al.* (2024), menyatakan bahwa *self-efficacy* adalah salah satu prediktor utama perilaku dan pilihan karier, termasuk menjadi wirausahawan. Dengan demikian, *self-efficacy* dapat mendorong Gen-Z untuk memiliki minat yang lebih besar dalam berwirausaha.

**H3: Terdapat pengaruh antara *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha Gen-Z di Kabupaten Tegal.**

### **Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, dan Self-Efficacy secara Simultan terhadap Minat Berwirausaha (H4)**

Secara bersama-sama, literasi keuangan, literasi digital, dan self-efficacy saling melengkapi dalam membentuk kesiapan dan minat seseorang untuk berwirausaha. Literasi keuangan memberikan pondasi perencanaan, literasi digital menyediakan sarana teknologi, dan *self-efficacy* menjadi motivasi internal. Kombinasi ketiganya diyakini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha, terutama di kalangan Gen-Z yang berada dalam lingkungan digital dan kompetitif.

**H4: Terdapat pengaruh secara simultan antara literasi keuangan, literasi digital, dan *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha Gen-Z di Kabupaten Tegal.**

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data berupa angka-angka serta diuji menggunakan analisis statistik deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan satu variabel dependen yaitu minat berwirausaha gen-z di Kabupaten Tegal dan tiga variabel independen yaitu literasi keuangan, literasi digital dan *self-efficacy*.

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuisisioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Instrumen yang digunakan dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala Likert. Sugiyono (2014, hlm. 134) menyatakan bahwa "Skala Likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial". Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuisisioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

Skala Likert:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang ada di Kabupaten Tegal dengan teknik yang digunakan untuk pengambilan sampelnya adalah *purposive sampling* yaitu metode pemilihan sampel, dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian, di samping itu untuk mempermudah dalam menentukan sampel yang mudah ditemui. Responden yang dipilih adalah Generasi Z yang ada di Kabupaten Tegal.

## HASIL PENELITIAN

Hasil dari analisis statistic deskriptif dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1 Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	100	9	35	22,63	4,426
Literasi Digital	100	10	50	33,22	6,648
Self-Efficacy	100	10	50	31,72	8,492
Minat Berwirausaha Gen-Z	100	10	50	25,75	9,080
<b>Valid N (listwise)</b>	<b>100</b>				

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 100 responden, diperoleh gambaran statistik masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Literasi keuangan memiliki nilai minimum 9 dan maksimum 35, dengan rata-rata sebesar 22,63 dan standar deviasi sebesar 4,426. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan responden tergolong sedang dengan variasi data yang relatif rendah.

2. Literasi digital menunjukkan nilai minimum 10 dan maksimum 50, dengan nilai rata-rata 33,22 dan standar deviasi sebesar 6,648. Rata-rata ini mengindikasikan bahwa responden memiliki tingkat literasi digital yang cukup baik dengan sebaran data yang sedang.
3. Self-efficacy memiliki nilai minimum 10 dan maksimum 50, dengan rata-rata 31,72 serta standar deviasi 8,492. Ini menunjukkan bahwa tingkat keyakinan diri responden dalam menghadapi tantangan tergolong tinggi, meskipun terdapat variasi yang cukup besar antar individu.
4. Minat berwirausaha Gen-Z berada pada rentang nilai 10 hingga 50, dengan rata-rata sebesar 25,75 dan standar deviasi 9,080. Nilai ini mengindikasikan bahwa minat berwirausaha pada generasi Z di Kabupaten Tegal berada pada tingkat sedang, dengan variasi yang cukup besar dalam jawaban responden.

### Uji Kualitas Data

#### Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan menggabungkan skor dari setiap pernyataan dengan total skor dari setiap variabel. Jika hasil korelasi lebih kecil dari nilai probabilitas (signifikansi  $< 0,05$ ), maka data yang diperoleh dinyatakan valid. Sebaliknya, jika hasil korelasi lebih besar dari nilai probabilitas (signifikansi  $> 0,05$ ), maka data tersebut dinyatakan tidak valid. Diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi sebesar  $0,00 < 0,005$ , yang berarti bahwa seluruh instrumen penelitian pada setiap variabel adalah valid.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang menunjukkan suatu variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan yang diajukan bersifat konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ , maka kuesioner dinyatakan reliabel.

Nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Literasi Keuangan sebesar 0,654, Literasi Digital sebesar 0,827, *Self-Efficacy* sebesar 0,923, dan Minat Berwirausaha Gen-Z sebesar 0,925  $> 0,60$ , yang berarti seluruh instrumen penelitian pada masing-masing variabel adalah reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Hasil uji normalitas adalah sebagai berikut :

Statistik Uji	Nilai
N	100
Distribusi Uji	Normal
Metode Koreksi	Lilliefors
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,137
Kesimpulan	Data terdistribusi normal

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas yang disajikan pada tabel 2, menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,137 > 0,005$ , sehingga dapat dikatakan bahwa variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal.

#### Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

1 (Constant)		
Literasi Keuangan	.740	1.351
Literasi Digital	.543	1.840
Self-Efficacy	.620	1.612
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Gen-Z		
Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 26 (2025)		

Perhitungan nilai toleransi pada Tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel bebas, yaitu Literasi Keuangan, Literasi Digital dan *Self-Efficacy*, memiliki nilai toleransi lebih besar dari 0,10, serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10,00.

### Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4 Hasil Uji Glejser**

Coefficients		
Model		Sig.
1	(Constant)	.046
	Literasi Keuangan	.092
	Literasi Digital	.342
	Self-Efficacy	.105
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Gen-Z		

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 26 (2025)

Hasil uji Glejser pada Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari ketiga variabel, yaitu variabel independen dan variabel kontrol, lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti tidak terdapat heteroskedastisitas pada semua variabel. Dengan demikian, data layak digunakan untuk mengetahui persepsi etis terhadap penghindaran pajak. Oleh karena itu, untuk merepresentasikan hasil uji heteroskedastisitas, disarankan menggunakan uji Glejser.

### Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.445a	.198	.173	8.260
a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Literasi Digital, Self-Efficacy				
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Gen-Z				

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil pada Tabel 5 di atas, diketahui bahwa nilai adjusted R-square sebesar 0,173. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan, Literasi Digital dan *Self-Efficacy* mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Minat Berwirausaha sebesar 17,3%. Sisanya sebesar 82,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

### Uji Hipotesis

#### Uji F

Hasil Uji F adalah sebagai berikut:

**Tabel 6 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.613.200	3	537.733	7.882	.000b
	Residual	6.549.550	96	68.224		
	Total	8.162.750	99			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Gen-Z  
b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Literasi Digital, Self-Efficacy

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji F di atas, diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 7,882 dan nilai signifikansinya adalah 0,000b. Untuk mencari Ftabel, dengan jumlah sampel ( $n$ ) = 96 dan jumlah variabel ( $k$ ) = 3, maka Ftabel dapat dilihat pada tabel distribusi F dengan tingkat signifikansi 0,05, di mana  $df_1 = (\text{jumlah variabel} - 1) = 3 - 1 = 2$  dan  $df_2 = (n - k - 1) = 100 - 3 - 1 = 96$ . Dengan demikian, diperoleh Ftabel sebesar 2,699. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan, Literasi Digital dan *Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha Gen-Z, dengan hasil pengujian Fhitung > Ftabel ( $7,882 > 2,699$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

#### t-Test

Hasil uji t adalah sebagai berikut :

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.298	4.938		1.073	.286
Literasi Keuangan	-.004	.218	-.002	-.019	.985
Literasi Digital	.516	.169	.378	3.045	.003
Self-Efficacy	.108	.125	.100	.860	.392

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Gen-Z

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel 7, yaitu pengujian secara parsial untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen, maka pembahasan mengenai *t-table* dilakukan melihat jumlah data sampel sebanyak 100. Uji t dilakukan dengan membandingkan *t-hitung* dengan *t-table* pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-k-1$ , yaitu :  $100-3-1=96$  ( $n$  adalah jumlah sample dan  $k$  adalah jumlah variabel independen). Dari pengujian tersebut, diperoleh *t-table* sebesar 1,661. Hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### Literasi Keuangan terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 7, diperoleh nilai signifikansi variabel literasi keuangan sebesar  $0,985 > 0,05$ , yang berarti tidak signifikan. Selain itu, dari hasil perbandingan antara *t-hitung* dan *t-tabel*, diperoleh *t-hitung* sebesar 0,019, sedangkan *t-tabel* sebesar 1,661. Hasil ini menunjukkan bahwa *t-tabel* > *t-hitung* atau  $0,019 < 1,661$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak, yang berarti variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha gen-z di Kabupaten Tegal.

Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, meskipun pengetahuan mengenai keuangan merupakan bekal penting dalam menjalankan usaha, namun pada tahap minat atau niat untuk memulai usaha, Gen-Z cenderung lebih dipengaruhi oleh aspek lain seperti tren digital, dorongan sosial, atau peluang pasar yang terlihat di media sosial. Mereka lebih terdorong oleh motivasi instan dan visualisasi kesuksesan daripada perencanaan keuangan jangka panjang.

Kedua, bisa jadi sebagian besar responden masih berada dalam tahap perencanaan atau eksplorasi ide bisnis, sehingga literasi keuangan belum menjadi kebutuhan utama. Dengan kata lain, pemahaman tentang manajemen keuangan seperti pengelolaan modal, penghitungan risiko, atau proyeksi laba mungkin belum dianggap relevan atau mendesak pada fase awal minat berwirausaha.

Ketiga, adanya kemungkinan bahwa literasi keuangan yang dimiliki oleh responden bersifat teoritis dan belum diimplementasikan secara langsung. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun responden memahami konsep dasar literasi keuangan, pemahaman tersebut belum cukup kuat untuk mendorong tindakan nyata seperti memulai usaha. Selain itu, minat berwirausaha sering kali muncul dari inspirasi dan pengalaman langsung, bukan semata-mata dari pengetahuan finansial.

Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan minat berwirausaha di kalangan Gen-Z tidak cukup hanya melalui edukasi literasi keuangan, melainkan perlu dikombinasikan dengan pendekatan praktis dan inspiratif yang relevan dengan karakteristik generasi muda di era digital.

### **Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z**

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 7, diperoleh nilai signifikansi variabel literasi digital sebesar 0,003 < 0,05 (nilai signifikansi). Selain itu, dari hasil perbandingan antara t-hitung dan t-tabel, diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,045, sedangkan t-tabel sebesar 1,661. Hasil ini menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel yaitu 3,045 > 1,661. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang berarti secara parsial variabel literasi digital berpengaruh terhadap minat berwirausaha gen-z di Kabupaten Tegal.

Hal ini disebabkan karena generasi ini dikenal sebagai *digital natives* yang tumbuh dalam lingkungan serba teknologi. Kemampuan untuk memahami, mengakses, dan memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial, *e-commerce*, aplikasi keuangan, serta platform digital lainnya menjadi modal penting dalam membangun dan mengelola bisnis secara mandiri.

Kemudahan teknologi memungkinkan Gen-Z untuk mengembangkan usaha dengan biaya rendah, jangkauan pasar yang luas, serta fleksibilitas waktu dan tempat. Dengan tingkat literasi digital yang baik, Gen-Z cenderung lebih percaya diri dan terdorong untuk memulai bisnis karena mereka merasa mampu mengelola aspek digital dari kewirausahaan, seperti pemasaran online, pembayaran digital, hingga customer service berbasis aplikasi.

Literasi digital juga memperluas akses informasi dan inspirasi kewirausahaan. Gen-Z dapat dengan cepat mempelajari strategi bisnis, tren pasar, dan kisah sukses wirausahawan muda melalui berbagai kanal digital, yang kemudian meningkatkan motivasi dan minat mereka untuk berwirausaha. Semakin tinggi literasi digital yang dimiliki oleh Gen-Z, maka semakin besar pula minat mereka untuk terjun ke dunia kewirausahaan, karena mereka merasa mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana membangun bisnis yang efektif, efisien, dan inovatif.

### **Self-Efficacy terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z**

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 7, diperoleh nilai signifikansi variabel *self-efficacy* sebesar 0,392 > 0,05 (nilai signifikansi). Selain itu, dari hasil perbandingan antara t-hitung dan t-tabel, diperoleh nilai t-hitung sebesar 0,860, sedangkan t-tabel sebesar 1,661. Hasil ini menunjukkan bahwa t-hitung < t-tabel, yaitu 0,860 < 1,661. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak, yang berarti secara parsial variabel *self-efficacy* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha gen-z di Kabupaten Tegal.

Hal ini bisa terjadi karena meskipun *self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas atau menghadapi tantangan, merupakan faktor penting dalam banyak aspek psikologis, namun pada konteks Gen-Z, faktor lain seperti dukungan sosial, kesempatan pasar, dan literasi digital mungkin lebih dominan dalam membentuk minat berwirausaha.

Selain itu, Gen-Z cenderung dipengaruhi oleh lingkungan eksternal dan kondisi ekonomi yang lebih kompleks, sehingga rasa percaya diri pribadi saja (*self-efficacy*) tidak cukup untuk mendorong mereka mengambil keputusan untuk berwirausaha. Mereka mungkin juga merasa memiliki kemampuan, tapi terbentur oleh faktor lain seperti modal, akses jaringan, atau ketidakpastian pasar yang lebih besar. Meskipun Gen-Z memiliki tingkat *self-efficacy* yang baik, faktor tersebut tidak secara langsung mempengaruhi minat mereka untuk berwirausaha. Faktor-faktor eksternal dan kontekstual seperti literasi digital dan lingkungan sosial lebih menentukan minat berwirausaha pada generasi ini.

## PENUTUP

Berdasarkan analisis terhadap literasi keuangan, literasi digital dan *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha gen-z di Kabupaten Tegal, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan tabel ANOVA, literasi keuangan, literasi digital dan *self-efficacy* secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha gen-z. Namun, berdasarkan tabel koefisien, dapat disimpulkan bahwa secara parsial Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z, Literasi Digital berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z, *self-efficacy* tidak berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z.

Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah bahwa penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kerangka teoritis kewirausahaan dengan menyoroti peran sentral literasi digital, serta mengajak para peneliti untuk lebih fokus mempelajari bagaimana aspek digital memengaruhi perilaku kewirausahaan di masa depan.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan kemampuan literasi digital di kalangan generasi muda, khususnya bagi mereka yang berminat untuk memulai usaha. Pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan organisasi terkait dapat mengembangkan program pelatihan dan workshop yang fokus pada penguasaan teknologi digital, seperti penggunaan media sosial, pemasaran digital, dan *e-commerce*. Dengan meningkatnya literasi digital, diharapkan generasi Z lebih siap dan termotivasi untuk berwirausaha secara efektif dan kompetitif di era digital saat ini. Selain itu, pelaku usaha pemula dan komunitas wirausaha muda dapat memanfaatkan teknologi digital sebagai alat utama dalam pengembangan usaha mereka, sehingga dapat meningkatkan peluang kesuksesan dan daya saing bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian, saran dari peneliti adalah agar pihak terkait, seperti pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan pelaku usaha, lebih fokus dalam mengembangkan dan meningkatkan literasi digital di kalangan generasi Z. Hal ini dapat dilakukan melalui penyelenggaraan pelatihan, workshop, dan program pembelajaran yang mengajarkan keterampilan digital yang relevan dengan dunia kewirausahaan. Selain itu, disarankan juga agar penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan sampel dan menggunakan metode pengumpulan data yang lebih beragam, seperti wawancara atau studi kasus, agar dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha generasi Z.

. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Salah satu keterbatasannya adalah pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online, sehingga terdapat kemungkinan bahwa sebagian responden mengisi jawaban secara kurang serius, ragu-ragu, atau sekadar mengisi tanpa memahami pernyataan dengan baik. Hal ini dapat memengaruhi keakuratan dan validitas data yang diperoleh. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya disarankan agar metode pengumpulan data dilengkapi dengan wawancara atau observasi langsung guna memperoleh data yang lebih mendalam dan akurat.

## REFERENSI

- Ainun, et al. (2021). Pengaruh self efficacy peserta didik terhadap minat berwirausaha di kelas XII SMK Nurul Huda Sukaraja. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*, 5(2), 29–35.
- Ani, N., dkk. (2023). Kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas di Kalimantan Barat. *ARMADA Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(10), 1241–1247.
- Bandura, A. (2023). *Self-efficacy: The exercise of control* (Ed. terbaru). Routledge.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Tingkat pengangguran terbuka Kabupaten Tegal tahun 2024*. BPS Kabupaten Tegal.
- Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Tegal. (2024). *Laporan tahunan simulasi ekonomi Kabupaten Tegal*. DPMPSTP Kabupaten Tegal.
- Fauzi, R., & Amin, M. (2023). Digital financial literacy and entrepreneurial intention among youth: A theoretical review. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 23(1), 55–66.

- Firdausi, R. R., Setiyono, W. P., & Sriyono. (2023). Pengaruh literasi keuangan, lingkungan keluarga dan love of money terhadap minat wirausaha Gen Z wilayah Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 8(2).
- Hidayati, dkk. (2023). Pengaruh literasi kewirausahaan dan literasi digital terhadap minat berwirausaha di bidang start-up (Studi pada mahasiswa program studi manajemen konsentrasi kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11(1).
- Hisanan, H., Mahmuddin, M., & Wati, F. W. (2024). Pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 721–728.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). *Survei indeks literasi digital nasional tahun 2022*. Kemenkominfo RI.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2023). *Peta jalan transformasi digital Indonesia 2023–2030*. Kemenkominfo RI.
- Kristianti, N. M., dkk. (2022). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, literasi keuangan, lingkungan keluarga dan love of money terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. *JIMAT Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13(4).
- Kusni Ingsih, S. D., Astuti, F., Riyanto, & Perdana, T. A. (2024). Entrepreneurial competence, entrepreneurial motivation, entrepreneurial self efficacy on entrepreneurial intention: Evidence Gen Z student Indonesia. *Tamansiswa Accounting Journal International*, 12(1).
- Nasri, B. S. (2024). Pengaruh literasi digital dan penggunaan e-commerce terhadap minat berwirausaha digital pada Generasi Z. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3), 305–316.
- Nugroho, R., & Wibowo, A. (2022). The role of self-efficacy in shaping entrepreneurial interest among Gen Z. *Indonesian Journal of Entrepreneurship Research and Studies*, 5(2), 143–153.
- Nur Anita, dkk. (2020). Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha melalui motivasi sebagai variabel intervening. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 6(1), 14–24.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022*. Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia.
- Pranoto, M. Y., dkk. (2025). Pengaruh self-efficacy terhadap minat berwirausaha program kreativitas mahasiswa kewirausahaan (PKM-K) sebagai variabel moderasi. *Journal of Psychosociopreneur*, 4(1), 161–169.
- Rahman, Z. N., dkk. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PAP FKIP UNS. *JIKAP: Jurnal Informasi dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 8(1), 41.
- Rini, D. S., & Siregar, A. (2023). Financial literacy and youth entrepreneurship in the digital age. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Digital*, 7(3), 204–212.
- Salle, H. T., dkk. (2024). Penerapan literasi keuangan dalam menumbuhkan minat berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(10).
- Sopianti, dkk. (2024). Pengaruh efikasi diri kewirausahaan terhadap niat berwirausaha pada Generasi Z di Jawa Barat. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(1).
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (hal. 134). Alfabeta.
- Tanoto, S. R., & Indrastata, R. D. (2025). Entrepreneurial mindset, emotional intelligence, grit, entrepreneurial self efficacy dan entrepreneurial intention generasi Z. *Psychopreneur Journal*, 9(1), 13–28.
- Wulandari, R., Afdal, & Hariko, R. (2024). Literasi digital untuk meningkatkan minat berwirausaha generasi Z. *Risalah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 10(3).
- ZenBusiness. (2023). *Gen Z Entrepreneurship Trends Report 2023*. <https://www.zenbusiness.com/gen-z-entrepreneurship-report/>
- Zevender, P. S. (2024). Pengaruh self efficacy dan kreativitas terhadap minat wirausaha di Indonesia. *SINAU: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Humaniora*, 10(1).