

Pengetahuan Startup Digital dan Sikap Inovatif terhadap Minat Bisnis Digital Mahasiswa

Bunga Maulida*, Ihsan Iskandar, Putri Nurul Aghni, Aprina Rosyada Suneri

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia

Email: ¹*maulidabunga27@gmail.com, ²ihsaniskandains@gmail.com, ³putrinurulaghni@gmail.com,

⁴aprinarosyada905@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengetahuan startup digital dan sikap inovatif terhadap minat membangun bisnis digital pada mahasiswa STIM Sukma Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori. Sampel berjumlah 47 mahasiswa yang dipilih menggunakan purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup skala Likert 1–5 dan dianalisis menggunakan SPSS melalui statistik deskriptif, uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil menunjukkan bahwa pengetahuan startup digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bisnis digital. Sikap inovatif juga berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi prediktor yang relatif lebih dominan. Secara simultan, kedua variabel menjelaskan 52,0% variasi minat membangun bisnis digital. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan pembelajaran startup digital dan budaya inovatif di perguruan tinggi.

Kata Kunci: Startup Digital, Sikap Inovatif, Minat Bisnis Digital, Mahasiswa, SPSS

1. PENDAHULUAN

Transformasi ekonomi digital menciptakan peluang baru bagi mahasiswa untuk tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga pencipta nilai melalui bisnis berbasis digital. Badan Pusat Statistik melaporkan bahwa akses internet penduduk Indonesia pada 2024 mencapai 72,78%, meningkat dari 69,21% pada 2023 [1]. Laporan e-Conomy SEA juga memperkirakan nilai ekonomi digital Indonesia mencapai USD90 miliar pada 2024 dan menjadi yang terbesar di Asia Tenggara [2]. Fakta tersebut memperlihatkan bahwa bisnis digital telah menjadi ruang strategis bagi generasi muda untuk mengembangkan usaha berbasis teknologi.

Peluang digital yang besar belum selalu diikuti oleh minat mahasiswa untuk membangun bisnis digital. Mahasiswa memang akrab dengan media sosial, aplikasi, dan platform daring, tetapi kedekatan tersebut belum tentu menunjukkan kesiapan memahami model bisnis startup, validasi ide, penggunaan teknologi, dan strategi penciptaan nilai. Dalam konteks STIM Sukma Medan, isu ini penting dikaji karena perguruan tinggi bidang manajemen perlu menyiapkan mahasiswa yang mampu mengembangkan ide bisnis digital secara kreatif dan terukur. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengetahuan, pendidikan kewirausahaan digital, dan inspirasi memiliki peran dalam membentuk intensi kewirausahaan digital mahasiswa [3]. Studi lain juga menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan berkaitan dengan pembentukan e-entrepreneurial intention, terutama ketika dihubungkan dengan inovasi teknologi [4]. Namun, sebagian besar kajian masih menekankan pendidikan kewirausahaan, efikasi diri, atau dukungan universitas, sedangkan pengetahuan startup digital dan sikap inovatif belum banyak diuji secara simultan pada konteks institusi lokal.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengetahuan startup digital dan sikap inovatif terhadap minat membangun bisnis digital pada mahasiswa STIM Sukma Medan. Penelitian ini berkontribusi secara teoritis pada pengembangan kajian digital entrepreneurial intention berbasis Theory of Planned Behavior, serta secara praktis memberi masukan bagi kampus dalam merancang pembelajaran kewirausahaan digital, pelatihan startup, dan inkubasi bisnis mahasiswa.

2. TINJAUAN TEORITIS

2.1 Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa intensi individu untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam penelitian ini, minat membangun bisnis digital diposisikan sebagai intensi kewirausahaan digital. Sikap inovatif berhubungan dengan sikap positif terhadap pembaruan, sedangkan pengetahuan startup digital dapat memperkuat persepsi kesiapan mahasiswa dalam memahami dan menjalankan bisnis digital. Model TPB telah banyak digunakan dan diperluas untuk menjelaskan intensi kewirausahaan mahasiswa [5].

2.2 Pengetahuan Startup Digital

Pengetahuan startup digital adalah pemahaman mahasiswa mengenai konsep startup, peluang pasar digital, teknologi, model bisnis, dan contoh startup digital. Pengetahuan ini berperan sebagai modal kognitif yang

membantu mahasiswa memahami cara mengubah ide menjadi peluang usaha. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan lebih baik diperkirakan lebih mampu menilai kelayakan ide, mengenali kebutuhan pasar, dan memahami tahapan awal bisnis digital. Oleh karena itu, pengetahuan startup digital diasumsikan berpengaruh positif terhadap minat membangun bisnis digital.

2.3 Sikap Inovatif

Sikap inovatif merupakan kecenderungan individu untuk terbuka terhadap ide baru, menerima perubahan, memanfaatkan teknologi, dan mencari solusi kreatif. Dalam bisnis digital, inovasi menjadi inti proses penciptaan nilai karena perubahan teknologi dan perilaku konsumen terjadi secara cepat. Mahasiswa yang memiliki sikap inovatif cenderung lebih siap melihat teknologi sebagai peluang bisnis. Oleh karena itu, sikap inovatif diasumsikan berpengaruh positif terhadap minat membangun bisnis digital.

2.4 Kerangka Pikir dan Hipotesis

Kerangka pikir penelitian menempatkan pengetahuan startup digital (X1) dan sikap inovatif (X2) sebagai variabel independen yang memengaruhi minat membangun bisnis digital (Y). Hipotesis penelitian adalah: H1 pengetahuan startup digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membangun bisnis digital; H2 sikap inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membangun bisnis digital; dan H3 pengetahuan startup digital dan sikap inovatif secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membangun bisnis digital.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori. Desain ini dipilih karena penelitian bertujuan menguji pengaruh dua variabel independen terhadap satu variabel dependen secara objektif melalui data numerik. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif STIM Sukma Medan. Sampel penelitian berjumlah 47 responden yang mengisi kuesioner dan dipilih menggunakan purposive sampling. Purposive sampling sesuai digunakan ketika responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian [6].

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert 1–5, yaitu sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Skala Likert digunakan karena sesuai untuk mengukur sikap, persepsi, dan kecenderungan responden secara bertingkat [7]. Variabel pengetahuan startup digital diukur melalui empat item, variabel sikap inovatif melalui empat item, dan variabel minat membangun bisnis digital melalui empat item.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Pengetahuan Startup Digital (X1)	Konsep startup, peluang digital, teknologi startup, contoh startup Indonesia	Likert 1–5
Sikap Inovatif (X2)	Ide baru, keterbukaan teknologi, solusi kreatif, inovasi bisnis	Likert 1–5
Minat Bisnis Digital (Y)	Ketertarikan bisnis digital, pengembangan ide teknologi, kesiapan usaha, karier digital	Likert 1–5

Analisis data dilakukan menggunakan SPSS. Tahapan analisis meliputi statistik deskriptif, uji validitas Pearson Product Moment, uji reliabilitas Cronbach's Alpha, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Model regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan: Y adalah minat membangun bisnis digital, X1 adalah pengetahuan startup digital, X2 adalah sikap inovatif, a adalah konstanta, b1 dan b2 adalah koefisien regresi, serta e adalah error. Pengujian hipotesis menggunakan taraf signifikansi 0,05.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik dan Statistik Deskriptif

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Semester	Frekuensi	Persentase
Semester 2	41	87,23%
Semester 4	2	4,26%
Semester 6	3	6,38%
Semester 8	1	2,13%

Semester	Frekuensi	Persentase
Total	47	100%

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden berasal dari semester 2. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa temuan penelitian terutama menggambarkan persepsi mahasiswa tingkat awal terhadap pengetahuan startup digital, sikap inovatif, dan minat membangun bisnis digital.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	Mean	Std. Deviasi	Kategori
Pengetahuan Startup Digital (X1)	3,78	0,79	Tinggi
Sikap Inovatif (X2)	3,92	0,74	Tinggi
Minat Bisnis Digital (Y)	4,06	0,81	Tinggi

Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh variabel berada pada kategori tinggi. Minat membangun bisnis digital memiliki rata-rata paling tinggi, diikuti sikap inovatif dan pengetahuan startup digital. Pola ini mengindikasikan bahwa responden memiliki kecenderungan positif terhadap bisnis digital, meskipun penguatan pemahaman startup digital tetap diperlukan.

4.2 Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Tabel 4. Ringkasan Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item Valid	Cronbach's Alpha	Keputusan
Pengetahuan Startup Digital (X1)	4 dari 4	0,868	Reliabel
Sikap Inovatif (X2)	4 dari 4	0,861	Reliabel
Minat Bisnis Digital (Y)	4 dari 4	0,889	Reliabel

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai korelasi signifikan pada taraf 0,05, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hasil reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel di atas 0,70, sehingga instrumen dinyatakan konsisten dan layak digunakan dalam analisis regresi.

Tabel 5. Ringkasan Uji Asumsi Klasik

Uji	Hasil	Keputusan
Normalitas	Shapiro-Wilk Sig. 0,757	Normal
Multikolinearitas	Tolerance 0,546; VIF 1,832	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas	Sig. X1 0,698; Sig. X2 0,246	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Tabel 5 menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik. Residual berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas antarvariabel independen, dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi dapat digunakan untuk pengujian hipotesis. Pemeriksaan multikolinearitas penting karena hubungan yang terlalu tinggi antarvariabel bebas dapat mengganggu kestabilan estimasi regresi [8].

4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Regresi Linear Berganda

Model	B	Beta	t	Sig.
Konstanta	0,823	-	1,724	0,092
Pengetahuan Startup Digital (X1)	0,330	0,321	2,267	0,028
Sikap Inovatif (X2)	0,509	0,465	3,285	0,002

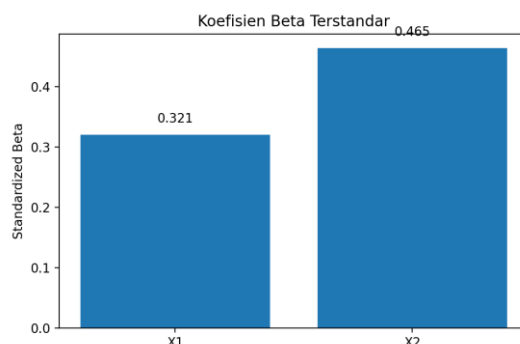
Berdasarkan Tabel 6, persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 0,823 + 0,330X_1 + 0,509X_2 + e$. Koefisien pengetahuan startup digital dan sikap inovatif bernilai positif. Nilai signifikansi X1 sebesar 0,028 dan X2 sebesar 0,002 menunjukkan bahwa kedua variabel berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat membangun bisnis digital.

Tabel 7. Uji F dan Koefisien Determinasi

Indikator	Nilai	Keterangan
F	23,795	Signifikan
Sig.	0,000	H3 diterima
R Square	0,520	52,0% variasi Y dijelaskan oleh X1 dan X2
Adjusted R Square	0,498	Model memiliki daya jelas memadai

Tabel 7 menunjukkan bahwa pengetahuan startup digital dan sikap inovatif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat membangun bisnis digital. Nilai R Square sebesar 0,520 berarti 52,0% variasi minat

membangun bisnis digital dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model seperti efikasi diri, literasi digital, dukungan kampus, pengalaman usaha, dan akses modal.



Gambar 1. Koefisien Beta Terstandar

Gambar 1 memperlihatkan bahwa sikap inovatif memiliki koefisien beta terstandar lebih tinggi daripada pengetahuan startup digital. Artinya, dalam model ini sikap inovatif merupakan prediktor yang relatif lebih dominan dalam menjelaskan minat membangun bisnis digital mahasiswa.

4.4 Pembahasan

Pengaruh positif pengetahuan startup digital menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa tentang konsep startup, peluang pasar, teknologi, dan contoh praktik bisnis digital dapat memperkuat minat untuk membangun usaha digital. Temuan ini mendukung penelitian Wibowo dkk. yang menyatakan bahwa pengetahuan berperan dalam pembentukan intensi kewirausahaan digital mahasiswa [3]. Temuan ini juga sejalan dengan Nguyen dkk. yang menegaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan dapat membentuk e-entrepreneurial intention [4].

Pengaruh positif sikap inovatif menunjukkan bahwa mahasiswa yang terbuka terhadap ide baru, teknologi, dan solusi kreatif memiliki minat lebih tinggi untuk membangun bisnis digital. Dalam perspektif TPB, sikap positif terhadap perilaku merupakan dasar penting pembentukan intensi [5]. Temuan ini juga relevan dengan studi yang menunjukkan bahwa kesiapan mahasiswa terhadap bisnis digital dipengaruhi oleh sikap, efikasi diri, dan pendidikan kewirausahaan [9].

Secara simultan, pengetahuan startup digital dan sikap inovatif saling melengkapi. Pengetahuan memberikan dasar kognitif untuk memahami bisnis digital, sedangkan sikap inovatif mendorong keberanian mencoba ide baru. Implikasi praktisnya, STIM Sukma Medan perlu memperkuat pembelajaran startup digital melalui studi kasus, simulasi model bisnis, proyek digital, kompetisi ide bisnis, dan inkubasi usaha mahasiswa. Dengan strategi tersebut, minat mahasiswa dapat diarahkan menjadi kesiapan dan tindakan kewirausahaan digital.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengetahuan startup digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membangun bisnis digital pada mahasiswa STIM Sukma Medan. Sikap inovatif juga berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi prediktor yang relatif lebih dominan. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan dan mampu menjelaskan 52,0% variasi minat membangun bisnis digital. Temuan ini memperkuat penerapan Theory of Planned Behavior dalam konteks kewirausahaan digital mahasiswa, terutama melalui faktor pengetahuan dan sikap inovatif. Secara praktis, STIM Sukma Medan perlu mengembangkan pembelajaran kewirausahaan digital berbasis praktik, pelatihan startup, kompetisi ide bisnis, mentoring, dan inkubasi usaha mahasiswa. Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah responden yang relatif terbatas dan dominasi mahasiswa semester awal. Penelitian berikutnya disarankan memperluas sampel, menambahkan variabel efikasi diri, literasi digital, dukungan kampus, dan menggunakan model analisis yang lebih kompleks.

REFERENCES

- [1] Badan Pusat Statistik, Statistik telekomunikasi Indonesia 2024. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2025. [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/>
- [2] Google, Temasek, and Bain & Company, e-Conomy SEA 2024: Profits on the rise. Google, 2024. [Online]. Available: <https://economysea.withgoogle.com/>
- [3] A. Wibowo, A. Saptono, B. S. Narmaditya, and R. P. D. Karyaningsih, "Predicting students' digital entrepreneurial intention: The mediating role of knowledge and inspiration," *Dinamika Pendidikan*, vol. 17, no. 1, 2022.

ISSN 2962-7966 (media online)

Vol 4 No 1, Hal: 508-512

- [4] T. T. Nguyen, L. T. Nguyen, and H. T. Nguyen, "The impact of entrepreneurship knowledge on students' e-entrepreneurial intention formation and the moderating role of technological innovativeness," *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, vol. 12, art. 80, 2023, doi: 10.1186/s13731-023-00351-7.
- [5] D. Lihua, "An extended model of the Theory of Planned Behavior: An empirical study of entrepreneurial intention and entrepreneurial behavior in college students," *Frontiers in Psychology*, vol. 12, art. 627818, 2022, doi: 10.3389/fpsyg.2021.627818.
- [6] S. Campbell et al., "Purposive sampling: Complex or simple? Research case examples," *Journal of Research in Nursing*, vol. 25, no. 8, pp. 652–661, 2020, doi: 10.1177/1744987120927206.
- [7] J. K. Höhne, D. Krebs, and S. M. Kühnel, "Measurement properties of completely and end labeled unipolar and bipolar scales in Likert-type questions on income (in)equality," *Social Science Research*, vol. 97, art. 102544, 2021, doi: 10.1016/j.ssresearch.2021.102544.
- [8] R. Salmerón, C. García, and J. García, "Overcoming the inconsistencies of the variance inflation factor: A redefined VIF and a test to detect statistical troubling multicollinearity," *Computational Economics*, 2020.
- [9] T. Wijaya, N. Nurhadi, A. M. Kuncoro, and I. N. Qamari, "Are students ready for digital business? Antecedents of entrepreneurial intentions among Indonesian students using a serial mediation," *Social Sciences & Humanities Open*, vol. 11, art. 101213, 2025.