

ABSTRAK

Pengaruh platform belanja online shopee terhadap minat berwirausaha mahasiswa khususnya di Telkom University. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan antara penggunaan Shopee dan minat berwirausaha, dengan fokus pada generasi muda, khususnya Generasi Z. Melalui pendekatan kuantitatif, data numerik dikumpulkan dari 150 mahasiswa dan analisis statistik dilakukan untuk menemukan solusi praktis. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dirancang secara jelas dan ringkas. Metode kuantitatif ini memanfaatkan teknik survei dengan penyebaran kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini bersifat statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Analisis deskriptif dari penelitian ini menunjukkan bahwa aspek kesadaran keamanan digital memegang peranan penting dalam pemilihan *platform e-commerce*. Skor tertinggi pada kesadaran keamanan digital menunjukkan bahwa pelajar memprioritaskan faktor ini dengan memilih Shopee sebagai platform belanja online mereka, yang juga berkontribusi positif terhadap minat mereka untuk berwirausaha. Hasil utama penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara penggunaan e-commerce melalui Shopee dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Telkom University.

Namun penelitian ini juga mengidentifikasi kurangnya pengetahuan tentang kewirausahaan melalui *e-commerce* di kalangan mahasiswa. Skor terendah untuk item yang mengukur pengetahuan ini menunjukkan bahwa terdapat potensi untuk meningkatkan pendidikan dan pengetahuan terkait kewirausahaan dengan menggunakan *platform e-commerce* seperti Shopee di lingkungan akademis. Secara keseluruhan, setiap peningkatan penggunaan e-commerce Shopee berkorelasi signifikan dengan peningkatan penggunaan *e-commerce* Shopee. minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Telkom University. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Shopee tidak hanya menjadi platform belanja, namun juga menjadi sumber informasi berharga untuk mendukung keinginan berwirausaha mahasiswa. Dengan pengaruhnya yang mencapai lebih dari separuh variabel minat berwirausaha, Shopee memberikan kontribusi yang signifikan terhadap prediksi minat berwirausaha di dunia akademis.

Studi ini juga menyoroti semakin populernya Shopee di kalangan generasi muda, khususnya Gen Z. Faktor-faktor seperti keamanan digital, kemudahan transaksi, dan fitur-fitur inovatif telah membantu membangun reputasi Shopee sebagai pilihan utama untuk belanja online dan memulai usaha kecil di seluruh dunia. dunia di kalangan siswa. Implikasi penelitian ini memberikan landasan yang kokoh bagi lembaga pendidikan dan pengembang *platform e-commerce* untuk meningkatkan pemahaman dan pemanfaatan teknologi guna mendukung kewirausahaan di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan mengenai pengaruh positif Shopee terhadap minat berwirausaha, namun juga menyoroti tantangan dan peluang untuk meningkatkan literasi digital dan kewirausahaan di kalangan mahasiswa, sehingga memberikan kontribusi penting bagi pengembangan strategi pendidikan yang lebih efektif dalam mendukung minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci- *E-commerce*, Minat Berwirausaha, Toko