

ABSTRAK

Proses bisnis sekarang ini menjadi semakin mudah dengan adanya *e-commerce*. Termasuk bagi pengusaha kuliner dapat memanfaatkan Gofood dan Grabfood untuk mendukung usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis beberapa faktor yang memengaruhi minat berwirausaha menggunakan Gofood dan Grabfood di Purwokerto Utara. Variabel dependen yang digunakan yaitu minat berwirausaha. Sedangkan variabel independen yang digunakan yaitu literasi digital, lingkungan keluarga, motivasi dan media sosial. Objek penelitian ini yaitu seluruh UMKM bidang kuliner yang menggunakan *e-commerce* Gofood dan Grabfood di Purwokerto Utara. Metode analisis yang digunakan pada penelitian kali ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil pada penelitian ini terdapat persamaan baik pada Gofood dan Grab menunjukkan variabel lingkungan keluarga dan media sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan pada minat berwirausaha dan variabel motivasi berpengaruh negatif terhadap minat berwirausaha. Pada variabel literasi digital terdapat perbedaan pada Gojek menghasilkan pengaruh positif terhadap minat berwirausaha, sedangkan pada Grabfood menghasilkan tidak adanya pengaruh terhadap minat berwirausaha. Sementara itu, uji simultan baik pada Gofood dan Grabfood diperoleh literasi digital, lingkungan keluarga, motivasi dan media sosial secara bersamaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha menggunakan *e-commerce* pada UMKM bidang kuliner di Purwokerto Utara. Pada uji *independent sample t-test* diperoleh perbedaan nilai rata-rata antara minat berwirausaha menggunakan Gofood dengan Grabfood, dimana minat menggunakan Grabfood jauh lebih tinggi.

Kata kunci: minat berwirausaha, literasi digital, lingkungan keluarga, motivasi, media sosial.

ABSTRACT

The current business process has become increasingly easier with the presence of e-commerce. This is also true for culinary entrepreneurs who can leverage Gofood and Grabfood to support their businesses. This research aims to identify and analyze several factors influencing entrepreneurial interest using Gofood and Grabfood in North Purwokerto. The dependent variable used is entrepreneurial interest, while the independent variables include digital literacy, family environment, motivation, and social media. The research objects are all culinary MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) using Gofood and Grabfood in North Purwokerto. The analysis method employed in this research is quantitative. The data analysis techniques include classical assumption tests, multiple linear regression tests, and hypothesis tests. The results of this research show equations for both Gofood and Grabfood, indicating that the variables of family environment and social media partially have a positive and significant impact on entrepreneurial interest, while the motivation variable has a negative impact on entrepreneurial interest. In the digital literacy variable, there is a difference where Gojek has a positive influence on entrepreneurial interest, while Grabfood shows no influence on entrepreneurial interest. Meanwhile, simultaneous tests on both Gofood and Grabfood indicate that digital literacy, family environment, motivation, and social media collectively have a positive impact on entrepreneurial interest using e-commerce in culinary MSMEs in North Purwokerto. In the independent sample t-test, there is a difference in the average values between entrepreneurial interest using Gofood and Grabfood, with Grabfood showing significantly higher interest.

Keyword: entrepreneurial interest, digital literacy, family environment, motivation, social media