



THE EFFECT OF SOCIAL SUPPORT AND SOCIAL MEDIA USE ON DIGITAL ENTREPRENEURIAL INTENTION WITH SELF-EFFICACY AS A MEDIATING VARIABLE

PENGARUH DUKUNGAN SOSIAL DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DIGITAL DENGAN EFIKASI DIRI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

M Satrio Surya S.¹, Renata Dwi Ananda¹, Meylani Putri¹, Aditiya Yulianto¹,
Kevin Maulana Y.¹, Muhammad Zacky F.¹, Muhammad Zaki P.¹, Ivonne Ayesha²

Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pasundan

Dosen Program Studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung.

E-mail: suryaputra2028@gmail.com¹, renataananda27@gmail.com¹, meylani12putri@gmail.com¹,
aditiyayulianto07@gmail.com¹, kevinmaulanayusuf08@gmail.com¹, zackyfirdaus77@gmail.com¹,
zakipurnomo05@gmail.com¹, drivonneayesha@gmail.com².

ARTICLE INFO

Correspondent

Aditiya Yulianto

aditiyayulianto07@gmail.com

Key words:

Entrepreneurial self-
efficacy, Digital
entrepreneurial intention,
social media, social
support, PLS-SEM

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 1324 – 1341

ABSTRACT

This study aims to examine the effects of social support and perceived social media usage on entrepreneurial self-efficacy and digital entrepreneurial intention among university students. A quantitative research design with Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was employed. The sample consisted of 79 students selected using the Slovin formula. Data were collected through questionnaires and analyzed using SmartPLS version 4.0.9.9. The results indicate that social media usage has a positive and significant effect on entrepreneurial self-efficacy, while self-efficacy significantly influences digital entrepreneurial intention. In contrast, social support does not significantly affect either self-efficacy or digital entrepreneurial intention, and the direct effect of social media on digital entrepreneurial intention is also not significant. The measurement model demonstrates adequate validity and reliability, with R^2 values of 0.701 and 0.753 for entrepreneurial self-efficacy and digital entrepreneurial intention, respectively, while f^2 and Q^2 analyses support the model's predictive relevance. These findings highlight the strategic role of entrepreneurial self-efficacy as a psychological mediator that transmits external influences, particularly social media, into students' intention to engage in digital entrepreneurship. The study implies the need to strengthen social media-based entrepreneurship learning strategies and develop interventions to enhance students' confidence in digital entrepreneurial activities.

Copyright © 2025 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Koresponden Aditiya Yulianto <i>aditiyayulianto07@gmail.com</i> Kata kunci: efikasi diri kewirausahaan, minat berwirausaha digital, media sosial, dukungan sosial, PLS-SEM Website: <i>https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</i> Hal: 1324 – 1341	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dukungan sosial dan persepsi penggunaan media sosial terhadap efikasi diri kewirausahaan serta minat berwirausaha digital mahasiswa. Desain penelitian bersifat kuantitatif dengan pendekatan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Sampel terdiri dari 79 mahasiswa yang ditetapkan menggunakan metode Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SmartPLS versi 4.0.9.9. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri kewirausahaan, sementara efikasi diri secara signifikan memengaruhi minat berwirausaha digital. Sebaliknya, dukungan sosial tidak memberikan pengaruh signifikan baik terhadap efikasi diri maupun minat berwirausaha digital, dan pengaruh langsung media sosial terhadap minat berwirausaha digital juga tidak signifikan. Model pengukuran terbukti valid dan reliabel, dengan R^2 untuk efikasi diri dan minat berwirausaha digital masing-masing sebesar 0,701 dan 0,753, serta analisis f^2 dan Q^2 mendukung relevansi prediktif model. Temuan ini menegaskan peran strategis efikasi diri sebagai mediator psikologis yang mentransmisikan pengaruh faktor eksternal, khususnya media sosial, terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa. Implikasi penelitian mencakup penguatan strategi pembelajaran kewirausahaan berbasis media sosial dan pengembangan program intervensi untuk meningkatkan keyakinan diri mahasiswa dalam berwirausaha digital. <i>Copyright © 2025 JSER. All rights reserved</i>

PENDAHULUAN

Dunia saat ini tengah berada pada puncak transformasi digital yang berlangsung secara masif. Memasuki tahun 2025, integrasi teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), *Internet of Things* (IoT), dan *Big Data* telah mengubah struktur ekonomi global secara fundamental. Transformasi ini melahirkan ekonomi digital, di mana inovasi, kecepatan, dan kemampuan adaptasi menjadi faktor utama dalam menciptakan nilai ekonomi. Zimmerer (2008) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan hasil dari penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah serta mengeksplorasi peluang yang ada di pasar. Dalam konteks ekonomi modern, peluang tersebut tidak lagi terbatas pada pasar fisik, melainkan berkembang pesat pada platform digital yang bersifat lintas ruang dan waktu.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan potensi pasar digital terbesar di Asia Tenggara. Tingginya penetrasi internet dan penggunaan media digital seharusnya menjadi modal utama dalam mendorong lahirnya wirausaha digital baru, khususnya di kalangan generasi muda dan mahasiswa. Namun demikian, kondisi empiris menunjukkan adanya paradoks yang cukup signifikan. Meskipun jumlah pengguna internet terus meningkat, sebagian besar masyarakat masih berperan sebagai konsumen digital, bukan sebagai produsen atau pelaku usaha. Mengacu pada pandangan Sugiyono (2019), penelitian ilmiah berangkat dari adanya kesenjangan antara kondisi

ideal (das sollen), yaitu harapan akan generasi muda yang mandiri dan inovatif, dengan kondisi aktual (das sein), yakni masih rendahnya minat nyata untuk memulai usaha digital akibat berbagai hambatan psikologis dan lingkungan.

Salah satu faktor eksternal yang dinilai berperan penting dalam membentuk minat berwirausaha digital adalah penggunaan media sosial. Pada tahun 2025, media sosial telah berevolusi dari sekadar sarana komunikasi menjadi ekosistem ekonomi digital yang kompleks melalui berbagai fitur social commerce. Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten buatan pengguna (user-generated content). Paparan terhadap konten kewirausahaan, kisah sukses pelaku usaha digital, serta kemudahan akses pasar melalui media sosial secara teoritis dapat meningkatkan ketertarikan individu untuk berwirausaha. Namun, tanpa pemahaman dan kesiapan yang memadai, media sosial juga berpotensi menimbulkan persepsi yang bias dan ekspektasi yang tidak realistis terhadap dunia usaha.

Selain faktor teknologi, aspek sosial juga memiliki peran yang tidak kalah penting dalam membentuk minat berwirausaha digital. Dukungan sosial menjadi elemen krusial, khususnya bagi mahasiswa yang berada pada fase transisi menuju kemandirian ekonomi. Sarafino dan Smith (2014) menjelaskan bahwa dukungan sosial mencakup perhatian, kenyamanan emosional, serta penghargaan yang diterima individu dari lingkungan sekitarnya, baik keluarga, teman sebaya, maupun institusi pendidikan. Dukungan sosial yang memadai dapat memberikan rasa aman dan kepercayaan diri bagi mahasiswa untuk berani mengambil risiko dalam memulai usaha digital yang sarat dengan ketidakpastian.

Meskipun demikian, pengaruh media sosial dan dukungan sosial tidak selalu secara langsung mendorong munculnya minat berwirausaha. Terdapat faktor internal yang berperan sebagai mekanisme psikologis penghubung, yaitu efikasi diri. Berdasarkan Social Cognitive Theory yang dikemukakan oleh Bandura (1997), perilaku manusia dibentuk melalui interaksi antara faktor personal, lingkungan, dan perilaku itu sendiri. Efikasi diri kewirausahaan merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengorganisasi dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai keberhasilan usaha. Boyd dan Vozikis (1994) menegaskan bahwa efikasi diri merupakan mediator penting yang menjembatani pengaruh faktor eksternal terhadap niat dan perilaku kewirausahaan. Tanpa efikasi diri yang kuat, dukungan sosial dan kemudahan teknologi hanya akan menjadi potensi yang tidak terealisasi secara optimal.

Kompleksitas hubungan antarvariabel yang melibatkan pengaruh langsung dan tidak langsung menuntut penggunaan metode analisis yang mampu menangani model struktural secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Menurut Hair, Ringle, dan Sarstedt (2021), PLS-SEM merupakan metode yang efektif untuk menjelaskan varians konstruk dependen serta sesuai digunakan dalam pengujian teori yang masih berkembang dan data dengan karakteristik distribusi yang beragam.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dukungan sosial dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui efikasi diri kewirausahaan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini juga dilaksanakan dalam konteks pembelajaran Mata Kuliah Statistik Ekonomi dan Bisnis, sehingga menekankan pada penerapan analisis PLS-SEM secara empiris oleh mahasiswa, termasuk

pemahaman terhadap proses analisis, interpretasi hasil, serta diskusi kritis terhadap temuan penelitian. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian kewirausahaan digital sekaligus memperkuat kompetensi analitis mahasiswa dalam penelitian ekonomi dan bisnis.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan **pendekatan kuantitatif** dengan metode *explanatory research*, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antarvariabel melalui pengujian hipotesis. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pengaruh dukungan sosial dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha digital, baik secara langsung maupun melalui efikasi diri kewirausahaan sebagai variabel mediasi. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menjelaskan pola hubungan sebab-akibat antarvariabel secara objektif dan terukur (Sugiyono, 2019).

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah **seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2023, Universitas XYZ** yang berjumlah **363 mahasiswa**. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan **rumus Slovin**, dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar **10% (0,1)**. Rumus Slovin digunakan ketika populasi diketahui dan peneliti menghendaki tingkat ketelitian tertentu dalam penarikan sampel (Umar, 2019). Tingkat kesalahan 10% dipilih dengan mempertimbangkan keterbatasan populasi, sifat eksploratif penelitian, serta kesesuaian dengan analisis PLS-SEM yang tidak menuntut ukuran sampel besar.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{363}{1 + 363(0,1)^2} = 78,40$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 78,40 responden, yang kemudian dibulatkan ke atas menjadi 79 responden untuk menghindari kekurangan data dan meningkatkan kelengkapan informasi yang diperoleh. Penentuan jumlah sampel tersebut menggunakan rumus Slovin karena jumlah populasi diketahui secara pasti dan peneliti menghendaki tingkat kesalahan tertentu.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan metode simple random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel penelitian (Sugiyono, 2019). Dengan teknik ini, sampel yang diperoleh diharapkan mampu merepresentasikan karakteristik populasi secara objektif dan meminimalkan bias dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan menggunakan **kuesioner terstruktur** yang disusun dalam bentuk **Google Form** dan disebarluaskan secara daring kepada responden. Penggunaan kuesioner daring dipilih karena efisiensi waktu, kemudahan akses, serta kesesuaian dengan karakteristik responden yang merupakan mahasiswa digital native. Setiap pernyataan diukur menggunakan **skala Likert 5 poin**, dengan kriteria sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju,
2 = Tidak Setuju,
3 = Netral,
4 = Setuju,
5 = Sangat Setuju.

Variabel Penelitian dan Instrumen

Penelitian ini melibatkan empat variabel utama, yaitu:

1. **Dukungan Sosial (DS)** sebagai variabel independen, diukur melalui lima indikator yang mencerminkan dukungan dari keluarga, teman, dosen, dan lingkungan kampus.
2. **Penggunaan Media Sosial (PMS)** sebagai variabel independen, diukur melalui lima indikator yang mencerminkan pemanfaatan media sosial dalam pencarian ide bisnis, pembelajaran, dan promosi.
3. **Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK)** sebagai variabel mediasi, diukur melalui lima indikator yang menggambarkan keyakinan individu terhadap kemampuan berwirausaha digital.
4. **Minat Berwirausaha Digital (MBD)** sebagai variabel dependen, diukur melalui lima indikator yang mencerminkan ketertarikan, niat, dan rencana memulai usaha digital.

Seluruh indikator disusun berdasarkan kajian literatur yang relevan dan disesuaikan dengan konteks mahasiswa.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan metode **Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)** dengan bantuan perangkat lunak **SmartPLS**. Metode ini dipilih karena mampu menguji hubungan struktural yang kompleks, melibatkan variabel mediasi, serta tidak mensyaratkan distribusi data normal (Hair, et al, 2021). Tahapan analisis data meliputi:

1. **Evaluasi Model Pengukuran (Measurement Model)**

Meliputi uji:

- Validitas konvergen (outer loading dan AVE),
- Reliabilitas konstruk (Cronbach's Alpha dan Composite Reliability),
- Validitas diskriminan.

2. **Evaluasi Model Struktural (Structural Model)**

Meliputi:

- Nilai koefisien determinasi (R-square),
- Path coefficient untuk menguji pengaruh langsung,
- Pengujian signifikansi jalur melalui **bootstrapping**.

3. **Uji Mediasi (Indirect Effect)**

Untuk mengetahui peran efikasi diri kewirausahaan dalam memediasi pengaruh dukungan sosial dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha digital.

Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual dalam penelitian ini disusun untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel yang diuji dalam konteks minat berwirausaha digital mahasiswa. Model penelitian ini mengintegrasikan faktor individual dan faktor lingkungan sebagai determinan utama yang memengaruhi pembentukan minat berwirausaha digital, baik secara langsung maupun melalui mekanisme psikologis internal.

Secara konseptual, **dukungan sosial (DS)** dan penggunaan **media sosial (PMS)** diposisikan sebagai **variabel eksogen**, yang merepresentasikan faktor eksternal yang berpotensi memengaruhi kesiapan dan ketertarikan mahasiswa dalam berwirausaha digital. Dukungan sosial mencerminkan peran lingkungan terdekat, seperti keluarga, teman, dan institusi, dalam memberikan dorongan, motivasi, serta sumber daya non-material. Sementara itu, persepsi terhadap media sosial menggambarkan sejauh mana mahasiswa memandang media sosial sebagai sarana yang efektif, mudah diakses, dan relevan untuk aktivitas kewirausahaan digital.

Selanjutnya, **efikasi diri kewirausahaan (EDK)** ditempatkan sebagai **variabel mediasi**, yang merepresentasikan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, serta menjalankan aktivitas kewirausahaan secara mandiri. Dalam kerangka ini, EDK diasumsikan sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani pengaruh faktor eksternal terhadap outcome kewirausahaan. Dengan kata lain, dukungan sosial dan persepsi terhadap media sosial tidak hanya berpengaruh langsung, tetapi juga membentuk minat berwirausaha digital melalui peningkatan efikasi diri kewirausahaan.

Sebagai variabel endogen utama, **minat berwirausaha digital (MBD)** merefleksikan kecenderungan, keinginan, dan kesiapan mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan berbasis digital. Minat ini dipengaruhi secara langsung oleh dukungan sosial dan persepsi terhadap media sosial, serta secara tidak langsung melalui efikasi diri kewirausahaan. Dengan demikian, model konseptual ini mengasumsikan adanya hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel, yang selanjutnya diuji secara empiris menggunakan pendekatan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

Perumusan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah dikembangkan, penelitian ini mengajukan sejumlah hipotesis untuk menguji hubungan kausal antar variabel laten. Hipotesis dirumuskan untuk mencerminkan pengaruh langsung antar konstruk serta peran efikasi diri kewirausahaan sebagai variabel mediasi dalam model penelitian.

1. Pengaruh Dukungan Sosial terhadap Efikasi Diri Kewirausahaan

Dukungan sosial dipandang sebagai faktor lingkungan yang berperan penting dalam membentuk keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya. Lingkungan sosial yang suportif diyakini dapat meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa dalam menghadapi tantangan kewirausahaan.

H1: Dukungan sosial berpengaruh positif terhadap efikasi diri kewirausahaan mahasiswa.

2. Pengaruh Dukungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha Digital

Selain melalui efikasi diri, dukungan sosial juga diasumsikan mampu memengaruhi minat berwirausaha digital secara langsung, melalui dorongan moral, inspirasi, dan legitimasi sosial terhadap pilihan karier kewirausahaan.

H2: Dukungan sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa.

3. Pengaruh Persepsi Media Sosial terhadap Efikasi Diri Kewirausahaan

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai medium pembelajaran, promosi, dan eksplorasi peluang bisnis. Persepsi positif terhadap media sosial diperkirakan dapat memperkuat keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan berwirausaha digital.

H3: Penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap efikasi diri kewirausahaan mahasiswa.

4. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Digital

Mahasiswa yang memandang media sosial sebagai platform yang efektif dan mudah digunakan cenderung memiliki ketertarikan yang lebih tinggi untuk menjalankan usaha berbasis digital.

H4: Persepsi terhadap media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa.

5. Pengaruh Efikasi Diri Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Digital

Efikasi diri kewirausahaan merefleksikan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan. Semakin tinggi efikasi diri, semakin besar kecenderungan individu untuk memiliki minat berwirausaha digital.

H5: Efikasi diri kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa.

Konteks Pembelajaran

Penelitian ini merupakan **luaran pembelajaran Mata Kuliah Statistik Ekonomi dan Bisnis**, sehingga selain bertujuan menguji hubungan antarvariabel, penelitian ini juga menekankan pada proses pembelajaran mahasiswa dalam menerapkan analisis PLS-SEM, menginterpretasikan hasil pengujian statistik, serta mendiskusikan temuan empiris secara kritis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Karakteristik Responden

Gambaran umum responden dalam penelitian ini dianalisis menggunakan statistik deskriptif terhadap 79 mahasiswa sebagai sampel penelitian. Analisis ini bertujuan untuk memberikan deskripsi awal mengenai karakteristik responden, meliputi jenis kelamin, usia, pengalaman mengikuti kegiatan kewirausahaan, serta status kepemilikan atau perintisan usaha, sehingga dapat memberikan konteks yang jelas dalam menginterpretasikan hasil analisis selanjutnya. Meskipun variabel jenis kelamin, pengalaman kewirausahaan, dan status usaha bersifat kategorikal, statistik deskriptif numerik tetap disajikan untuk memberikan gambaran ringkas distribusi data, dengan interpretasi difokuskan pada proporsi dominan responden, bukan pada nilai statistik parametrik. Hasil analisis disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Mean	Median	Modus	Std. Deviasi	Skewness	Kurtosis	Min	Maks
1	Jenis Kelamin	1,54	2	2	0,50	-0,18	-2,02	1	2
2	Usia	2,04	2	2	0,52	1,20	5,17	1	4
3	Pernah Mengikuti Mata Kuliah/Seminar Kewirausahaan	1,20	1	1	0,40	1,51	0,28	1	2
4	Memiliki/Sedang Merintis Usaha	1,57	2	2	0,50	-0,29	-1,97	1	2

Sumber: Hasil olah data dengan primer dengan program excel (2025)

1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil statistik deskriptif, rata-rata (mean) jenis kelamin responden sebesar 1,54 dengan median dan modus bernilai 2, yang menunjukkan bahwa

mayoritas responden adalah perempuan. Hal ini mencerminkan komposisi mahasiswa manajemen yang secara umum memang didominasi oleh mahasiswa perempuan. Kondisi ini relevan dengan konteks penelitian kewirausahaan digital, mengingat sejumlah studi menunjukkan bahwa partisipasi perempuan dalam aktivitas kewirausahaan digital cenderung meningkat seiring dengan kemudahan akses teknologi dan fleksibilitas usaha berbasis digital.

2. Usia Responden

Nilai rata-rata usia responden sebesar 2,04 dengan median dan modus berada pada kategori 2, yaitu rentang usia 21–22 tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada fase usia produktif dan transisi menuju dunia kerja. Pada rentang usia ini, mahasiswa umumnya mulai mempertimbangkan pilihan karier, termasuk minat untuk berwirausaha, sehingga kelompok usia ini dinilai relevan sebagai subjek penelitian minat berwirausaha digital.

3. Pengalaman Mengikuti Mata Kuliah atau Seminar Kewirausahaan

Hasil analisis menunjukkan nilai mean sebesar 1,20 dengan median dan modus bernilai 1, yang mengindikasikan bahwa mayoritas responden telah mengikuti mata kuliah atau seminar kewirausahaan. Temuan ini menggambarkan bahwa sebagian besar mahasiswa telah memperoleh paparan awal mengenai konsep dan praktik kewirausahaan. Paparan tersebut berpotensi membentuk pola pikir kewirausahaan, meskipun belum tentu secara langsung mendorong munculnya minat berwirausaha digital secara nyata.

4. Status Kepemilikan atau Perintisan Usaha

Untuk status kepemilikan atau perintisan usaha, nilai rata-rata sebesar 1,57 dengan median dan modus bernilai 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden belum memiliki atau sedang merintis usaha, baik secara offline maupun online. Kondisi ini memperkuat relevansi variabel minat berwirausaha digital dalam penelitian, karena responden masih berada pada tahap intensi atau niat, bukan pada tahap implementasi usaha secara aktual.

Evaluasi Model Pengukuran (Measurement Model)

Sebelum melakukan pengujian hubungan struktural antar konstruk laten, analisis *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) mensyaratkan dilakukannya evaluasi terhadap model pengukuran (measurement model). Tahapan ini bertujuan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian mampu mengukur konstruk laten secara akurat dan konsisten. Hair, Ringle, dan Sarstedt (2021) menegaskan bahwa pengujian model struktural tidak dapat dilakukan secara sah apabila model pengukuran belum memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas yang ditetapkan.

Evaluasi model pengukuran dalam penelitian ini dilakukan terhadap konstruk Dukungan Sosial (DS), Penggunaan Media Sosial (PMS), Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK), dan Minat Berwirausaha Digital (MBD), yang seluruhnya diperlakukan sebagai konstruk reflektif. Mengacu pada rekomendasi Hair et al. (2021) dan Henseler et al. (2015), evaluasi model pengukuran reflektif mencakup tiga aspek utama, yaitu validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk. Validitas konvergen menilai sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk saling berkorelasi tinggi, validitas diskriminan menguji keunikan setiap konstruk dibandingkan konstruk lainnya, sedangkan reliabilitas konstruk menunjukkan konsistensi internal indikator dalam mengukur konstruk laten.

Pengujian validitas konvergen dilakukan melalui nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE), sedangkan reliabilitas konstruk dievaluasi menggunakan

nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Sementara itu, validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria Fornell-Larcker. Seluruh proses evaluasi model pengukuran dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS, sesuai dengan prosedur standar analisis PLS-SEM. Dengan terpenuhinya kriteria evaluasi model pengukuran, maka konstruk laten dalam penelitian ini dinyatakan layak untuk digunakan pada tahap evaluasi model struktural dan pengujian hipotesis selanjutnya.

Pembahasan hasil penelitian tidak hanya difokuskan pada pengujian signifikansi statistik, tetapi juga diarahkan pada interpretasi substantif dan kontekstual sesuai dengan teori kewirausahaan digital dan karakteristik responden penelitian. Mengingat penelitian ini juga merupakan luaran pembelajaran pada mata kuliah Statistik Ekonomi dan Bisnis, hasil analisis dipaparkan secara lebih rinci untuk membantu pemahaman mahasiswa dalam menginterpretasikan temuan empiris, termasuk ketika terdapat hasil yang belum sepenuhnya sejalan dengan teori yang ada. Ringkasan hasil evaluasi konstruk disajikan dalam satu tabel evaluasi model pengukuran (Tabel 2).

Tabel 2. Evaluasi Model Pengukuran

Konstruk	Indikator	Outer Loading	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Dukungan Sosial (DS)	DS1	0.829	0.842	0.886	0.612
	DS2	0.858			
	DS3	0.666			
	DS4	0.695			
	DS5	0.843			
Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK)	EDK1	0.830	0.919	0.939	0.756
	EDK2	0.854			
	EDK3	0.895			
	EDK4	0.895			
	EDK5	0.870			
Minat Berwirausaha Digital (MBD)	MBD1	0.902	0.902	0.928	0.722
	MBD2	0.903			
	MBD3	0.798			
	MBD4	0.707			
	MBD5	0.920			
Penggunaan Media Sosial (PMS)	PMS1	0.862	0.854	0.897	0.639
	PMS2	0.612			
	PMS3	0.816			
	PMS4	0.842			
	PMS5	0.839			

Sumber: Output SmartPLS v.4.0.9.9. (2025)

1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen menunjukkan sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk memiliki tingkat keterkaitan yang tinggi dan benar-benar merepresentasikan konstruk yang sama. Validitas konvergen dievaluasi melalui **nilai outer loading** dan **Average Variance Extracted (AVE)**.

a. Outer Loading

Berdasarkan hasil analisis, seluruh indikator pada konstruk:

- Dukungan Sosial (DS)
- Penggunaan Media Sosial (PMS)
- Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK)
- Minat Berwirausaha Digital (MBD)

memiliki nilai *outer loading* $\geq 0,6$, bahkan sebagian besar berada di atas 0,7. Nilai ini telah memenuhi kriteria minimal yang direkomendasikan dalam penelitian eksploratif dan pembelajaran PLS-SEM. Beberapa indikator menunjukkan nilai *outer loading* mendekati batas minimum (misalnya PMS2 dan DS3). Namun demikian, indikator-indikator tersebut **tetap dipertahankan** karena:

- Nilainya masih berada dalam batas toleransi ($\geq 0,6$),
- Tidak menurunkan nilai AVE konstruk secara keseluruhan,
- Penelitian ini juga memiliki tujuan pedagogis sebagai luaran pembelajaran.

Dengan demikian, secara umum indikator-indikator dalam penelitian ini **telah memenuhi validitas konvergen**.

b. Average Variance Extracted (AVE)

Nilai AVE digunakan untuk menilai proporsi varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk laten. Kriteria yang digunakan adalah **AVE $\geq 0,5$** . Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai AVE:

- Dukungan Sosial (DS) $> 0,5$
- Penggunaan Media Sosial (PMS) $> 0,5$
- Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK) $> 0,7$
- Minat Berwirausaha Digital (MBD) $> 0,7$

Nilai AVE yang relatif tinggi pada konstruk EDK dan MBD mengindikasikan bahwa indikator-indikatornya memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan varians konstruk. Dengan demikian, **seluruh konstruk dalam penelitian ini dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen**.

2. Reliabilitas Konstruk

Reliabilitas konstruk dievaluasi untuk memastikan konsistensi internal indikator dalam mengukur konstruk laten. Dalam PLS-SEM, reliabilitas dinilai menggunakan **Cronbach's Alpha, Composite Reliability (pa dan pc)**. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa:

- Seluruh konstruk memiliki nilai **Cronbach's Alpha $> 0,7$**
- Nilai **Composite Reliability (pc)** juga berada di atas batas minimum 0,7

Hal ini mengindikasikan bahwa indikator-indikator pada masing-masing konstruk memiliki **konsistensi internal yang baik** dan dapat diandalkan dalam pengukuran. Meskipun terdapat nilai reliabilitas yang relatif tinggi pada beberapa konstruk (mendekati atau melebihi 0,9), kondisi ini masih dapat ditoleransi dalam konteks penelitian sosial dan pembelajaran, selama indikator tetap relevan secara konseptual dan tidak menunjukkan redundansi ekstrem.

3. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa suatu konstruk benar-benar berbeda dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lainnya. Evaluasi validitas diskriminan dilakukan menggunakan kriteria **Fornell-Larcker**. Berdasarkan hasil analisis, sebagian besar nilai akar kuadrat AVE pada diagonal konstruk lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk. Meskipun terdapat beberapa nilai korelasi antar konstruk yang relatif tinggi, kondisi ini masih dapat diterima mengingat:

- Konstruk yang diteliti memiliki kedekatan konseptual (misalnya penggunaan media sosial dan efikasi diri),
- Tujuan penelitian juga bersifat aplikatif dan edukatif,
- Model tetap menunjukkan kejelasan arah hubungan struktural.

Dengan demikian, secara keseluruhan **validitas diskriminan model masih dapat diterima**. Dengan kata lain, dapat dinyatakan bahwa hasil evaluasi validitas konvergen, reliabilitas konstruk, dan validitas diskriminan, dapat disimpulkan bahwa **model pengukuran dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria kelayakan (measurement model is acceptable)**. Oleh karena itu, model struktural dan pengujian hipotesis dapat dilanjutkan pada tahap berikutnya.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Setelah model pengukuran (outer model) dinyatakan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, tahap selanjutnya adalah **evaluasi model struktural (inner model)**. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai **kemampuan model dalam menjelaskan varians konstruk endogen**, serta memastikan bahwa hubungan antar konstruk dapat dianalisis secara layak sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Evaluasi model struktural dalam penelitian ini meliputi **nilai koefisien determinasi (R^2)**, **ukuran efek (f^2)**, **relevansi prediktif (Q^2)**, serta **pemeriksaan multikolinearitas melalui Variance Inflation Factor (VIF)**.

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur **sejauh mana konstruk eksogen mampu menjelaskan variasi konstruk endogen** dalam model penelitian. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang semakin mendekati 1 menunjukkan kemampuan prediksi model yang semakin kuat. Menurut Hair et al. (2021), nilai R^2 sebesar **0,75 dikategorikan kuat**, **0,50 moderat**, dan **0,25 lemah**, meskipun interpretasi tetap mempertimbangkan konteks bidang penelitian.

Berdasarkan hasil analisis PLS-SEM, nilai R^2 untuk konstruk **Efikasi Diri Kewirausahaan** menunjukkan bahwa variabel dukungan sosial dan penggunaan media sosial mampu menjelaskan variasi efikasi diri kewirausahaan mahasiswa sebesar **(0,701)**. Sementara itu, nilai R^2 untuk konstruk **Minat Berwirausaha Digital** menunjukkan bahwa dukungan sosial, penggunaan media sosial, dan efikasi diri kewirausahaan secara simultan mampu menjelaskan variasi minat berwirausaha digital sebesar **(0,753)**. Selengkapnya hasil evaluasi R^2 , dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Koefisien Determinasi (R^2)

Konstruk Endogen	R-Square (R^2)	R-Square Adjusted	Kategori
Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK)	0.701	0.693	Moderat-Kuat
Minat Berwirausaha Digital (MBD)	0.753	0.743	Kuat

Sumber: Output SmartPLS v.4.0.9.9. (2025)

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada Tabel 3, nilai R^2 untuk konstruk Efikasi Diri Kewirausahaan sebesar 0,701. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan sosial dan penggunaan media sosial mampu menjelaskan sebesar 70,1% variasi efikasi diri kewirausahaan mahasiswa, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Selanjutnya, nilai R^2 untuk konstruk Minat Berwirausaha Digital sebesar 0,753, yang mengindikasikan bahwa dukungan sosial, penggunaan media sosial, dan efikasi diri

kewirausahaan secara simultan mampu menjelaskan sebesar 75,3% variasi minat berwirausaha digital. Mengacu pada kriteria Hair et al. (2021), nilai R^2 tersebut termasuk dalam kategori kuat (substansial), sehingga dapat disimpulkan bahwa model struktural memiliki daya jelas yang tinggi.

Mengingat penelitian ini merupakan luaran pembelajaran Mata Kuliah Statistik Ekonomi dan Bisnis, hasil koefisien determinasi juga mencerminkan keberhasilan mahasiswa dalam membangun model struktural yang mampu menjelaskan fenomena empiris secara komprehensif.

2. Ukuran Efek (f^2)

Ukuran efek (F^2) digunakan untuk menilai kontribusi masing-masing variabel independen terhadap varians variabel dependen. Mengacu pada Cohen (1988), $F^2 \geq 0,35$ menunjukkan efek besar, $0,15 \leq F^2 < 0,35$ efek sedang, $0,02 \leq F^2 < 0,15$ efek kecil, dan $F^2 < 0,02$ efek sangat kecil atau hampir tidak berpengaruh. Hasil analisis F^2 ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Evaluasi Ukuran Efek (F^2) Jalur Struktural

Jalur	F^2	Interpretasi Efek
DS → EDK	0.007	Efek sangat kecil, DS hampir tidak berkontribusi terhadap EDK
DS → MBD	0.105	Efek kecil, DS memberikan kontribusi terbatas terhadap MBD
EDK → MBD	0.257	Efek sedang, EDK cukup berpengaruh terhadap MBD
PMS → EDK	0.919	Efek sangat besar, PMS dominan mempengaruhi EDK
PMS → MBD	0.056	Efek kecil, PMS hanya memberikan kontribusi terbatas terhadap MBD

Sumber: Output SmartPLS v.4.0.9.9. (2025)

Secara ringkas, media sosial (PMS) memiliki efek **sangat besar** terhadap efikasi diri kewirausahaan (EDK; $f^2 = 0,919$), menunjukkan peran dominan PMS dalam membentuk keyakinan mahasiswa atas kemampuan kewirausahaan mereka. EDK sendiri memiliki efek **sedang** terhadap minat berwirausaha digital (MBD; $f^2 = 0,257$), menandakan bahwa efikasi diri cukup menentukan minat berwirausaha mahasiswa. Dukungan sosial (DS) memberikan efek **sangat kecil** pada EDK ($f^2 = 0,007$) dan efek **kecil** terhadap MBD ($f^2 = 0,105$), sementara pengaruh PMS langsung terhadap MBD juga tergolong kecil ($f^2 = 0,056$).

Secara keseluruhan, analisis F^2 memperlihatkan bahwa **PMS dominan membentuk efikasi diri**, sementara **efikasi diri sendiri cukup berperan membentuk minat berwirausaha digital**, dan pengaruh **DS cenderung kecil**. Hasil ini menegaskan pentingnya memadukan faktor eksternal (media sosial) dan internal (efikasi diri) dalam strategi pengembangan minat berwirausaha digital mahasiswa.

3. Relevansi Prediktif (Q^2)

Relevansi prediktif model diuji menggunakan nilai **Stone-Geisser's Q^2** , yang diperoleh melalui prosedur blindfolding. Nilai Q^2 digunakan untuk menilai **kemampuan model dalam memprediksi data observasi**, di mana nilai Q^2 yang lebih besar dari nol ($Q^2 > 0$) menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik.

Hasil analisis relevansi prediktif (Q^2) ditampilkan pada Tabel 5. Hasil analisis relevansi prediktif (Q^2) ditampilkan pada Tabel 5 dan difokuskan pada konstruk endogen, yaitu Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK) dan Minat Berwirausaha Digital (MBD). Nilai Q^2 masing-masing sebesar 0,518 dan 0,521 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik, karena nilai Q^2 lebih besar dari nol.

Tabel 5. Relevansi Prediktif (Q^2) Model PLS-SEM

Variabel Endogen	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
EDK	395,000	190,303	0.518
MBD	395,000	189,056	0.521

Sumber: Output SmartPLS v.4.0.9.9. (2025)

Sementara itu, konstruk Dukungan Sosial (DS) dan Penggunaan Media Sosial (PMS) tidak disajikan dalam tabel Q^2 karena keduanya merupakan konstruk eksogen murni yang tidak diprediksi oleh konstruk lain dalam model, sehingga secara metodologis tidak dievaluasi relevansi prediktifnya (Hair et al., 2021).

4. Uji Multikolinearitas (VIF)

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan bahwa **tidak terdapat korelasi yang terlalu tinggi antar variabel eksogen** yang dapat mengganggu stabilitas estimasi koefisien jalur dalam model struktural. Multikolinearitas dievaluasi menggunakan nilai **Variance Inflation Factor (VIF)**, di mana nilai VIF yang lebih kecil dari **5,0** (atau lebih konservatif $< 3,3$) menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas (Hair et al., 2021). Hasil uji Multikolinearitas (VIF) untuk penelitian ini disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas (VIF)

Jalur Struktural	VIF
Dukungan Sosial → Efikasi Diri Kewirausahaan	2.243
Dukungan Sosial → Minat Berwirausaha Digital	2.259
Efikasi Diri Kewirausahaan → Minat Berwirausaha Digital	3.344
Penggunaan Media Sosial → Efikasi Diri Kewirausahaan	2.243
Penggunaan Media Sosial → Minat Berwirausaha Digital	4.306

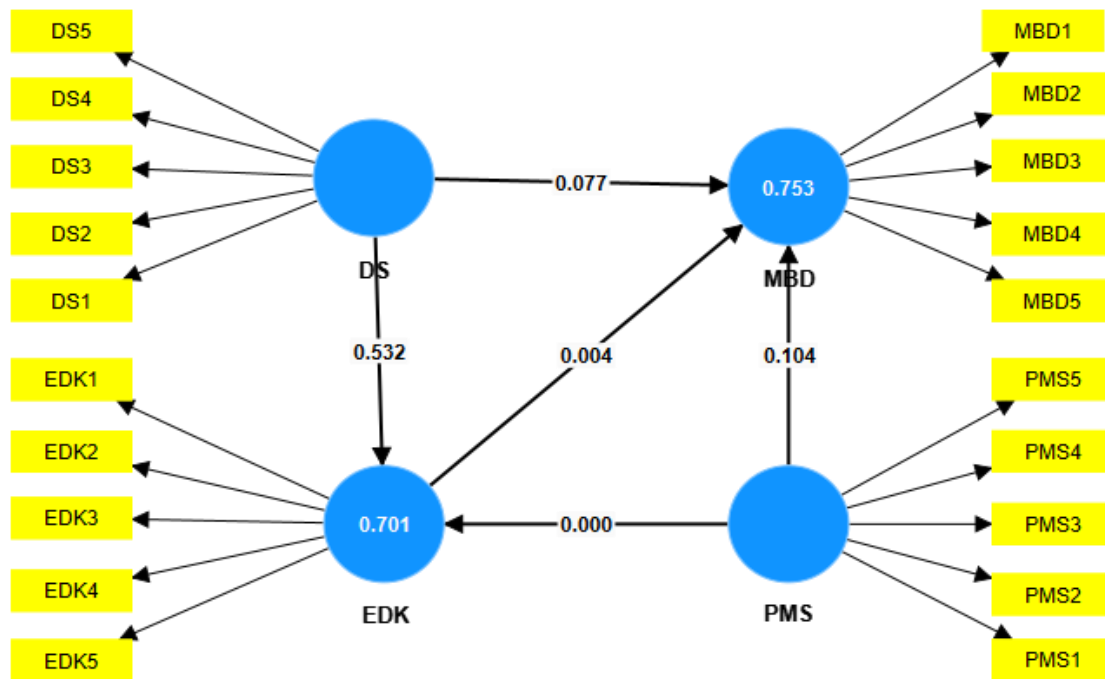
Sumber: Output SmartPLS v.4.0.9.9. (2025)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh nilai Variance Inflation Factor (VIF) berada di bawah batas kritis 5, sebagaimana direkomendasikan oleh Hair et al. (2021). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model struktural terbebas dari masalah multikolinearitas, sehingga hubungan antar konstruk dapat diinterpretasikan secara valid.

Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah mampu membangun model struktural yang memenuhi asumsi dasar dalam analisis PLS-SEM, khususnya terkait dengan tidak ditemukannya masalah multikolinearitas antar konstruk. Hasil ini menegaskan bahwa proses pembelajaran tidak hanya menekankan pada penggunaan perangkat lunak SmartPLS, tetapi juga pada pemahaman konseptual mengenai prasyarat metodologis yang harus dipenuhi agar hasil analisis dapat diinterpretasikan secara valid.

Pengujian Hipotesis (Path Coefficient)

Setelah model pengukuran dan model struktural dinyatakan layak berdasarkan hasil evaluasi validitas, reliabilitas, koefisien determinasi, ukuran efek, relevansi prediktif, serta uji multikolinearitas, tahap selanjutnya adalah pengujian hipotesis. Pengujian signifikansi hubungan antar konstruk dilakukan melalui prosedur bootstrapping dengan 5.000 resampling, di mana hasil pengujian disajikan dalam bentuk grafik. Grafik bootstrapping digunakan untuk memastikan kestabilan estimasi koefisien jalur dan konsistensi hasil pengujian statistik, seperti ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Visualisasi Distribusi Sampel Bootstrapping untuk Menilai Kestabilan Estimasi Koefisien Jalur

Untuk memudahkan pemahaman, hasil pengujian hipotesisi ini, dilakukan pula dengan menganalisis nilai koefisien jalur (*path coefficient*), nilai *t-statistic*, dan *p-value*. Hasil analisis disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis (Path Coefficient)

No	Jalur	Koefisien (β)	t-statistic	p-value	Keputusan
1	Dukungan Sosial → Efikasi Diri	0.068	0.624	0.532	Tidak signifikan
2	Dukungan Sosial → Minat Berwirausaha Digital	0.242	1.769	0.077	Tidak signifikan
3	Efikasi Diri → Minat Berwirausaha Digital	0.461	2.913	0.004	Signifikan
4	Penggunaan Media Sosial → Efikasi Diri Kewirausahaan	0.785	8.170	0.000	Signifikan
5	Penggunaan Media Sosial → Minat Berwirausaha Digital	0.245	1.624	0.104	Tidak signifikan

Keterangan: Signifikansi ditentukan pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$)

Sumber: Output SmartPLS v.4.0.9.9. (2025)

Berdasarkan data hasil pengujian hipotesis pada Tabel 7, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Dukungan Sosial → Efikasi Diri Kewirausahaan

Hasil analisis menunjukkan bahwa dukungan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap efikasi diri kewirausahaan mahasiswa ($\beta = 0,068$; $p = 0,532$). Temuan ini mengindikasikan bahwa keberadaan dukungan dari lingkungan sosial belum tentu secara langsung meningkatkan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya dalam berwirausaha digital. Secara pedagogis, hasil ini menunjukkan bahwa faktor psikologis internal mahasiswa dapat berkembang secara independen dari dukungan eksternal yang dirasakan.

2. Dukungan Sosial → Minat Berwirausaha Digital

Pengaruh dukungan sosial terhadap minat berwirausaha digital juga tidak menunjukkan signifikansi statistik ($\beta = 0,242$; $p = 0,077$). Meskipun koefisien jalur bernilai positif, besarnya pengaruh tersebut belum cukup kuat untuk membentuk minat berwirausaha secara langsung. Hal ini mengindikasikan bahwa dukungan sosial lebih berperan sebagai faktor pendukung tidak langsung dibandingkan sebagai determinan utama minat berwirausaha digital mahasiswa.

3. Penggunaan Media Sosial → Efikasi Diri Kewirausahaan

Sebaliknya, penggunaan media sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri kewirausahaan ($\beta = 0,785$; $p < 0,001$). Temuan ini menunjukkan bahwa intensitas dan kualitas pemanfaatan media sosial mampu meningkatkan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan mereka dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan digital, melalui paparan informasi, role model, dan interaksi ekonomi digital yang tersedia di platform media sosial.

4. Efikasi Diri Kewirausahaan → Minat Berwirausaha Digital

Efikasi diri kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa ($\beta = 0,461$; $p = 0,004$). Hasil ini menegaskan peran sentral efikasi diri kewirausahaan sebagai faktor psikologis yang mendorong munculnya minat berwirausaha. Mahasiswa yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kemampuannya cenderung lebih tertarik untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan digital.

5. Penggunaan Media Sosial → Minat Berwirausaha Digital

Namun demikian, penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap minat berwirausaha digital ($\beta = 0,245$; $p = 0,104$). Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial tidak serta-merta mendorong minat berwirausaha tanpa adanya penguatan faktor internal, khususnya efikasi diri kewirausahaan.

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa efikasi diri kewirausahaan memiliki fungsi strategis dalam proses pembentukan minat berwirausaha digital pada mahasiswa. Konstruk ini bertindak sebagai penghubung psikologis yang mentransmisikan pengaruh faktor-faktor eksternal, seperti dukungan sosial dan penggunaan media sosial, ke dalam niat berwirausaha yang lebih nyata. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konsep self-efficacy memiliki peran mediasi yang signifikan dalam hubungan antara kemampuan digital dan niat berwirausaha digital (digital entrepreneurial intention), yang mencerminkan bahwa keyakinan individu terhadap kompetensinya berfungsi sebagai jalur psikologis penting dalam mentransformasikan kemampuan eksternal menjadi niat berwirausaha (Ta et al., September 2025).

Implikasi Teoritis dan Praktis

Hasil penelitian ini menegaskan peran sentral efikasi diri kewirausahaan sebagai determinan utama minat berwirausaha digital mahasiswa. Temuan ini memperkuat teori kognitif sosial yang menempatkan keyakinan individu terhadap kemampuannya sebagai mekanisme psikologis kunci dalam pembentukan niat kewirausahaan. Selain itu, penggunaan media sosial terbukti berpengaruh kuat terhadap efikasi diri, namun tidak secara langsung terhadap minat berwirausaha digital, yang menunjukkan bahwa pengaruh teknologi bersifat tidak langsung melalui penguatan faktor psikologis internal. Sebaliknya, tidak signifikannya pengaruh dukungan sosial mengindikasikan bahwa dalam konteks kewirausahaan digital mahasiswa, pembentukan minat lebih

dipengaruhi oleh kapasitas personal dibandingkan tekanan atau dukungan sosial eksternal. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya model kewirausahaan digital dengan menegaskan fungsi mediasi efikasi diri dalam menjembatani faktor eksternal dan niat berwirausaha.

Secara praktis, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan minat berwirausaha digital mahasiswa sebaiknya difokuskan pada penguatan efikasi diri kewirausahaan. Perguruan tinggi dan pengelola program kewirausahaan perlu merancang pembelajaran berbasis praktik, studi kasus nyata, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembelajaran aktif, bukan sekadar alat promosi. Media sosial dapat dioptimalkan sebagai ruang eksplorasi peluang bisnis, pembelajaran dari role model digital, dan simulasi kewirausahaan untuk meningkatkan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan berwirausaha. Sementara itu, program yang hanya menekankan dukungan sosial tanpa penguatan kapasitas personal berpotensi kurang efektif dalam menumbuhkan minat berwirausaha digital. Dengan demikian, strategi pengembangan kewirausahaan mahasiswa perlu mengintegrasikan pemanfaatan teknologi digital dan pembentukan efikasi diri secara simultan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan pendekatan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM), dapat disimpulkan bahwa model pengukuran dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria kelayakan metodologis. Seluruh konstruk laten – Dukungan Sosial, Penggunaan Media Sosial, Efikasi Diri Kewirausahaan, dan Minat Berwirausaha Digital – menunjukkan validitas konvergen yang memadai (outer loading dan $AVE \geq 0,5$), reliabilitas konstruk yang baik (Cronbach's Alpha dan Composite Reliability $> 0,7$), serta validitas diskriminan yang dapat diterima berdasarkan kriteria Fornell-Larcker. Dengan demikian, indikator-indikator yang digunakan mampu mengukur konstruk secara akurat dan konsisten, sehingga analisis model struktural dapat dilakukan secara sah.

Evaluasi model struktural menunjukkan bahwa model penelitian memiliki daya jelas dan kemampuan prediksi yang kuat. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel eksogen mampu menjelaskan 70,1% variasi Efikasi Diri Kewirausahaan dan 75,3% variasi Minat Berwirausaha Digital, yang tergolong dalam kategori moderat-kuat hingga kuat. Selain itu, nilai relevansi prediktif (Q^2) yang lebih besar dari nol pada kedua konstruk endogen mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik. Hasil uji multikolinearitas juga menunjukkan tidak adanya masalah korelasi tinggi antar variabel eksogen, sehingga estimasi koefisien jalur dapat diinterpretasikan secara valid.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Efikasi Diri Kewirausahaan, serta Efikasi Diri Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Digital mahasiswa. Sebaliknya, Dukungan Sosial tidak terbukti berpengaruh signifikan baik terhadap Efikasi Diri Kewirausahaan maupun Minat Berwirausaha Digital. Selain itu, Penggunaan Media Sosial juga tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Minat Berwirausaha Digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor eksternal tidak selalu berdampak langsung pada minat berwirausaha, melainkan bekerja melalui mekanisme psikologis internal.

Penelitian ini menegaskan bahwa Efikasi Diri Kewirausahaan memegang peran sentral sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani pengaruh faktor eksternal terhadap Minat Berwirausaha Digital mahasiswa. Media sosial terbukti berfungsi sebagai sarana penting dalam membentuk keyakinan diri kewirausahaan, namun minat berwirausaha digital baru terbentuk secara signifikan ketika mahasiswa memiliki tingkat efikasi diri yang memadai. Temuan ini memberikan implikasi bahwa pengembangan kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa tidak cukup hanya melalui penyediaan dukungan sosial atau akses teknologi, tetapi perlu difokuskan pada penguatan efikasi diri kewirausahaan sebagai fondasi utama pembentukan minat berwirausaha digital.

Saran

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan desain longitudinal, memperluas cakupan responden, serta mengombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Selain itu, penambahan variabel lain yang relevan, seperti literasi digital dan pengalaman kewirausahaan, diharapkan dapat meningkatkan daya jelaskan model penelitian.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain cross-sectional dengan sampel terbatas pada mahasiswa Manajemen angkatan 2023, di Universitas XYZ sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan secara hati-hati. Data diperoleh melalui kuesioner berbasis persepsi, yang berpotensi mengandung bias subjektivitas responden. Selain itu, model penelitian belum mencakup seluruh faktor yang mungkin memengaruhi minat berwirausaha digital, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel dan menggunakan desain longitudinal.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise Of Control*. New York: W.H. Freeman and Company.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). *The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63–77.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 3*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling*. *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115-135.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Sarafino, E. P., & Smith, T. W. (2014). *Health Psychology: Biopsychosocial Interactions* (8th ed.). New York: Wiley.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ta, H. H., Layeghi, G., Delladio, S., Nguyen, V. H. A., & Caputo, A. (September 2025). *Examining the Impact of big Five Personality Traits and Digital Competencies on Digital Entrepreneurial Intention: The mediating role of digital self-efficacy*. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 21, 112. <https://doi.org/10.1007/s11365-025-01143-z>

Umar, H. (2019). Metode Riset Manajemen Perusahaan. Gramedia Pustaka Utama.

Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.