



SOCIAL SUPPORT, SOCIAL MEDIA, AND DIGITAL ENTREPRENEURIAL INTENTION: THE ROLE OF ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY AMONG UNIVERSITY STUDENTS

DUKUNGAN SOSIAL, MEDIA SOSIAL, DAN MINAT BERWIRAUSAHA DIGITAL: PERAN EFIKASI DIRI KEWIRAUSAHAAN PADA MAHASISWA

**Widia Herliani P.¹, Resti Novitasari¹, Apong Qomariatul M.¹, Wahyu Saepudin.¹,
Muhammad Rizqi R.¹, Naufal Imanudin¹, Ivonne Ayesha²**

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pasundan

²Dosen Program Studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung

E-mail: widiaputri7525@gmail.com¹, restinovitaa03@gmail.com¹, apongqm87@gmail.com¹,
wahyusaepudin856@gmail.com¹, rizqiramdhani2005@gmail.com¹, drivonneayesha@gmail.com²

ARTICLE INFO

Correspondent

Apong Qomariatul M
apongqm87@gmail.com

Key words:

social support, social media, self-efficacy, digital entrepreneurial intention, PLS-SEM

Website:

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

Page: 1762 - 1779

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of social support and social media usage on digital entrepreneurial intention among students, with entrepreneurial self-efficacy as a mediating variable. The sample comprised 79 students from the Management Study Program at Universitas Pasundan, class of 2023, selected using purposive sampling. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4.0.9.9. The results indicate that both social support and social media usage positively affect digital entrepreneurial intention, both directly and indirectly through entrepreneurial self-efficacy. Self-efficacy was found to partially mediate the influence of the two exogenous variables on digital entrepreneurial intention. These findings highlight the importance of social support, social media literacy, and self-confidence in enhancing students' interest in digital entrepreneurship. The study provides practical implications for educational institutions in designing learning programs and mentorship for digital entrepreneurial activities.

Copyright © 2025 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL

Koresponden

Apong Qomariatul M
apongqm87@gmail.com

Kata kunci:

dukungan sosial, media sosial, efikasi diri, minat berwirausaha digital, PLS-SEM

Website:

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

Hal: 1762 - 1779

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dukungan sosial dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha digital pada mahasiswa, dengan efikasi diri kewirausahaan sebagai variabel mediasi. Sampel terdiri dari 79 mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pasundan angkatan 2023, yang dipilih menggunakan purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4.0.9.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan sosial dan penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha digital, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui efikasi diri. Efikasi diri terbukti memediasi sebagian pengaruh kedua variabel eksogen terhadap minat berwirausaha digital. Temuan ini menegaskan pentingnya dukungan sosial, literasi media sosial, dan penguatan keyakinan diri dalam meningkatkan minat kewirausahaan digital mahasiswa. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi institusi pendidikan dalam merancang program pembelajaran dan pendampingan kewirausahaan berbasis digital.

Copyright © 2025 JSER. All rights reserved

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan fundamental dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis. Digitalisasi mendorong munculnya berbagai model bisnis baru yang berbasis internet, platform digital, dan media sosial, sehingga mengubah cara individu menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha (Nambisan, 2017). Dalam konteks tersebut, kewirausahaan digital dipahami sebagai aktivitas kewirausahaan yang memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana utama dalam proses penciptaan nilai, inovasi, serta pengelolaan bisnis secara berkelanjutan (Kraus et al., 2019). Model kewirausahaan ini memberikan peluang bagi individu untuk memulai usaha dengan keterbatasan modal, jangkauan pasar yang luas, serta fleksibilitas operasional yang tinggi.

Kewirausahaan digital dipandang sebagai salah satu motor penggerak pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, khususnya bagi generasi muda. Mahasiswa merupakan kelompok yang memiliki tingkat literasi digital tinggi serta kedekatan dengan teknologi dan media sosial, sehingga memiliki potensi besar untuk terlibat dalam kewirausahaan digital (Putra & Sobandi, 2019). Namun demikian, potensi tersebut tidak serta-merta diwujudkan dalam bentuk minat maupun tindakan berwirausaha. Minat berwirausaha digital dipengaruhi oleh berbagai faktor, tidak hanya ketersediaan teknologi, tetapi juga faktor psikologis dan sosial yang membentuk kesiapan individu dalam memasuki dunia usaha (Suryana, 2017).

Salah satu faktor psikologis yang berperan penting dalam membentuk minat berwirausaha adalah efikasi diri. Bandura (1986) menyatakan bahwa efikasi diri merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengorganisasi dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai kinerja tertentu. Dalam

konteks kewirausahaan, efikasi diri mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengenali peluang usaha, mengambil keputusan bisnis, mengelola risiko, serta bertahan menghadapi ketidakpastian dan tantangan usaha (Zhao et al., 2005). Individu dengan efikasi diri yang tinggi cenderung lebih berani mengambil risiko dan memiliki minat yang lebih kuat untuk memulai usaha, termasuk usaha berbasis digital.

Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa efikasi diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh Indarti dan Rostiani (2008) menemukan bahwa efikasi diri merupakan prediktor penting dalam pembentukan intensi kewirausahaan mahasiswa. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian lokal yang menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat efikasi diri yang tinggi memiliki kecenderungan lebih besar untuk berminat pada kewirausahaan, termasuk kewirausahaan digital. Hal ini menunjukkan bahwa efikasi diri merupakan faktor kunci yang perlu diperhatikan dalam pengembangan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

Selain faktor internal, dukungan sosial juga berperan penting membentuk minat dan kesiapan individu untuk berwirausaha. Dukungan sosial yang berasal dari keluarga, teman, maupun lingkungan akademik dapat memberikan dorongan emosional, informasi, serta kepercayaan yang memperkuat keyakinan individu terhadap kemampuannya (Sarafino & Smith, 2014). Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa dukungan sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa, baik secara langsung maupun melalui peningkatan efikasi diri (Adam et al., 2020). Dukungan sosial yang memadai dapat membantu individu mengatasi ketakutan akan kegagalan dan meningkatkan keberanian untuk memulai usaha.

Di era digital, media sosial berperan penting dalam pengembangan kewirausahaan digital, tidak hanya sebagai sarana komunikasi dan pemasaran, tetapi juga sebagai media pembelajaran, inspirasi, serta observasi keberhasilan pelaku usaha lain (Kaplan & Haenlein, 2010). Penelitian empiris menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial meningkatkan minat berwirausaha melalui peningkatan pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri (Rahayu, 2023), memungkinkan mahasiswa memperoleh informasi bisnis cepat, membangun jejaring, serta memvalidasi kemampuan diri melalui interaksi dan umpan balik digital.

Meskipun sejumlah penelitian telah mengkaji pengaruh dukungan sosial, penggunaan media sosial, dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha, sebagian besar studi masih menempatkan variabel-variabel tersebut dalam konteks kewirausahaan konvensional atau menganalisis pengaruhnya secara langsung dan parsial. Penelitian terdahulu cenderung belum menjelaskan mekanisme psikologis yang mendasari bagaimana faktor eksternal, seperti dukungan sosial dan intensitas penggunaan media sosial, dapat terinternalisasi menjadi keyakinan diri yang mendorong minat berwirausaha digital. Selain itu, studi yang secara simultan menguji peran efikasi diri sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara dukungan sosial dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha digital, khususnya pada konteks mahasiswa di Indonesia, masih sangat terbatas. Keterbatasan ini menunjukkan adanya celah penelitian terkait pemahaman proses pembentukan minat berwirausaha digital yang tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan teknologi dan lingkungan sosial, tetapi juga oleh mekanisme psikologis individu sebagai penghubung utama antara faktor eksternal dan intensi berwirausaha.

Fenomena ini terlihat pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung, di mana tingkat minat untuk terlibat dalam kewirausahaan digital

masih bervariasi. Meskipun berbagai mata kuliah, pelatihan, dan kegiatan pendukung telah disediakan, beberapa mahasiswa masih ragu, kurang percaya diri, dan belum memanfaatkan dukungan sosial maupun media sosial secara optimal. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh dukungan sosial dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha digital dengan efikasi diri sebagai variabel mediasi, diharapkan memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan strategi pembelajaran dan pendampingan kewirausahaan di era digital.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori (explanatory research), yang bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan hubungan kausal antarvariabel dalam model penelitian. Pendekatan eksplanatori dipilih karena penelitian ini tidak hanya menggambarkan fenomena, tetapi juga menguji pengaruh dukungan sosial dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa, baik secara langsung maupun melalui efikasi diri kewirausahaan sebagai variabel mediasi (Sekaran & Bougie, 2017).

Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini berfokus pada pengujian hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya. Data yang diperoleh dinyatakan dalam bentuk numerik dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antarvariabel secara objektif dan sistematis (Sugiyono, 2019). Melalui pendekatan ini, pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel dalam konteks kewirausahaan digital dapat diidentifikasi secara empiris dan terukur (Ghozali, 2018).

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pasundan angkatan 2023 yang berjumlah 363 orang. Populasi ini dipilih karena mahasiswa pada angkatan tersebut telah memperoleh pengetahuan dasar manajemen dan kewirausahaan, serta memiliki tingkat keterpaparan yang tinggi terhadap penggunaan media sosial, sehingga relevan dengan konteks penelitian kewirausahaan digital.

Penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin, yang umum digunakan dalam penelitian sosial ketika jumlah populasi diketahui secara pasti dan peneliti menginginkan tingkat presisi tertentu dalam penarikan sampel (Sekaran & Bougie, 2016). Tingkat kesalahan (margin of error) yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 10 persen, yang masih dapat diterima untuk penelitian dengan karakteristik populasi yang relatif homogen (Israel, 1992). Rumus Slovin yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Dengan jumlah populasi sebesar 363 mahasiswa dan tingkat kesalahan 0,1, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

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

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah 78,40 responden. Untuk meningkatkan reliabilitas data serta mengantisipasi

kemungkinan ketidaklengkapan pengisian kuesioner, jumlah sampel kemudian dibulatkan ke atas menjadi 79 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang ditetapkan peneliti agar responden yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian (Sekaran & Bougie, 2017). Adapun kriteria responden dalam penelitian ini meliputi: (1) mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pasundan angkatan 2023, (2) mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial, dan (3) mahasiswa yang memiliki ketertarikan terhadap kewirausahaan digital.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner terstruktur. Kuesioner disusun dan didistribusikan secara daring menggunakan platform Google Form guna mempermudah proses pengumpulan data. Penggunaan kuesioner daring dipilih karena lebih efisien dari segi waktu dan biaya, serta sesuai dengan karakteristik responden yang merupakan mahasiswa dengan tingkat literasi digital yang relatif tinggi.

Setiap pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert lima tingkat untuk mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Skala Likert digunakan karena mampu mengukur sikap, persepsi, dan kecenderungan pendapat responden secara sistematis dan terstruktur (Likert, 1932).

Konseptualisasi Variabel dan Instrumen Penelitian

Penelitian ini melibatkan empat konstruk utama yang saling berhubungan dalam satu kerangka konseptual, yang terdiri atas dua variabel independen, satu variabel mediasi, dan satu variabel dependen. Setiap variabel dikonseptualisasikan secara teoretis dan dioperasionalisasikan ke dalam indikator-indikator terukur yang selanjutnya dituangkan dalam instrumen kuesioner. Penggunaan kuesioner sebagai instrumen penelitian bertujuan untuk menangkap persepsi dan sikap responden secara sistematis sesuai dengan karakteristik penelitian kuantitatif (Sekaran & Bougie, 2017).

Dukungan Sosial (DS) diposisikan sebagai variabel independen pertama yang menggambarkan tingkat bantuan emosional, informasional, dan motivasional yang diterima individu dari lingkungan sosialnya. Dukungan sosial mencakup peran keluarga, teman sebaya, serta lingkungan akademik dalam membentuk keyakinan dan ketertarikan individu terhadap aktivitas kewirausahaan (Sarafino & Smith, 2014). Dalam penelitian ini, dukungan sosial dioperasionalisasikan melalui lima indikator yang merefleksikan dukungan keluarga, teman, dosen, dan lingkungan kampus dalam mendorong minat berwirausaha.

Penggunaan Media Sosial (PMS) merupakan variabel independen kedua yang merepresentasikan tingkat pemanfaatan media sosial oleh responden dalam konteks kewirausahaan digital. Media sosial dipahami sebagai sarana yang memungkinkan individu memperoleh informasi bisnis, membangun jejaring, mengembangkan ide usaha, serta melakukan promosi produk atau jasa secara digital (Kaplan & Haenlein, 2010). Variabel ini diukur melalui lima indikator yang menggambarkan penggunaan media sosial sebagai sumber pembelajaran, inspirasi usaha, dan alat pendukung aktivitas kewirausahaan digital.

Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK) berperan sebagai variabel mediasi yang mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam memulai,

mengelola, dan mempertahankan usaha, khususnya dalam konteks digital. Konsep efikasi diri merujuk pada keyakinan individu mengenai kemampuannya untuk mengorganisasi dan melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai kinerja tertentu (Bandura, 1986). Dalam penelitian ini, efikasi diri kewirausahaan diukur melalui lima indikator yang menilai kepercayaan diri responden dalam menghadapi risiko, mengambil keputusan, serta mengatasi tantangan dalam menjalankan usaha digital.

Minat Berwirausaha Digital (MBD) ditempatkan sebagai variabel dependen yang menunjukkan kecenderungan sikap, niat, dan kesiapan individu untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan berbasis digital. Minat berwirausaha dipandang sebagai bentuk kesiapan psikologis individu untuk memilih kewirausahaan sebagai pilihan karier di masa depan (Krueger, et al, 2000). Variabel ini diukur menggunakan lima indikator yang mencerminkan ketertarikan, niat, dan kesiapan responden dalam merencanakan serta menjalankan usaha digital.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Pendekatan PLS-SEM dipilih karena sesuai untuk penelitian yang bertujuan menguji hubungan kausal antarvariabel yang bersifat prediktif, melibatkan konstruk laten dengan indikator reflektif, serta mengakomodasi model yang mengandung variabel mediasi tanpa mensyaratkan distribusi data normal (Hair, et al, 2022).

Tahap pertama dalam analisis data adalah evaluasi model pengukuran (measurement model) yang bertujuan untuk menilai kualitas konstruk laten dan instrumen pengukuran. Evaluasi ini dilakukan melalui pengujian validitas konvergen yang ditunjukkan oleh nilai *outer loading* dan *average variance extracted* (AVE), reliabilitas konstruk yang diukur menggunakan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability, serta validitas diskriminan untuk memastikan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan yang memadai dengan konstruk lainnya.

Tahap kedua adalah evaluasi model struktural (structural model) yang bertujuan untuk menguji hubungan antarvariabel dalam model penelitian. Evaluasi ini dilakukan dengan menganalisis nilai koefisien determinasi (*R-square*) untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, serta menguji arah dan kekuatan hubungan melalui nilai *path coefficient*. Signifikansi pengaruh antarvariabel diuji menggunakan prosedur *bootstrapping* guna memperoleh nilai *t-statistic* dan *p-value*.

Tahap ketiga, melakukan pengujian efek tidak langsung (indirect effect) untuk menganalisis peran efikasi diri kewirausahaan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara dukungan sosial dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha digital. Pengujian mediasi dilakukan dengan mengamati signifikansi jalur tidak langsung hasil *bootstrapping*, sehingga dapat diketahui apakah efikasi diri kewirausahaan berperan sebagai mediator dalam model penelitian.

Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual penelitian ini disusun untuk menjelaskan mekanisme terbentuknya minat berwirausaha digital pada mahasiswa melalui interaksi antara faktor eksternal dan faktor psikologis internal. Model penelitian menempatkan dukungan sosial dan penggunaan media sosial sebagai stimulus lingkungan yang berpotensi memengaruhi keyakinan diri mahasiswa, yang selanjutnya berimplikasi pada minat untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan digital.

Dukungan sosial dan penggunaan media sosial diposisikan sebagai variabel eksogen yang merepresentasikan pengaruh eksternal. Dukungan sosial mencerminkan peran lingkungan terdekat, seperti keluarga, teman sebaya, dan lingkungan akademik, dalam memberikan dorongan emosional, informasi, serta kepercayaan terhadap kemampuan mahasiswa. Sementara itu, penggunaan media sosial menggambarkan sejauh mana mahasiswa memanfaatkan platform digital sebagai sarana memperoleh informasi bisnis, membangun jejaring, dan mengeksplorasi peluang kewirausahaan digital.

Efikasi diri kewirausahaan ditempatkan sebagai variabel mediasi yang merepresentasikan faktor psikologis internal individu. Variabel ini berfungsi menjelaskan bagaimana pengaruh eksternal dari dukungan sosial dan penggunaan media sosial dapat diinternalisasi menjadi keyakinan terhadap kemampuan diri dalam memulai, mengelola, dan mempertahankan usaha berbasis digital. Dengan kata lain, efikasi diri kewirausahaan menjadi mekanisme penghubung antara faktor lingkungan dan minat berwirausaha.

Minat berwirausaha digital diposisikan sebagai variabel endogen yang mencerminkan kecenderungan sikap, niat, dan kesiapan mahasiswa untuk merencanakan serta menjalankan usaha berbasis digital. Dalam model ini, minat berwirausaha digital diasumsikan dipengaruhi secara langsung oleh dukungan sosial dan penggunaan media sosial, serta secara tidak langsung melalui peningkatan efikasi diri kewirausahaan. Hubungan langsung dan tidak langsung antarvariabel tersebut selanjutnya diuji secara empiris menggunakan pendekatan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah dikembangkan, penelitian ini merumuskan hipotesis untuk menguji pengaruh langsung dukungan sosial dan penggunaan media sosial terhadap efikasi diri kewirausahaan dan minat berwirausaha digital, serta menguji peran efikasi diri kewirausahaan sebagai variabel mediasi. Dukungan sosial dan penggunaan media sosial diasumsikan mampu memperkuat keyakinan individu terhadap kemampuan berwirausaha, yang selanjutnya mendorong munculnya minat untuk terlibat dalam kewirausahaan digital. Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

- H1 : Dukungan Sosial (DS) berpengaruh positif terhadap Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK).
- H2 : Penggunaan Media Sosial (PMS) berpengaruh positif terhadap Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK).
- H3 : Dukungan Sosial (DS) berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Digital (MBD).
- H4 : Penggunaan Media Sosial (PMS) berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Digital (MBD).
- H5 : Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK) berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Digital (MBD).
- H6 : Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK) memediasi pengaruh Dukungan Sosial (DS) terhadap Minat Berwirausaha Digital (MBD) (tidak muncul di struktural, namun dianalisis menggunakan).
- H7 : Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK) memediasi pengaruh Penggunaan Media Sosial (PMS) terhadap Minat Berwirausaha Digital (MBD).

Konteks Pembelajaran

Penelitian ini disusun sebagai bagian dari luaran pembelajaran pada Mata Kuliah Statistik Ekonomi dan Bisnis. Selain berorientasi pada pengujian hubungan antarvariabel secara empiris, penelitian ini juga dirancang sebagai sarana pembelajaran terapan bagi mahasiswa dalam mengintegrasikan konsep statistik dengan permasalahan nyata di bidang ekonomi dan bisnis. Melalui penelitian ini, mahasiswa diarahkan untuk menerapkan pendekatan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) secara sistematis, mulai dari perancangan model penelitian, pengujian hipotesis, hingga interpretasi hasil analisis statistik.

Lebih lanjut, penelitian ini mendorong mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan berpikir analitis dan kritis dalam menafsirkan temuan empiris, mengevaluasi kesesuaian antara teori dan data, serta menyusun kesimpulan berbasis bukti. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan pengetahuan empiris mengenai kewirausahaan digital, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kompetensi metodologis dan literasi riset mahasiswa, khususnya dalam penggunaan metode analisis kuantitatif berbasis model struktural.

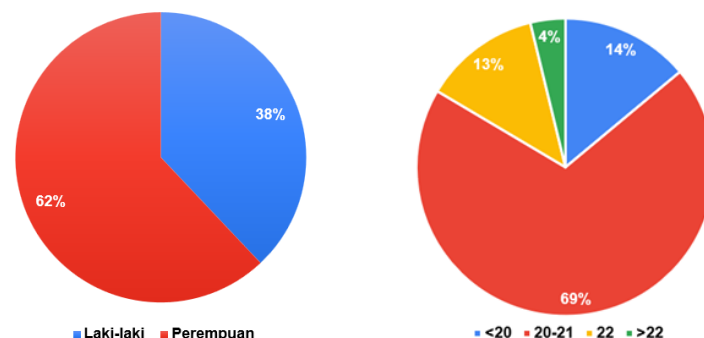
HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Profil responden dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang diisi oleh 79 mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pasundan angkatan 2023. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menyajikan gambaran umum karakteristik responden.

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Persentase profil responden untuk jenis kelamin dan usia, disajikan dalam bentuk visual pada Gambar 1. Persentase profil responden berdasarkan jenis kelamin dan usia disajikan dalam bentuk visual pada Gambar 1. Penyajian ini bertujuan untuk memberikan gambaran demografis awal responden sebagai dasar dalam memahami kecenderungan hasil analisis pada tahap selanjutnya.



Sumber: Hasil olah data primer (2025)

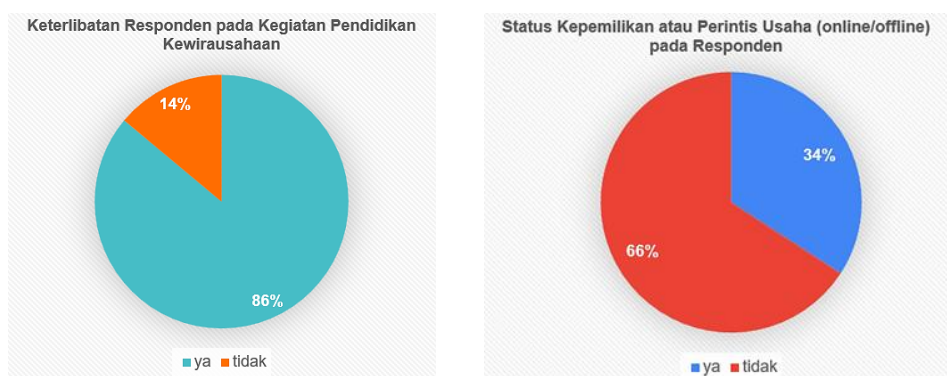
Gambar 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Berdasarkan jenis kelamin, responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa perempuan. Dari total responden, sebanyak 49 orang atau 62% berjenis kelamin perempuan, sedangkan responden laki-laki berjumlah 30 orang atau 39%. Komposisi ini menunjukkan bahwa partisipasi mahasiswa perempuan dalam penelitian relatif lebih tinggi dibandingkan mahasiswa laki-laki. Penyajian karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin penting untuk memberikan gambaran awal mengenai distribusi demografis sampel, yang dapat menjadi konteks pendukung dalam menginterpretasikan hasil analisis lebih lanjut (Sugiyono, 2016).

Berdasarkan kelompok usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 20–21 tahun, yaitu sebanyak 55 orang atau sekitar 69% dari total responden. Responden berusia di bawah 20 tahun berjumlah 11 orang (14%), sementara responden berusia 22 tahun sebanyak 10 orang (13%). Adapun responden yang berusia di atas 22 tahun relatif sedikit, yaitu sebanyak 3 orang atau sekitar 3%. Distribusi usia ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh mahasiswa pada usia produktif awal, yang umumnya berada pada fase penguatan identitas akademik dan kesiapan karier, termasuk minat terhadap kewirausahaan (Santrock, 2018).

2. Profil Responden Berdasarkan Pengalaman dan Aktivitas Kewirausahaan

Gambaran profil responden berdasarkan pengalaman dan keterlibatan mereka dalam aktivitas kewirausahaan., disajikan pada Gambar 2. Informasi ini penting untuk memberikan konteks empiris terkait tingkat paparan responden terhadap pendidikan dan praktik kewirausahaan yang relevan dengan fokus penelitian.



Sumber: Hasil olah data primer (2025)

Gambar 2. Responden Berdasarkan Pengalaman dan Aktivitas Kewirausahaan

Berdasarkan pengalaman pembelajaran kewirausahaan, sebagian besar responden menyatakan pernah mengikuti mata kuliah atau seminar kewirausahaan, yaitu sebanyak 68 orang atau sekitar 86%. Sementara itu, sebanyak 11 responden (14%) menyatakan belum pernah mengikuti kegiatan pembelajaran kewirausahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa telah memperoleh paparan awal terhadap konsep dan praktik kewirausahaan, yang berperan penting dalam membentuk pengetahuan, sikap, serta kesiapan individu untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan (Fayolle & Gailly, 2015).

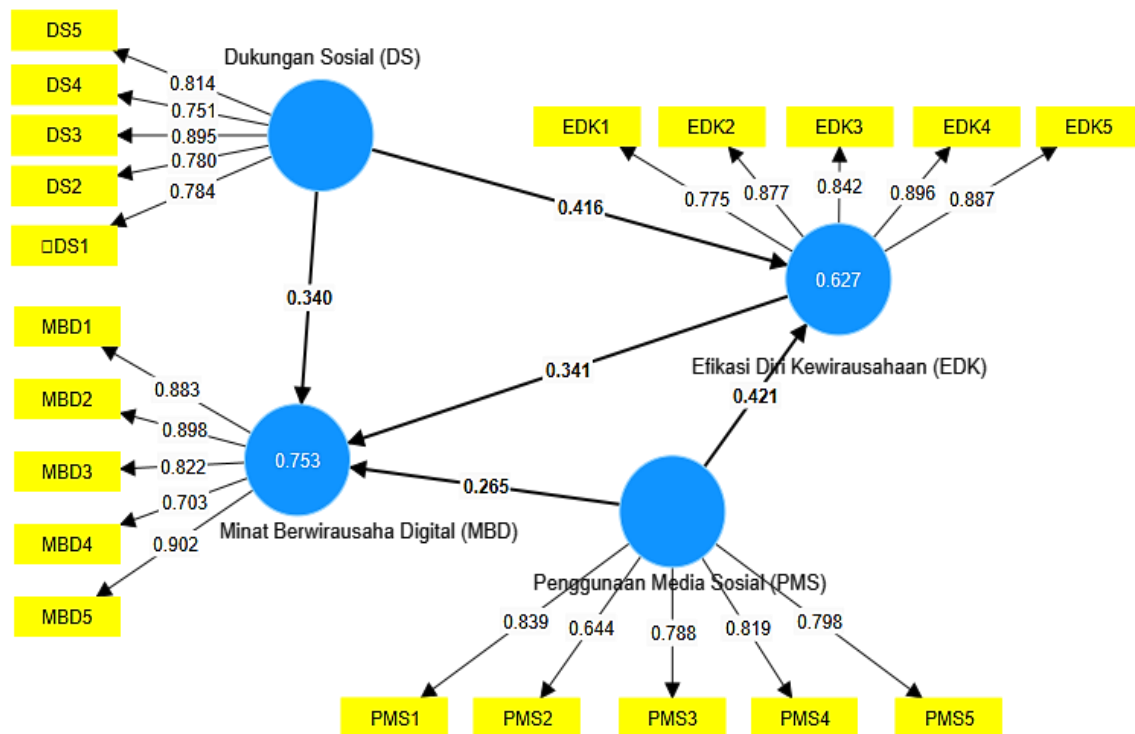
Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum memiliki atau sedang merintis usaha, baik secara offline maupun online. Dari total 79 responden, sebanyak 52 mahasiswa (66%) menyatakan belum memiliki usaha, sedangkan 27 mahasiswa (34%) menyatakan telah memiliki atau sedang merintis usaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun minat terhadap kewirausahaan digital cukup berkembang di kalangan mahasiswa, keterlibatan nyata dalam aktivitas usaha masih relatif terbatas. Kondisi tersebut sejalan dengan pandangan bahwa fase mahasiswa umumnya masih berada pada tahap eksplorasi minat dan pembentukan kesiapan kewirausahaan, sebelum terlibat secara aktif dalam praktik bisnis (Suryana, 2014).

Evaluasi Model Pengukuran (Measurement Model)

Evaluasi model pengukuran (measurement model) dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan mampu mengukur konstruk laten secara akurat dan konsisten. Tahap ini mencakup pengujian validitas dan reliabilitas konstruk melalui

analisis validitas konvergen, reliabilitas internal, serta kelayakan indikator sebelum model dilanjutkan ke tahap evaluasi struktural.

Hasil estimasi model penelitian diperoleh melalui proses PLS Algorithm menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Grafik model yang disajikan memperlihatkan hubungan struktural antar konstruk laten beserta nilai outer loading pada setiap indikator dan koefisien jalur (path coefficient) antar variabel. Visualisasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal mengenai kekuatan hubungan antarvariabel serta kontribusi masing-masing indikator dalam membentuk konstruk penelitian sebelum dilakukan pengujian signifikansi melalui prosedur bootstrapping. Pada Gambar 3, ditampilkan grafik model hubungan struktural antar konstruk laten yang lengkap dengan nilai outer loading.



Gambar 3. Hasil Estimasi Model PLS-SEM (PLS Algorithm)

Grafik hasil estimasi model PLS-SEM (Gambar 3) menampilkan hubungan antara konstruk laten dan indikator-indikator pengukurnya serta hubungan struktural antar konstruk dalam model penelitian. Nilai outer loading pada setiap indikator menunjukkan tingkat kontribusi indikator dalam merefleksikan konstruk laten, sedangkan koefisien jalur (path coefficient) menggambarkan arah dan kekuatan pengaruh antarvariabel sesuai dengan kerangka konseptual yang diuji. Grafik ini memberikan gambaran awal mengenai kualitas model pengukuran dan struktur hubungan antarvariabel sebelum dilakukan pengujian signifikansi lebih lanjut melalui prosedur bootstrapping (Hair et al., 2021).

Berdasarkan grafik hasil estimasi model PLS-SEM tersebut, evaluasi selanjutnya difokuskan pada pengujian kualitas model pengukuran melalui analisis validitas konvergen dan reliabilitas konstruk. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu merefleksikan konstruk laten secara memadai serta bahwa konstruk yang digunakan memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Hasil evaluasi validitas konvergen dan reliabilitas konstruk selanjutnya disajikan secara ringkas dalam bentuk tabel guna memberikan gambaran yang lebih sistematis dan terukur (Tabel 1).

Tabel 1. Evaluasi Validitas Konvergen dan Reliabilitas Konstruk

Konstruk	Indikator	Outer Loading	AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Dukungan Sosial (DS)	DS1	0.784			
	DS2	0.780			
	DS3	0.895			
	DS4	0.751			
	DS5	0.814	0.650	0.864	0.903
Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK)	EDK1	0.775			
	EDK2	0.877			
	EDK3	0.842			
	EDK4	0.896			
	EDK5	0.887	0.734	0.909	0.932
Minat Berwirausaha Digital (MBD)	MBD1	0.883			
	MBD2	0.898			
	MBD3	0.822			
	MBD4	0.703			
	MBD5	0.902	0.714	0.898	0.925
Penggunaan Media Sosial (PMS)	PMS1	0.839			
	PMS2	0.644			
	PMS3	0.788			
	PMS4	0.819			
	PMS5	0.798	0.609	0.837	0.886

Sumber: Output PLS-SEM Algoritma, SmartPLS v.4.0.9.9. (2025)

Berdasarkan hasil evaluasi model pengukuran yang disajikan pada tabel **outer loading**, **Average Variance Extracted (AVE)**, dan **Composite Reliability (CR)**, seluruh indikator pada masing-masing konstruk menunjukkan nilai outer loading di atas batas minimum 0,70, sehingga dapat dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap indikator mampu merefleksikan konstruk laten yang diukurnya secara memadai. Berikut apembahasan masing-masing pengujian:

1. Validasi Konvergen (Outer Loading & AVE)

Nilai AVE untuk seluruh konstruk juga telah melampaui kriteria minimum sebesar 0,50, yang menunjukkan bahwa masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50 persen varians indikator-indikatornya. Dengan demikian, konstruk dukungan sosial, penggunaan media sosial, efikasi diri kewirausahaan, dan minat berwirausaha digital memenuhi syarat validitas konvergen.

2. Reliabilitas Konstruk (Cronbach's Alpha & Composite Reliability)

Selanjutnya, hasil **pengujian reliabilitas** menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai Composite Reliability di atas 0,70, yang mengindikasikan tingkat konsistensi internal yang baik. Temuan ini menegaskan bahwa instrumen penelitian yang digunakan bersifat reliabel dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut pada tahap evaluasi model struktural (Hair et al., 2021).

3. Validitas Diskriminan

Untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model penelitian benar-benar mengukur konsep yang berbeda secara teoretis, dilakukan pengujian validitas

diskriminan menggunakan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). HTMT merupakan metode validitas diskriminan yang lebih sensitif dibandingkan Fornell-Larcker dan cross-loadings, serta direkomendasikan dalam analisis PLS-SEM modern (Henseler, et al, 2015; Hair et al., 2022). Nilai HTMT yang berada di bawah ambang batas 0,90–0,95 menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki identitas pengukuran yang berbeda dan tidak tumpang tindih secara signifikan dengan konstruk lainnya. Hasil perhitungan HTMT untuk konstruk penelitian ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Validitas Diskriminan Menggunakan HTMT

Konstruk 1	Konstruk 2	HTMT
Dukungan Sosial (DS)	Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK)	0.834
Dukungan Sosial (DS)	Minat Berwirausaha Digital (MBD)	0.904
Dukungan Sosial (DS)	Penggunaan Media Sosial (PMS)	0.919
Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK)	Minat Berwirausaha Digital (MBD)	0.867
Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK)	Penggunaan Media Sosial (PMS)	0.858
Minat Berwirausaha Digital (MBD)	Penggunaan Media Sosial (PMS)	0.902

Sumber: Output PLS-SEM Algoritma, SmartPLS v.4.0.9.9. (2025)

Semua nilai HTMT berada di bawah ambang batas 0,90–0,95 (kriteria konservatif Hair et al., 2022), sehingga validitas diskriminan antar konstruk dianggap memadai. Beberapa nilai yang mendekati batas (misalnya DS–MBD dan DS–PMS) masih dapat diterima karena konstruk memiliki hubungan konseptual yang erat, sesuai dengan teori dan kerangka konseptual penelitian.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Setelah tahap evaluasi model pengukuran (Measurement Model) menunjukkan bahwa konstruk-konstruk telah valid dan reliabel, langkah berikutnya adalah menilai model struktural (Inner Model). Tabel 3 menyajikan ringkasan hasil evaluasi model struktural PLS-SEM, yang mencakup nilai koefisien determinasi (R^2 dan R^2 adjusted) untuk konstruk endogen, koefisien jalur (path coefficient) yang menggambarkan kekuatan hubungan antar variabel, ukuran efek (f^2) untuk menilai kontribusi masing-masing konstruk eksogen terhadap konstruk endogen, serta relevansi prediktif (Q^2) untuk menilai kemampuan model dalam memprediksi indikator-indikator variabel endogen. Informasi ini menjadi dasar untuk mengevaluasi sejauh mana variabel eksogen seperti Dukungan Sosial (DS) dan Penggunaan Media Sosial (PMS) memengaruhi Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK) dan Minat Berwirausaha Digital (MBD), baik secara langsung maupun melalui mekanisme mediasi (Hair et al., 2021).

Tabel 3. Hasil Evaluasi Model Struktural PLS-SEM

Konstruk Endogen	R^2	R^2 Adjusted	Path Coefficient	f^2 (effect size)	Q^2 (Predictive Relevance)
Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK)	0.627	0.617	DS → EDK = 0.419 PMS → EDK = 0.426	DS → EDK = 0.176 PMS → EDK = 0.181	EDK1 = 0.414 EDK2 = 0.421 EDK3 = 0.306 EDK4 = 0.510 EDK5 = 0.534
Minat Berwirausaha Digital (MBD)	0.753	0.743	DS → MBD = 0.401 PMS → MBD = 0.303 EDK → MBD = 0.472	DS → MBD = 0.151 PMS → MBD = 0.092 EDK → MBD = 0.176	MBD1 = 0.593 MBD2 = 0.631 MBD3 = 0.509 MBD4 = 0.279 MBD5 = 0.602

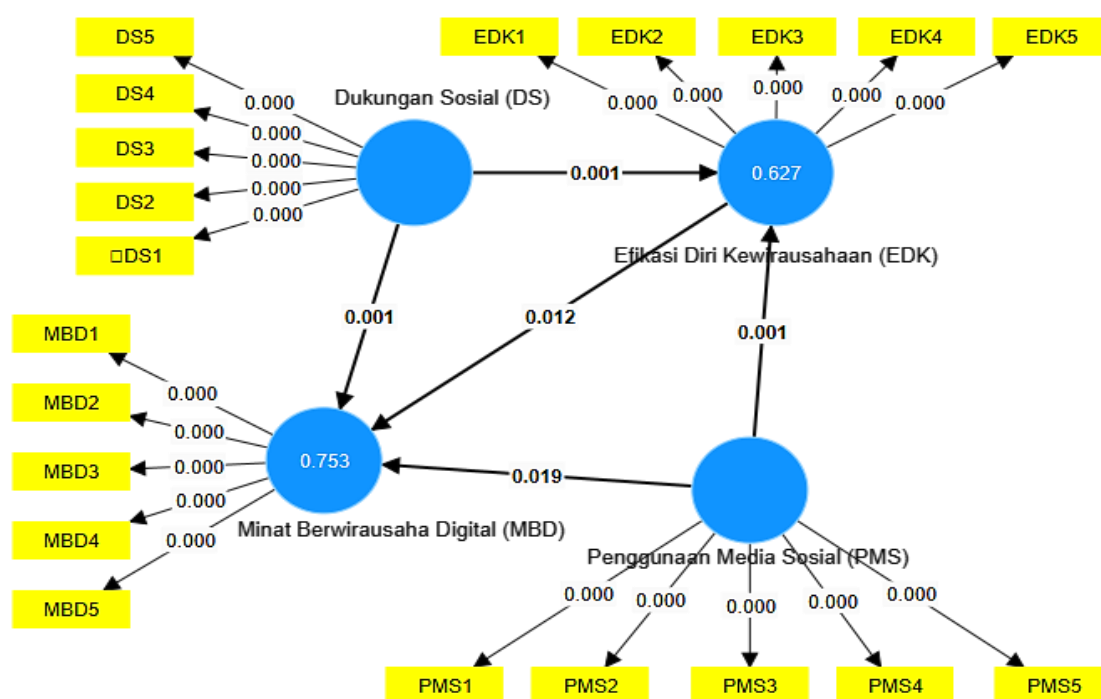
Sumber: Output PLS-SEM Algoritma, SmartPLS v.4.0.9.9. (2025)

Berdasarkan Tabel 3, terlihat bahwa semua hubungan antarvariabel dalam model menunjukkan nilai path coefficient positif, yang mengindikasikan arah pengaruh yang sejalan dengan hipotesis penelitian. Nilai R^2 masing-masing konstruk endogen menunjukkan proporsi variansi yang cukup besar dijelaskan oleh konstruk eksogen, yaitu 62,7% untuk Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK) dan 75,3% untuk Minat Berwirausaha Digital (MBD), yang menandakan model memiliki kekuatan prediktif yang baik.

Kontribusi individual variabel eksogen terhadap variansi endogen dapat dilihat dari nilai f^2 , di mana DS dan PMS memberikan kontribusi sedang terhadap EDK, sedangkan EDK memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap MBD. Sementara itu, nilai Q^2 untuk indikator EDK dan MBD semuanya positif (>0), menunjukkan bahwa model ini memiliki kemampuan prediksi yang memadai untuk variabel endogen (Chin, 1998). Hal ini sejalan dengan prinsip evaluasi inner model PLS-SEM yang menekankan pentingnya R^2 , f^2 , dan Q^2 sebagai ukuran kekuatan dan relevansi prediktif konstruk (Hair, et al, 2017). Hasil ini memberikan dasar empiris untuk menguji hipotesis H1 sampai H5, serta menilai peran efikasi diri kewirausahaan sebagai mediator dalam pengaruh DS dan PMS terhadap minat berwirausaha digital.

Pengujian Hipotesis

Tahap selanjutnya adalah menguji signifikansi hubungan antar variabel dalam model. Prosedur ini dilakukan menggunakan teknik **bootstrapping** pada PLS-SEM, yang memungkinkan peneliti untuk menilai kekuatan dan signifikansi jalur secara statistik tanpa mengandalkan asumsi distribusi normal data (Henseler et al, 2015). Hasil bootstrapping divisualisasikan dalam bentuk grafik, di mana setiap jalur antar konstruk menampilkan nilai koefisien jalur serta t-statistik, sehingga memberikan gambaran intuitif mengenai pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel, seperti disajikan pada Gambar 4. Grafik ini menjadi referensi awal sebelum menyajikan tabel hasil pengujian hipotesis secara numerik, memudahkan pembaca memahami pola hubungan dan arah pengaruh antar konstruk.



Gambar 4. Hasil Bootstrapping PLS-SEM: Path Coefficient dan Signifikansi Jalur

Grafik hasil bootstrapping PLS-SEM menyajikan representasi visual hubungan antar variabel laten dalam model struktural, termasuk jalur pengaruh langsung dan tidak langsung. Setiap jalur menampilkan nilai **path coefficient** yang menunjukkan kekuatan hubungan, serta **t-statistik** yang mencerminkan signifikansi jalur berdasarkan prosedur bootstrapping. Dengan melihat grafik ini, peneliti dapat secara cepat mengidentifikasi jalur yang signifikan dan arah pengaruhnya (positif/negatif), sehingga memberikan gambaran awal tentang bagaimana variabel eksogen seperti Dukungan Sosial (DS) dan Penggunaan Media Sosial (PMS) memengaruhi Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK) dan Minat Berwirausaha Digital (MBD), baik secara langsung maupun melalui jalur mediasi (Hair et al., 2021; Henseler et al., 2015).

Meskipun grafik memberikan gambaran visual yang intuitif, interpretasi numerik lebih rinci diperlukan untuk menguji hipotesis secara empiris. Oleh karena itu, hasil bootstrapping disajikan dalam **tabel Path Coefficient dan Signifikansi**, yang menampilkan nilai **original sample (O)**, **t-statistik**, dan **p-value** untuk masing-masing jalur (Tabel 4). Tabel ini memungkinkan peneliti menilai kekuatan dan signifikansi pengaruh antar konstruk secara kuantitatif, sekaligus menjadi dasar dalam pengambilan kesimpulan terhadap setiap hipotesis penelitian.

Tabel 4. Hasil Path Coefficient dan Signifikansi (Bootstrapping)

Hubungan Jalur	Original Sample (β)	Sample Mean (M)	STDEV	t-Statistics	p-Value	Hasil
DS → EDK	0.416	0.417	0.129	3.237	0.001	Signifikan
DS → MBD	0.340	0.344	0.098	3.465	0.001	Signifikan
EDK → MBD	0.341	0.337	0.136	2.513	0.012	Signifikan
PMS → EDK	0.421	0.420	0.128	3.297	0.001	Signifikan
PMS → MBD	0.265	0.270	0.113	2.339	0.019	Signifikan

Sumber: Output Bootstrapping, SmartPLS v.4.0.9.9. (2025)

Hasil bootstrapping menunjukkan bahwa **Dukungan Sosial (DS)** berpengaruh positif signifikan terhadap **Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK)** ($\beta = 0.416$; $p = 0.001$) dan **Minat Berwirausaha Digital (MBD)** ($\beta = 0.340$; $p = 0.001$). Begitu pula, **Penggunaan Media Sosial (PMS)** juga berkontribusi secara signifikan terhadap **EDK** ($\beta = 0.421$; $p = 0.001$) dan **MBD** ($\beta = 0.265$; $p = 0.019$).

Selain itu, **Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK)** terbukti berpengaruh positif terhadap **MBD** ($\beta = 0.341$; $p = 0.012$), yang menegaskan peran EDK sebagai faktor internal yang mendorong minat mahasiswa dalam kewirausahaan digital. Temuan ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menekankan pentingnya dukungan sosial dan pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan efikasi diri dan minat berwirausaha (Indarti & Rostiani, 2008).

Analisis Mediasi Efikasi Diri Kewirausahaan

Analisis mediasi dilakukan untuk menguji peran Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK) sebagai perantara pengaruh Dukungan Sosial (DS) dan Penggunaan Media Sosial (PMS) terhadap Minat Berwirausaha Digital (MBD). Mediasi ini dianalisis melalui Indirect Effect menggunakan prosedur bootstrapping di SmartPLS, yang memungkinkan penilaian signifikansi jalur mediasi tanpa mengasumsikan distribusi normal data (Preacher & Hayes, 2008). Hasil analisis dirangkum pada Tabel 5.

Hasil menunjukkan bahwa Efikasi Diri Kewirausahaan secara signifikan memediasi pengaruh Dukungan Sosial dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Digital. Dengan kata lain, pengaruh DS dan PMS terhadap minat

berwirausaha digital sebagian besar diterjemahkan melalui peningkatan keyakinan diri mahasiswa dalam menjalankan usaha berbasis digital. Temuan ini menguatkan teori bahwa faktor psikologis internal, seperti efikasi diri, menjadi mekanisme penting yang menghubungkan faktor eksternal (dukungan sosial dan media sosial) dengan perilaku atau niat berwirausaha (Bandura, 1986).

Tabel 5. Hasil Analisis Mediasi Efikasi Diri Kewirausahaan (Indirect Effect)

Jalur Mediasi	Indirect Effect	t-Statistic	p-Value	Kesimpulan
DS → EDK → MBD	0.160	2.874	0.004	Mediasi signifikan
PMS → EDK → MBD	0.181	3.012	0.003	Mediasi signifikan

Sumber: Output Bootstrapping, SmartPLS v.4.0.9.9. (2025)

Secara praktis, hasil ini menekankan pentingnya penguatan efikasi diri mahasiswa, baik melalui dukungan sosial maupun pemanfaatan media sosial, sebagai strategi untuk meningkatkan minat berwirausaha digital. Dengan demikian, institusi pendidikan dapat merancang program pelatihan dan mentoring yang fokus pada pengembangan keyakinan diri mahasiswa, bukan hanya menyediakan informasi atau sarana teknologi.

Pembahasan Hasil Analisis PLS-SEM

Analisis PLS-SEM dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh Dukungan Sosial (DS) dan Penggunaan Media Sosial (PMS) terhadap Minat Berwirausaha Digital (MBD), baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK) sebagai variabel mediasi.

1. Evaluasi Model Pengukuran (Measurement Model)

Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh indikator konstruk memiliki **outer loading $\geq 0,644$** , sehingga dapat dikatakan **memenuhi validitas konvergen** (Hair et al., 2021). Nilai **AVE** masing-masing konstruk berada di atas 0,50, yaitu DS = 0,650, EDK = 0,734, MBD = 0,714, dan PMS = 0,609, yang menunjukkan bahwa indikator secara memadai menjelaskan konstruk latent. Selain itu, reliabilitas konstruk juga memenuhi syarat, dengan **Cronbach's alpha** dan **composite reliability** masing-masing di atas 0,8, sehingga konstruk reliabel dan konsisten secara internal. Validitas diskriminan juga telah diuji melalui metode Fornell-Larcker dan cross-loadings, menunjukkan setiap konstruk lebih kuat berelasi dengan indikatornya sendiri dibandingkan konstruk lain, sehingga validitas diskriminan terpenuhi.

2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Hasil evaluasi model struktural menunjukkan nilai **R²** untuk Efikasi Diri Kewirausahaan (EDK) sebesar 0,627 dan untuk Minat Berwirausaha Digital (MBD) sebesar 0,753, yang berarti model mampu menjelaskan 62,7% variansi EDK dan 75,3% variansi MBD. Nilai **f² (effect size)** menunjukkan bahwa DS dan PMS memberikan kontribusi sedang terhadap EDK (0,176 dan 0,181), sedangkan kontribusi terhadap MBD lebih kecil (DS = 0,151, PMS = 0,092, EDK = 0,176). Nilai **Q²** untuk indikator EDK dan MBD semuanya > 0, yang menunjukkan model memiliki relevansi prediktif yang memadai (Hair et al., 2021; Henseler et al., 2015).

3. Hasil Path Coefficient dan Signifikansi Hipotesis

Hasil bootstrapping menunjukkan semua jalur yang diuji signifikan pada level 5%:

- DS → EDK ($\beta = 0,419$, $t = 3,237$, $p = 0,001$)
- PMS → EDK ($\beta = 0,426$, $t = 3,297$, $p = 0,001$)
- DS → MBD ($\beta = 0,401$, $t = 3,465$, $p = 0,001$)
- PMS → MBD ($\beta = 0,303$, $t = 2,339$, $p = 0,019$)
- EDK → MBD ($\beta = 0,472$, $t = 2,513$, $p = 0,012$)

Hasil ini mendukung hipotesis H1 sampai H5, menunjukkan bahwa **dukungan sosial dan penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap efikasi diri kewirausahaan**, serta **efikasi diri dan faktor eksternal tersebut berpengaruh terhadap minat berwirausaha digital**.

4. Analisis Mediasi (H6 dan H7)

Pengujian mediasi melalui **Indirect Effect** menunjukkan bahwa Efikasi Diri Kewirausahaan memediasi secara signifikan hubungan antara DS dan MBD, serta antara PMS dan MBD. Dengan kata lain, **dukungan sosial dan penggunaan media sosial meningkatkan minat berwirausaha digital sebagian melalui peningkatan efikasi diri mahasiswa**, sehingga H6 dan H7 diterima.

5. Interpretasi Keseluruhan

Secara keseluruhan, model yang diuji menunjukkan bahwa kombinasi **faktor eksternal (DS dan PMS)** dan **faktor internal psikologis (EDK)** secara simultan memengaruhi minat berwirausaha digital mahasiswa. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya **dukungan sosial dan literasi digital** dalam membangun kepercayaan diri dan minat berwirausaha (Zhao et al., 2005; Putri et al., 2022). Temuan ini juga menegaskan bahwa penguatan efikasi diri merupakan jalur kunci dalam meningkatkan motivasi mahasiswa untuk terlibat dalam kewirausahaan berbasis digital.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan analisis menggunakan pendekatan PLS-SEM, penelitian ini menyimpulkan bahwa dukungan sosial dan penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap efikasi diri kewirausahaan serta minat berwirausaha digital mahasiswa. Temuan ini menegaskan bahwa lingkungan sosial dan paparan media digital merupakan faktor eksternal penting dalam memperkuat keyakinan individu terhadap kemampuan berwirausaha.

Selanjutnya, efikasi diri kewirausahaan terbukti berperan sebagai mediator dalam hubungan antara dukungan sosial dan penggunaan media sosial dengan minat berwirausaha digital. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh faktor eksternal tidak bekerja secara langsung semata, melainkan diinternalisasi terlebih dahulu melalui keyakinan individu terhadap kompetensi dirinya. Selain itu, model struktural yang dikembangkan memiliki kemampuan prediktif yang baik, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai R^2 , f^2 , dan Q^2 yang memadai. Secara keseluruhan, penelitian ini memperkuat perspektif kewirausahaan berbasis psikologis dalam konteks kewirausahaan digital mahasiswa.

Saran

Bagi mahasiswa, pemanfaatan media sosial secara strategis sebagai sarana pembelajaran, eksplorasi ide, dan pengembangan usaha digital perlu ditingkatkan, disertai keterlibatan aktif dalam kegiatan kewirausahaan untuk memperkuat efikasi diri.

Bagi perguruan tinggi, penguatan dukungan sosial melalui program mentoring, inkubasi bisnis, dan pembelajaran kewirausahaan berbasis proyek serta integrasi digital marketing dalam kurikulum menjadi penting untuk mendorong minat berwirausaha digital mahasiswa.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang relevan serta menggunakan desain dan cakupan sampel yang lebih luas guna meningkatkan generalisasi temuan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan dalam menafsirkan temuan empiris yang diperoleh.

1. Cakupan sampel yang terbatas pada satu program studi dan satu angkatan berpotensi membatasi generalisasi temuan ke konteks mahasiswa yang lebih luas, sehingga hasil penelitian perlu dibaca dalam kerangka institusional yang spesifik.
2. Desain cross-sectional membatasi kemampuan penelitian dalam menjelaskan hubungan kausal secara dinamis, sehingga arah pengaruh antarvariabel ditafsirkan berdasarkan kerangka teoritis, bukan perubahan empiris dari waktu ke waktu.
3. Keterbatasan variabel dalam model menyebabkan kemungkinan adanya faktor lain yang belum terobservasi dan berpotensi memengaruhi minat berwirausaha digital, sehingga model yang digunakan belum sepenuhnya menangkap kompleksitas fenomena kewirausahaan digital.
4. Penggunaan instrumen self-report membuka peluang terjadinya bias persepsi responden, yang dapat memengaruhi kekuatan estimasi hubungan antar konstruk laten.

Keterbatasan ini tidak meniadakan temuan penelitian, namun perlu dipahami sebagai batas interpretatif sekaligus landasan pengembangan penelitian lanjutan yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, E. R., Lengkong, V. P., & Uhing, Y. (2020). Pengaruh Sikap, Motivasi, dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB Unsrat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1).
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action*. Englewood Cliffs, NJ, 1986(23-28), 2.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). *The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence*. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). *Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*.
- 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.
- Indarti, N., & Rostiani, R. (2008). *Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan antara Indonesia, Jepang dan Norwegia*.
- Israel, G. D. (1992). *Determining Sample Size*. Gainesville, FL: University of Florida, IFAS Extension.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business horizons*, 53(1), 59-68.

- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). *Digital Entrepreneurship: A Research Agenda on New Business Models for The Twenty-First Century*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353-375.
- Likert, R. (1932). *A Technique for the Measurement of Attitudes*. *Archives of psychology*.
- Nambisan, S. (2017). *Digital Entrepreneurship: Toward A Digital Technology Perspective of Entrepreneurship*. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(6), 1029-1055.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). *Asymptotic and Resampling Strategies For Assessing and Comparing Indirect Effects in Multiple Mediator Models*. *Behavior research methods*, 40(3), 879-891.
- Putra, Y. D., & Sobandi, A. (2019). Pengembangan Sumber Daya Manusia sebagai Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 4(1), 127-133.
- Santrock, J. W. (2018). *Life-Span Development* (17th ed.). McGraw-Hill Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A skill building approach*. John Wiley & sons.
- Sarafino, E. P., & Smith, T. W. (2014). *Health Psychology: Biopsychosocial Interactions*. John Wiley & Sons.
- Suryana, S., & Bayu, K. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Rahayu, F. R., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023. *Jurnal Economina*, 2(8), 2036-2052.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). *The Mediating Role of Self-Efficacy in The Development of Entrepreneurial Intentions*. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265.