E-ISSN XXXX-XXXX
Volume. 2 No. 3, Tahun 2024, Halaman 205-218
https://ejournal.stie-igi.ac.id/index.php/JurnalManajemenEkonomiBisnisKeua



Determinasi Minat Berwirausaha Mahasiswa: Analisis Peran *Entrepreneurial Mindset*, Literasi Digital, dan Efikasi Diri dalam Ekosistem Program Kewirausahaan

Ade Lukman Nulhakim[1], Choiroel Woestho[2], Ati Apriani Yusuf[3], Arief Subhan[4], Tin Gustini[5], Desi Wulandari[6], Krismandi Candra[7]
ade.lukmanulhakim@stie-igi.ac.id[1], choiroel.woestho@stie-igi.ac.id[2], ati.apriani@stie-igi.ac.id[3], arief.subhan@stie-igi.ac.id[4], tin.gustini@stie-igi.ac.id[5], dedess52@yahoo.com[6], Krismandi@gmail.com[7]
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IGI[1234567]

: -

: Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Sejarah Revisi Artikel :
1. Penerimaan Artikel : 25 Desember 2024

Korespondensi Penulis : Ade Lukman Nulhakim

ABSTRAK

Rasio kewirausahaan Indonesia yang masih berada pada angka 3,47% menunjukkan perlunya akselerasi minat berwirausaha di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital dan *entrepreneurial mindset* terhadap minat berwirausaha mahasiswa peserta program kewirausahaan, dengan efikasi diri sebagai variabel mediasi. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria partisipasi dalam program kewirausahaan seperti P2MW atau Wirausaha Merdeka. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian secara empiris membuktikan bahwa *entrepreneurial mindset* merupakan faktor dominan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Namun, efikasi diri ditemukan memiliki pengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap minat berwirausaha, sementara literasi digital tidak berpengaruh signifikan secara langsung maupun sebagai mediator. Implikasi penelitian ini menegaskan bahwa penguatan pola pikir kewirausahaan jauh lebih krusial

dibandingkan sekadar penguasaan teknologi digital dalam memicu intensi berwirausaha mahasiswa. Perguruan tinggi disarankan untuk mereformulasi kurikulum pelatihan yang lebih berfokus pada pembentukan mentalitas dan kepercayaan diri yang adaptif.

Kata Kunci: Efikasi Diri, *Entrepreneurial Mindset*, Literasi Digital, Minat Berwirausaha.

Pendahuluan

Kewirausahaan memegang peranan vital dalam struktur ekonomi nasional sebagai katalisator inovasi, penyedia lapangan kerja, dan penggerak produktivitas. Di tengah tantangan bonus demografi, Indonesia dihadapkan pada urgensi untuk mentransformasi lulusan perguruan tinggi dari pencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta kerja (*job creator*). Namun, realitas menunjukkan adanya kesenjangan kompetitif yang cukup lebar jika dibandingkan dengan negara-negara tetangga. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM RI tahun 2023, rasio kewirausahaan Indonesia baru mencapai 3,47%, tertinggal jauh di bawah Singapura (8,76%) dan Malaysia (4,80%), bahkan sangat kontras dengan Amerika Serikat yang menyentuh angka 12,00%.

Tabel 1. Rasio Kewirausahaan Beberapa Negara Tahun 2023

No.	Negara	Rasio Kewirausahaan (%)
1	Indonesia	3,47
2	Malaysia	4,80
3	Singapura	8,76
4	Korea Selatan	7,10
5	Amerika Serikat	12,00

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023)

Pemerintah melalui Kemendikbudristek telah merespons kondisi ini dengan menginisiasi berbagai program strategis seperti Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW), Wirausaha Merdeka (WMK), dan Inkubator Bisnis Kampus. Secara statistik, partisipasi mahasiswa dalam program-program tersebut mengalami pertumbuhan yang sangat positif, yakni sebesar 34,1% pada tahun 2023 dengan total peserta mencapai 22.400 mahasiswa.

Tabel 2. Data Partisipasi Mahasiswa dalam Program Kewirausahaan Nasional

Tahun	Jumlah Peserta Program Kewirausahaan	Pertumbuhan (%)
2021	12.500	-
2022	16.700	33,6
2023	22.400	34,1

Sumber: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (2023)

Meskipun tren partisipasi meningkat, muncul fenomena resistensi di mana minat berwirausaha mahasiswa tidak selalu linier dengan keterlibatan mereka dalam pelatihan. Sebagian besar mahasiswa masih menganggap kewirausahaan sebagai alternatif karier sementara, bukan tujuan profesional utama. Fenomena ini mengindikasikan adanya *research gap* pada mekanisme psikologis dan kompetensi digital yang melandasi terbentuknya minat tersebut. Pra-survei peneliti menunjukkan bahwa *entrepreneurial mindset* dipandang sebagai faktor yang paling berpengaruh (38%), diikuti oleh literasi digital (27%).

Tabel 3. Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa

No.	Faktor	Persentase (%)
1	Entrepreneurial Mindset	38
2	Literasi Digital	27
3	Dukungan Lingkungan	18
4	Modal Usaha	10
5	Faktor Lain	7
Total		**100**

Sumber: Hasil Pra-Survei Peneliti (2024)

Secara teoritis, penelitian ini berpijak pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen, yang menekankan bahwa perilaku berwirausaha diawali oleh niat (*intention*) yang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya menguji apakah literasi digital dan pola pikir kewirausahaan benar-benar mampu mendorong minat melalui mediasi efikasi diri (keyakinan diri). Terdapat anomali dalam studi terdahulu; meskipun kemampuan digital tinggi, minat berwirausaha tetap bisa stagnan jika tidak disertai efikasi diri yang memadai. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan hubungan kompleks tersebut dan memberikan kontribusi praktis bagi penyelenggara pendidikan dalam merancang program kewirausahaan yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada penguatan fondasi mentalitas kewirausahaan.

Tinjauan Pustaka

1. ***Grand Theory*: *Theory of Planned Behavior* (TPB)**
   Landasan teoretis utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1991. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu, termasuk intensi untuk berwirausaha, didorong oleh niat (*intention*) yang dibentuk oleh tiga komponen utama: sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Persepsi kontrol perilaku mencerminkan keyakinan individu mengenai ketersediaan sumber daya dan peluang untuk melakukan tindakan tersebut.

   Dalam riset kewirausahaan modern, TPB terbukti sangat relevan karena mampu membedah faktor psikologis yang memengaruhi keputusan mahasiswa untuk memulai bisnis. Berdasarkan perspektif ini, literasi digital dan *entrepreneurial mindset* diposisikan sebagai faktor yang memperkuat persepsi kontrol perilaku dan sikap kewirausahaan. Sementara itu, efikasi diri diposisikan sebagai representasi dari kontrol perilaku karena berkaitan langsung dengan keyakinan individu dalam menghadapi tantangan bisnis.

2. **Minat Berwirausaha**
   Minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*) didefinisikan sebagai kecenderungan psikologis yang mencerminkan kesiapan, keinginan, dan komitmen individu untuk merencanakan serta melaksanakan aktivitas bisnis di masa depan. Minat ini dianggap sebagai prediktor tunggal terbaik untuk perilaku kewirausahaan aktual karena tindakan memulai bisnis umumnya didahului oleh pembentukan niat yang kuat. Minat ini tidak

hanya didorong oleh motif profit, tetapi juga dorongan untuk menciptakan inovasi dan nilai tambah bagi masyarakat.

Bagi mahasiswa, minat berwirausaha menjadi indikator krusial dalam menciptakan wirausahawan muda yang mandiri. Penelitian Nuryakin et al. (2024) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan minat tinggi cenderung lebih proaktif dalam mencari peluang dan mengikuti berbagai pelatihan kewirausahaan. Dimensi pengukuran minat ini meliputi keinginan memulai usaha, kesiapan menjadi wirausaha, kesungguhan menjalankan bisnis, dan kematangan perencanaan usaha di masa depan.

3. **Literasi Digital**

Literasi digital mencakup kemampuan individu dalam mengakses, mengevaluasi, menciptakan, dan memanfaatkan informasi melalui teknologi digital secara kritis serta bertanggung jawab. Di era transformasi industri, literasi digital bukan sekadar keterampilan teknis operasional perangkat, melainkan kompetensi strategis untuk mendukung aktivitas ekonomi dan kewirausahaan. Menurut UNESCO (2021), literasi digital adalah kompetensi esensial abad ke-21 yang memungkinkan partisipasi produktif dalam ekonomi digital.

Mahasiswa dengan literasi digital yang tinggi memiliki keunggulan dalam mengidentifikasi peluang pasar, melakukan pemasaran digital, dan mengelola jaringan bisnis daring. Penelitian Hidayati et al. (2022) menegaskan bahwa kompetensi digital berkorelasi positif dengan kesiapan mahasiswa dalam mengembangkan bisnis berbasis teknologi. Indikator utama variabel ini meliputi kemampuan penggunaan teknologi, kecakapan pencarian informasi, kemampuan produksi konten digital, serta kesadaran akan etika dan keamanan data.

4. ***Entrepreneurial Mindset***

Entrepreneurial mindset adalah pola pikir yang menggerakkan individu untuk mengenali peluang, berinovasi, berani mengambil risiko yang terukur, dan tetap adaptif dalam kondisi ketidakpastian. Pola pikir ini merupakan fondasi utama yang membedakan seorang wirausahawan dengan individu yang hanya berorientasi pada pekerjaan konvensional. Menurut Wardana et al. (2021), pola pikir ini merupakan seperangkat keyakinan dan sikap yang memungkinkan penciptaan nilai melalui identifikasi peluang yang berkelanjutan.

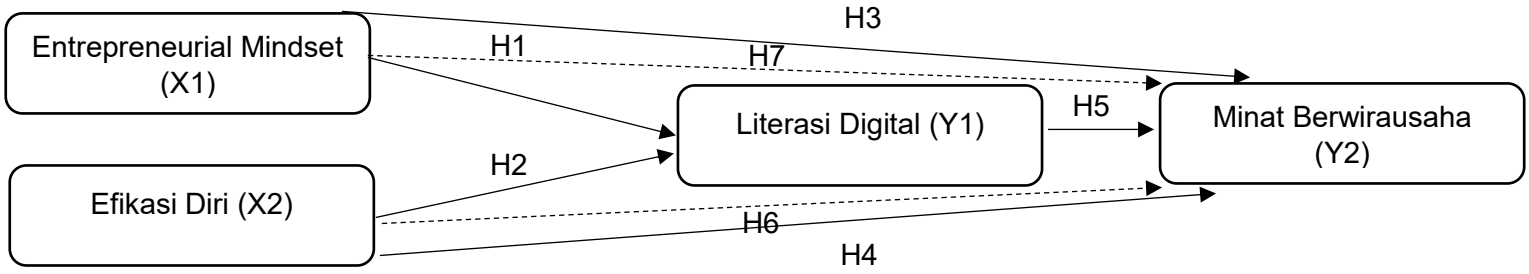
Mahasiswa yang memiliki pola pikir ini cenderung lebih kreatif, proaktif, dan memandang tantangan sebagai oportunitas untuk berkembang. Penelitian Suryanto et al. (2023) menjelaskan bahwa *mindset* ini berperan krusial dalam membentuk optimisme dan ketahanan mahasiswa dalam menyusun strategi bisnis. Indikator pengukurannya meliputi kemampuan melihat peluang, berpikir kreatif-inovatif, keberanian mengambil risiko, kemampuan adaptasi, sikap proaktif, pemecahan masalah, dan komitmen terhadap tujuan usaha.

5. Efikasi Diri

Efikasi diri (*self-efficacy*) adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengorganisasi dan melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai target tertentu. Dalam domain kewirausahaan, efikasi diri menentukan sejauh mana seseorang berani menghadapi tantangan dan tidak mudah menyerah saat mengalami kegagalan bisnis. Penelitian Al Mamun et al. (2023) menunjukkan bahwa keyakinan diri yang tinggi pada mahasiswa secara signifikan meningkatkan intensi mereka untuk menjadi wirausahawan.

Konsep ini menekankan bahwa keyakinan terhadap kapabilitas diri merupakan prediktor utama minat berwirausaha bagi mahasiswa di Indonesia. Efikasi diri dikembangkan melalui tiga dimensi utama menurut Bandura (1997), yaitu: *magnitude* (tingkat kesulitan tugas yang diyakini), *strength* (kekuatan keyakinan diri), dan *generality* (luas situasi di mana keyakinan tersebut berlaku). Indikatornya meliputi keyakinan dalam memulai, mengelola, menghadapi risiko, memecahkan masalah, serta mencapai target jangka panjang perusahaan.

6. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran ini berangkat dari asumsi bahwa minat berwirausaha mahasiswa tidak muncul secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan kapabilitas digital. Dalam model ini, literasi digital (X1) dan *entrepreneurial mindset* (X2) diposisikan sebagai variabel independen yang secara teoretis memberikan stimulus terhadap intensi perilaku. Keduanya diyakini dapat mendorong minat berwirausaha (Y) baik secara langsung maupun melalui mekanisme psikologis.

Penelitian ini menempatkan efikasi diri (Z) sebagai variabel mediasi yang menjelaskan bagaimana literasi digital dan pola pikir kewirausahaan diterjemahkan menjadi tindakan nyata. Mahasiswa dengan literasi digital yang baik akan merasa lebih percaya diri (*self-efficacy*) dalam mengoperasikan bisnis digital, sementara pola pikir yang inovatif akan memperkuat keyakinan mereka untuk sukses menghadapi risiko bisnis. Penguatan pada efikasi diri inilah yang kemudian menjadi pemicu akhir untuk memperkuat minat berwirausaha mahasiswa.

Secara keseluruhan, model struktural ini menguji integritas *Theory of Planned Behavior* dalam ekosistem program kewirausahaan mahasiswa. Melalui model mediasi ini, peneliti dapat menganalisis apakah penguasaan teknologi dan mentalitas wirausaha

sudah cukup untuk menggerakkan niat, atau memerlukan jembatan berupa kepercayaan diri yang tinggi untuk benar-benar mengonversi pengetahuan menjadi minat bisnis yang konkret.

7. **Hipotesis Penelitian**
   Berdasarkan tinjauan teoretis dan hubungan antarvariabel di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

   H1: Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

   H2: *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

   H3: Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Efikasi Diri.

   H4: *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Efikasi Diri.

   H5: Efikasi Diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

   H6: Efikasi Diri memediasi pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha.

   H7: Efikasi Diri memediasi pengaruh *Entrepreneurial Mindset* terhadap Minat Berwirausaha.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif dipilih karena fokus riset ini adalah melakukan pengukuran hubungan antarvariabel secara objektif menggunakan data numerik dan prosedur analisis statistik. Desain asosiatif kausal secara spesifik digunakan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan hubungan sebab-akibat, yaitu bagaimana variabel Literasi Digital (X1) dan *Entrepreneurial Mindset* (X2) memengaruhi Minat Berwirausaha (Y) melalui peran mediasi Efikasi Diri (Z). Penggunaan metode ini memungkinkan pengujian hipotesis secara simultan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai fenomena intensi kewirausahaan mahasiswa.

Lokasi penelitian difokuskan pada mahasiswa yang terlibat dalam ekosistem kewirausahaan perguruan tinggi, khususnya mereka yang mengikuti program pelatihan bisnis UMKM atau inkubasi bisnis. Waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2024 guna menangkap dinamika terbaru dalam perkembangan ekonomi digital dan efektivitas program kewirausahaan nasional. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh langsung melalui penyebaran kuesioner digital (Google Form), serta data sekunder berupa studi kepustakaan dari jurnal nasional terakreditasi, jurnal internasional bereputasi, serta data resmi dari Kementerian Koperasi dan UKM serta Badan Pusat Statistik (BPS).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif yang sedang atau pernah mengikuti program pelatihan penelitian dan kewirausahaan. Program-program tersebut

mencakup Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW), Wirausaha Merdeka (WMK), hingga Inkubator Bisnis Kampus. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik ini dipilih agar peneliti dapat menetapkan subjek berdasarkan kriteria spesifik yang paling relevan dengan tujuan penelitian, yaitu mahasiswa yang benar-benar memiliki keterkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan ide bisnis.

Jumlah sampel yang ditetapkan adalah sebanyak 100 responden. Penentuan jumlah ini didasarkan pada rekomendasi Hair et al. (2022), yang menyatakan bahwa ukuran sampel minimal dalam analisis berbasis *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah 5 hingga 10 kali jumlah indikator penelitian. Mengingat model penelitian ini memiliki struktur variabel laten yang spesifik, jumlah 100 responden dinilai telah memenuhi ambang batas kecukupan untuk menghasilkan estimasi model yang stabil dan akurat dalam menggambarkan perilaku kewirausahaan mahasiswa.

Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert 1–5, yang mencakup kategori mulai dari Sangat Tidak Setuju (skor 1) hingga Sangat Setuju (skor 5). Penggunaan skala ini memungkinkan pengukuran persepsi, sikap, dan minat responden secara sistematis dan fleksibel terhadap indikator-indikator variabel seperti kemampuan teknis digital, kreativitas inovatif, hingga keyakinan dalam mengelola usaha. Setiap variabel dioperasionalisasikan ke dalam dimensi-dimensi yang terukur untuk memastikan validitas empiris dalam proses pengumpulan data.

Model analisis data utama dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan statistik inferensial berbasis *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Metode ini dipilih karena kemampuannya dalam menguji hubungan antarvariabel laten secara simultan tanpa mensyaratkan distribusi data normal secara ketat. Analisis dilakukan melalui dua tahap: (1) Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) untuk menguji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk; serta (2) Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) untuk menguji kekuatan prediksi melalui nilai *R*2, *Q*2, GoF, dan pengujian hipotesis melalui prosedur *bootstrapping*,

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian
   Penelitian ini dilakukan di lingkungan STIE International Golden Institute Jakarta dengan fokus pada mahasiswa yang terintegrasi dalam ekosistem program kewirausahaan nasional. Objek penelitian mencakup peserta program strategis seperti Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW), Wirausaha Merdeka (WMK), dan Inkubator Bisnis Kampus. Program-program ini dirancang untuk mentransformasi orientasi karier mahasiswa dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja melalui penguatan kompetensi bisnis dan teknologi. Secara institusional, pelatihan ini berfungsi

sebagai laboratorium kewirausahaan yang memfasilitasi mahasiswa dalam menghadapi tantangan ekonomi digital yang semakin dinamis.

2. Hasil Analisis Data

a. Statistik Deskriptif Responden

Berdasarkan pengumpulan data terhadap 100 responden, profil demografis menunjukkan komposisi yang beragam dalam ekosistem kewirausahaan kampus.

Tabel 3 Ringkasan Karakteristik Responden

Kategori	Kelompok Dominan	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	58,0%
Usia	21–23 Tahun	54,0%
Program Studi	Manajemen	48,0%
Semester	Semester 6	38,0%
Pengalaman Bisnis	< 1 Tahun	39,0%

Sumber: Data primer diolah (2024).

Dominansi mahasiswa semester 6 (38%) dan program studi Manajemen (48%) mengindikasikan bahwa minat berwirausaha tumbuh paling kuat pada mahasiswa tingkat akhir yang telah memiliki bekal teoretis manajemen yang memadai. Fakta bahwa 39% responden memiliki pengalaman bisnis kurang dari satu tahun menunjukkan bahwa sebagian besar peserta program berada pada fase inkubasi awal, sehingga efektivitas program pelatihan sangat krusial dalam menentukan keberlanjutan usaha mereka.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menjamin bahwa instrumen penelitian memiliki ketepatan dan konsistensi yang tinggi dalam mengukur konstruk laten.

Tabel 4. Indeks Reliabilitas dan Validitas Konstruk

Variabel	*Composite Reliability*	AVE	Keterangan
Entrepreneurial Mindset (X1)	0,895	0,517	Valid & Reliabel
Efikasi Diri (X2)	0,761	0,531	Valid & Reliabel
Literasi Digital (Y1)	0,761	0,518	Valid & Reliabel
Minat Berwirausaha (Y2)	0,728	0,472	Reliabilitas Cukup

Sumber: Data primer diolah (2024).

Berdasarkan kriteria Hair et al. (2022), seluruh variabel dinyatakan reliabel karena nilai *Composite Reliability* > 0,70. Dalam proses pengujian, indikator X2.1 (Efikasi Diri) dieliminasi karena memiliki *loading factor* di bawah 0,50 (0,455), sehingga penyucian data ini meningkatkan validitas konvergen model secara keseluruhan. Nilai AVE pada variabel Minat Berwirausaha yang sedikit di bawah 0,50 (0,472) mengindikasikan adanya variasi indikator yang sangat heterogen pada niat perilaku mahasiswa.

c. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Analisis ini mengukur daya jelas dan kemampuan prediksi model terhadap fenomena minat berwirausaha.

1. Koefisien Determinasi (R2): Nilai R2 untuk Minat Berwirausaha sebesar 0,777 (Kuat) dan Literasi Digital sebesar 0,760 (Kuat).
2. Predictive Relevance (Q2): Nilai Q2 untuk Literasi Digital (0,379) dan Minat Berwirausaha (0,348) berada di atas nol, membuktikan model memiliki relevansi prediktif yang baik.
3. Goodness of Fit (GoF): Perhitungan menghasilkan nilai 0,626, yang termasuk dalam kategori *large fit*.

d. Uji Hipotesis (Path Coefficient)

Pengujian dilakukan menggunakan metode *bootstrapping* untuk menentukan signifikansi hubungan antarvariabel.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Jalur Langsung

Hubungan Jalur	Koefisien	T-Statistik	P-Value	Simpulan
Efikasi Diri → Literasi Digital	0,367	2,020	0,044	Signifikan (+)
Efikasi Diri → Minat Berwirausaha	-0,326	2,083	0,038	Signifikan (-)
Mindset → Literasi Digital	0,421	2,329	0,020	Signifikan (+)
Mindset → Minat	0,932	5,513	0,000	Dominan (+)
Literasi Digital → Minat	0,168	1,378	0,169	Tidak Sig

Sumber: Data primer diolah (2024).

3. Pembahasan Kritis

1. Pengaruh Efikasi Diri terhadap Literasi Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi digital. Mahasiswa yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kemampuan dirinya cenderung lebih percaya diri dalam mempelajari, memahami, dan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas akademik maupun kewirausahaan. Temuan ini sejalan dengan Social Cognitive Theory dari Bandura yang menjelaskan bahwa individu dengan efikasi diri tinggi lebih termotivasi untuk mengembangkan keterampilan baru dan menghadapi tantangan yang dihadapi. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Wahyuni dan Hidayat (2023) yang menyatakan bahwa tingkat kepercayaan diri yang tinggi mampu meningkatkan kemampuan literasi digital mahasiswa.

2. Pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, namun dengan arah hubungan yang negatif. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki keyakinan diri tinggi belum tentu memiliki keinginan yang lebih besar untuk memulai usaha. Kondisi ini dapat dijelaskan oleh karakteristik responden yang masih berada pada tahap persiapan karier dan pengembangan kompetensi akademik, sehingga kepercayaan diri yang

dimiliki lebih diarahkan untuk mencapai tujuan profesional lainnya. Hasil ini berbeda dengan penelitian Nuryakin et al. (2024) dan Al Mamun et al. (2023) yang menemukan bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh efikasi diri dapat dipengaruhi oleh konteks lingkungan, pengalaman, dan karakteristik responden.

3. **Pengaruh Entrepreneurial Mindset terhadap Literasi Digital**
   Hasil penelitian menunjukkan bahwa entrepreneurial mindset berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi digital. Mahasiswa yang memiliki pola pikir kewirausahaan cenderung lebih aktif memanfaatkan teknologi digital untuk mencari informasi, mengenali peluang usaha, membangun jaringan, dan meningkatkan kompetensi bisnis. Secara teoritis, entrepreneurial mindset mendorong individu untuk berpikir kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan, termasuk perkembangan teknologi digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Suryanto et al. (2023) dan Hidayati et al. (2022) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan yang kuat mampu meningkatkan kesiapan dan kemampuan digital seseorang.

4. **Pengaruh Entrepreneurial Mindset terhadap Minat Berwirausaha**
   Hasil penelitian menunjukkan bahwa entrepreneurial mindset berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha serta menjadi faktor yang paling dominan dalam model penelitian. Mahasiswa yang memiliki pola pikir kewirausahaan yang kuat cenderung lebih mampu melihat peluang bisnis, berani mengambil risiko, dan memiliki motivasi untuk menciptakan usaha secara mandiri. Temuan ini mendukung teori kewirausahaan yang menyatakan bahwa pola pikir kewirausahaan merupakan fondasi utama dalam membentuk niat berwirausaha. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Putri dan Widodo (2024) serta Puspitasari dan Nugroho (2022) yang menemukan bahwa entrepreneurial mindset merupakan salah satu faktor terpenting dalam meningkatkan minat berwirausaha pada generasi muda.

5. **Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha**
   Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan mahasiswa dalam menggunakan teknologi digital belum cukup untuk mendorong munculnya keinginan berwirausaha. Meskipun mahasiswa telah mampu mengakses informasi, memanfaatkan media digital, dan menggunakan teknologi secara efektif, kemampuan tersebut belum tentu diikuti oleh motivasi untuk memulai usaha. Hasil ini berbeda dengan penelitian Hassan et al. (2024), Hidayati et al. (2022), dan Purwana et al. (2020) yang menemukan bahwa literasi digital dapat meningkatkan minat berwirausaha. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha lebih banyak dipengaruhi oleh faktor psikologis dan pola pikir kewirausahaan dibandingkan kemampuan digital semata.

6. **Pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha melalui Literasi Digital**
   Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital tidak mampu memediasi pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha. Meskipun efikasi diri terbukti

meningkatkan kemampuan digital mahasiswa, peningkatan tersebut belum cukup kuat untuk mendorong terbentuknya minat berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa yang percaya diri dalam menggunakan teknologi belum tentu memiliki keinginan untuk menjalankan usaha. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Wardana et al. (2021) dan Al Mamun et al. (2023) yang menemukan bahwa faktor-faktor pengembangan diri dapat memengaruhi niat berwirausaha melalui peningkatan kompetensi tertentu. Dalam penelitian ini, literasi digital belum mampu menjadi penghubung yang efektif antara efikasi diri dan minat berwirausaha.

7. **Pengaruh Entrepreneurial Mindset terhadap Minat Berwirausaha melalui Literasi Digital**
   Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital tidak mampu memediasi pengaruh entrepreneurial mindset terhadap minat berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh entrepreneurial mindset terhadap minat berwirausaha terjadi secara langsung tanpa harus melalui peningkatan kemampuan digital terlebih dahulu. Meskipun pola pikir kewirausahaan terbukti meningkatkan literasi digital mahasiswa, kemampuan digital tersebut belum dapat diterjemahkan menjadi dorongan yang kuat untuk memulai usaha. Hasil ini mengindikasikan bahwa faktor utama yang membentuk minat berwirausaha adalah pola pikir kewirausahaan itu sendiri, bukan kemampuan digital yang dimiliki. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa entrepreneurial mindset merupakan faktor paling dominan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa, sedangkan literasi digital belum berperan sebagai variabel mediasi yang efektif dalam model penelitian.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pola pikir kewirausahaan (*entrepreneurial mindset*) merupakan determinan utama yang secara konsisten mendorong peningkatan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa peserta program kewirausahaan. Sebaliknya, ditemukan adanya anomali pada variabel efikasi diri, di mana keyakinan individu terhadap kemampuannya justru berkorelasi negatif dengan minat untuk segera memulai usaha. Sementara itu, meskipun literasi digital dan pola pikir kewirausahaan mampu meningkatkan kecakapan teknologi mahasiswa, literasi digital ditemukan belum mampu memberikan stimulasi langsung maupun bertindak sebagai jembatan mediasi yang signifikan dalam memperkuat intensi kewirausahaan mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa bagi mahasiswa tingkat tinggi, penguasaan teknologi digital dipandang sebagai kompetensi pendukung (*supporting skills*) namun bukan motivasi inti untuk beralih profesi menjadi wirausahawan.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam konteks pendidikan tinggi di Indonesia. Hasil studi ini

mengonfirmasi bahwa komponen sikap (*attitude*), yang direpresentasikan oleh pola pikir kewirausahaan, memiliki validitas prediktif yang paling kuat terhadap intensi perilaku. Namun, temuan mengenai pengaruh negatif efikasi diri memberikan perspektif baru yang menantang asumsi umum TPB; hal ini menunjukkan bahwa pada kelompok mahasiswa terdidik, tingginya persepsi kontrol perilaku (keyakinan diri) dapat menyebabkan evaluasi yang lebih kritis terhadap risiko bisnis, sehingga menurunkan minat jangka pendek untuk berwirausaha dibandingkan mengejar karier profesional yang lebih stabil.

Secara praktis, penelitian ini memberikan sinyal kuat bagi institusi pendidikan bahwa efektivitas program kewirausahaan tidak dapat diukur hanya dari kecanggihan fasilitas digital atau penguasaan materi teknis. Makna strategis dari temuan ini adalah perlunya pergeseran fokus kurikulum dari pengajaran yang bersifat administratif-teknis menuju transformasi mentalitas dan karakter. Mahasiswa memerlukan ekosistem yang mampu mengubah pengetahuan menjadi keberanian bertindak, di mana literasi digital harus diintegrasikan sebagai alat operasional untuk memudahkan peluang, bukan sekadar kompetensi kognitif yang berdiri sendiri.

Saran

Saran untuk Praktisi (Perguruan Tinggi dan Pengelola Program)

1. Reformulasi Kurikulum Berbasis *Mindset*: Institusi pendidikan disarankan untuk menyusun program pembelajaran yang lebih menekankan pada aspek psikologis kewirausahaan, seperti ketahanan menghadapi kegagalan (*resilience*), pengenalan peluang inovatif, dan pengambilan risiko yang terukur, mengingat faktor ini adalah penggerak utama minat mahasiswa.
2. Implementasi *Experiential Learning*: Pengelola program seperti P2MW atau WMK perlu memperbanyak kegiatan praktik langsung, seperti inkubasi bisnis, pendampingan intensif oleh praktisi (*mentoring*), dan simulasi pasar riil, guna menyelaraskan efikasi diri mahasiswa dengan realitas dunia usaha sehingga keyakinan diri tersebut berubah menjadi motivasi bisnis yang positif.
3. Integrasi Literasi Digital Terapan: Pelatihan teknologi digital sebaiknya diarahkan pada penggunaan platform secara praktis, seperti *digital branding*, optimasi *e-commerce*, dan analisis data pasar, agar mahasiswa melihat korelasi nyata antara kemampuan digital dengan kemudahan memulai usaha.

Saran untuk Peneliti Selanjutnya

1. Ekspansi Variabel dan Model: Mengingat nilai *R*2 yang masih menyisakan ruang bagi faktor lain, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel eksternal seperti dukungan keluarga, akses permodalan, lingkungan sosial, serta motivasi ekonomi yang mungkin memiliki pengaruh lebih kuat pada niat mahasiswa.

2. Perluasan Cakupan Objek: Penelitian berikutnya diharapkan dapat melakukan studi komparatif dengan melibatkan sampel yang lebih besar dari berbagai wilayah geografis dan jenis perguruan tinggi yang berbeda untuk meningkatkan tingkat generalisasi temuan.
3. Pendekatan Kualitatif Mendalam: Mengingat adanya anomali pada hubungan efikasi diri terhadap minat, disarankan adanya penelitian kualitatif (studi kasus atau fenomenologi) untuk menggali lebih dalam alasan psikologis di balik resistensi mahasiswa yang memiliki keyakinan diri tinggi terhadap jalur karier kewirausahaan.

Daftar Pustaka

Al Mamun, A., Fazal, S. A., & Muniady, R. (2023). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention among university students. *Journal of Entrepreneurship Education*, 26(2), 1–15.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.

Chen, Y. W. (2022). Entrepreneurial intention among university students: The role of self-efficacy and planned behavior. *Journal of Entrepreneurship Education*, 25(4), 1–15.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). Sage Publications.

Hassan, M., Ahmed, R., & Khan, S. (2024). Digital literacy and entrepreneurial intention among university students. *Journal of Entrepreneurship Education*, 27(1), 1–15.

Hidayati, N., Nugroho, A., & Prasetyo, D. (2022). Digital competence and entrepreneurship intention among university students. *Journal of Educational Technology*, 19(2), 122–136.

Liñán, F., & Fayolle, A. (2020). A systematic literature review on entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1), 1–29.

Nuryakin, N., Pramono, S., & Setyawan, A. (2024). Self-efficacy and entrepreneurial intention among Indonesian students. *Journal of Entrepreneurship Education*, 27(2), 1–12.

Puspitasari, D., & Nugroho, A. (2022). Entrepreneurial mindset among young entrepreneurs and university students. *Journal of Entrepreneurship Education*, 25(5), 1–12.

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2024). Partial least squares structural equation modeling. In Handbook of Market Research (pp. 587–632). Springer.

Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Ed. 2). Alfabeta.

Suryanto, T., Pratama, A., & Nugraha, H. (2023). Entrepreneurial mindset and entrepreneurial readiness among university students. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 49(3), 356–372.

Tjiptono, F. (2022). *Strategi Pemasaran: Prinsip Dan Penerapan Instrumen Pasar*. Andi Offset.

UNESCO. (2021). *Digital literacy global framework*. Paris: UNESCO Publishing.

Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., & Mahendra, A. M. (2021). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: The mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 7(4), e06846.