



Model Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa: Peran Pembelajaran Kewirausahaan, Literasi Digital, dan *Self-Efficacy*

Fadli Agus Triansyah^{1*}, Marito Ritonga², Lulu Fajarwati³, Refi Adiyaksa Harahap⁴, Viory Salsabila⁵, Azhar Basir Pulungan⁶

^{1-2,4-6}Program Studi Kewirausahaan, Universitas Negeri Medan, Indonesia

³Program Studi Pendidikan Tata Boga, Universitas Negeri Medan, Indonesia

*Penulis Korespondensi: fadliagus@unimed.ac.id

Abstract. *This study aims to examine a model of students' digital entrepreneurial intention by analyzing the roles of entrepreneurship learning, digital literacy, and self-efficacy. A quantitative explanatory approach was employed involving 200 students of the Faculty of Economics, Universitas Negeri Medan. Data were collected using a five-point Likert-scale questionnaire and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results show that entrepreneurship learning has a positive and significant effect on digital entrepreneurial intention, while digital literacy and self-efficacy also have significant positive effects. Furthermore, entrepreneurship learning and digital literacy significantly enhance students' self-efficacy. The mediation analysis demonstrates that self-efficacy significantly mediates the effects of both entrepreneurship learning and digital literacy on digital entrepreneurial intention. The model explains 85.9% of the variance in digital entrepreneurial intention and 87.2% of the variance in self-efficacy. These findings indicate that strengthening students' digital entrepreneurial intention requires an integrated approach combining entrepreneurship learning, digital competencies, and psychological confidence. The study provides practical implications for higher education institutions in designing entrepreneurship learning that incorporates digital technology, experiential activities, and strategies for strengthening students' self-efficacy.*

Keywords: *Digital Entrepreneurial Intention; Digital Literacy; Entrepreneurship Learning; Higher Education; Self-Efficacy.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis model minat berwirausaha digital mahasiswa dengan menguji peran pembelajaran kewirausahaan, literasi digital, dan *self-efficacy*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan melibatkan 200 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert lima tingkat dan dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha digital, demikian pula literasi digital dan *self-efficacy*. Pembelajaran kewirausahaan dan literasi digital juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-efficacy*. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa *self-efficacy* secara signifikan memediasi pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan literasi digital terhadap minat berwirausaha digital. Model penelitian mampu menjelaskan 85,9% variasi minat berwirausaha digital dan 87,2% variasi *self-efficacy*. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan minat berwirausaha digital mahasiswa memerlukan pendekatan terpadu yang menggabungkan pembelajaran kewirausahaan, kompetensi digital, dan keyakinan terhadap kemampuan diri. Penelitian memberikan implikasi bagi perguruan tinggi dalam mengembangkan pembelajaran kewirausahaan yang terintegrasi dengan teknologi digital, aktivitas pengalaman, dan strategi penguatan *self-efficacy* mahasiswa..

Kata kunci: *Higher Education; Literasi Digital; Minat Berwirausaha Digital; Pembelajaran Kewirausahaan; Self-Efficacy.*

1. LATAR BELAKANG

Transformasi ekonomi digital telah mengubah cara individu menciptakan, mengembangkan, dan menangkap nilai ekonomi. Perkembangan teknologi digital tidak hanya mendorong perubahan pada proses bisnis yang telah ada, tetapi juga menciptakan peluang baru bagi lahirnya model usaha berbasis platform, media sosial, perdagangan elektronik, dan berbagai ekosistem digital. Dalam konteks tersebut, kewirausahaan memiliki peran penting

dalam mendorong penciptaan lapangan kerja, inovasi, dan kemampuan adaptasi ekonomi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis (Coulibaly et al., 2018; Basu et al., 2022). Perkembangan kewirausahaan juga semakin berkaitan dengan kesiapan suatu negara dalam membangun lingkungan yang mendukung aktivitas kewirausahaan. Global Entrepreneurship Index, misalnya, menempatkan Indonesia pada peringkat ke-45 dengan skor 15,42 pada indeks tahun 2021, sementara Malaysia berada pada peringkat ke-14 dengan skor 23,60. Data tersebut menunjukkan bahwa pengembangan ekosistem kewirausahaan Indonesia masih menghadapi tantangan dibandingkan sejumlah negara lain, sehingga penguatan kapasitas kewirausahaan menjadi agenda yang relevan dalam pembangunan sumber daya manusia dan ekonomi nasional.

Tantangan tersebut menjadi semakin penting ketika dikaitkan dengan kondisi pasar kerja lulusan pendidikan tinggi. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Indonesia pada Agustus 2025 mencapai 4,85 persen, dengan jumlah angkatan kerja sekitar 154 juta orang. Berdasarkan tingkat pendidikan, lulusan universitas masih menghadapi TPT sebesar 5,25 persen, sedangkan lulusan SMA umum mencapai 7,05 persen dan SMK 9,01 persen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan pendidikan formal belum secara otomatis menjamin terserapnya lulusan ke dalam pasar kerja. Dalam situasi demikian, perguruan tinggi tidak hanya dituntut menghasilkan lulusan yang siap memasuki pasar kerja sebagai *job seeker*, tetapi juga perlu membangun kapasitas lulusan untuk menciptakan peluang ekonomi sebagai *job creator* melalui penguatan kompetensi dan orientasi kewirausahaan.

Persoalan tersebut memiliki relevansi yang lebih kuat di Provinsi Sumatera Utara. Berdasarkan data BPS Provinsi Sumatera Utara, TPT pada Agustus 2025 mencapai 5,32 persen, dengan TPT lulusan SMK sebesar 7,19 persen, SMA umum sebesar 6,86 persen, dan lulusan universitas sebesar 6,90 persen. Dengan demikian, tingkat pengangguran lulusan universitas di Sumatera Utara bahkan lebih tinggi dibandingkan angka nasional yang digunakan sebagai pembanding dalam penelitian ini. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya kebutuhan untuk memperkuat alternatif kesiapan karier mahasiswa sebelum memasuki dunia kerja, salah satunya melalui pengembangan orientasi kewirausahaan yang memanfaatkan teknologi digital. Kewirausahaan digital memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengidentifikasi peluang, mengembangkan produk dan layanan, membangun jaringan pasar, serta menciptakan usaha dengan memanfaatkan sumber daya digital yang relatif lebih fleksibel dibandingkan model usaha konvensional.

Perguruan tinggi memiliki posisi strategis dalam membentuk minat dan kesiapan mahasiswa untuk memasuki aktivitas kewirausahaan. Salah satu instrumen yang dapat digunakan adalah pembelajaran kewirausahaan. Pembelajaran kewirausahaan tidak hanya berfungsi memberikan pengetahuan mengenai konsep dan proses bisnis, tetapi juga dapat membentuk kemampuan mahasiswa dalam mengenali peluang, mengembangkan ide, mengambil keputusan, memecahkan masalah, dan mengembangkan orientasi terhadap penciptaan usaha. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pendidikan atau pembelajaran kewirausahaan memiliki hubungan positif dengan minat atau intensi berwirausaha mahasiswa. Wu et al. (2022), misalnya, menemukan bahwa *entrepreneurship education* berhubungan positif dengan *entrepreneurial self-efficacy* dan *entrepreneurial intention*, sementara *entrepreneurial self-efficacy* juga berhubungan positif dengan intensi berwirausaha. Temuan serupa ditunjukkan oleh Anwar et al. (2022), yang menemukan bahwa *entrepreneurial education* memengaruhi *entrepreneurial intention* baik secara langsung maupun melalui *entrepreneurial self-efficacy*.

Perkembangan kewirausahaan ke arah lingkungan digital selanjutnya menuntut mahasiswa memiliki kompetensi yang lebih luas daripada sekadar pengetahuan kewirausahaan. Salah satu kompetensi yang semakin penting adalah literasi digital. Literasi digital mencakup kemampuan individu dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, menggunakan, dan menciptakan informasi melalui teknologi digital. Dalam konteks kewirausahaan, kemampuan tersebut memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh informasi pasar, mengidentifikasi peluang bisnis, mengembangkan konten, memanfaatkan platform digital, berkomunikasi dengan konsumen, serta menggunakan teknologi secara produktif dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, literasi digital dapat menjadi modal kompetensi yang membantu mahasiswa mengenali dan mengeksplorasi peluang kewirausahaan yang muncul dari transformasi digital.

Hubungan antara kompetensi digital dan minat berwirausaha semakin mendapat perhatian dalam penelitian kewirausahaan kontemporer. Penelitian mengenai *digital entrepreneurship education* menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang berorientasi digital dapat mendorong *digital entrepreneurial intention* mahasiswa. Studi terhadap mahasiswa di Indonesia, misalnya, menunjukkan adanya hubungan antara *digital entrepreneurship education* dan *entrepreneurial intention* dengan mekanisme tertentu yang melibatkan penggunaan media sosial dan *entrepreneurial intuition* (How does digital entrepreneurship education promote entrepreneurial intention?, 2023). Penelitian lain terhadap mahasiswa juga menunjukkan bahwa *digital entrepreneurial education* berhubungan positif dengan *digital entrepreneurial knowledge* dan *digital entrepreneurial self-efficacy*, yang pada

akhirnya berkontribusi terhadap pembentukan *digital entrepreneurial intention* (Antecedents of digital entrepreneurial intention among engineering students, 2024).

Meskipun demikian, faktor pendidikan dan kompetensi digital belum sepenuhnya menjelaskan mengapa mahasiswa yang memperoleh pengalaman pembelajaran dan memiliki kemampuan digital yang relatif baik memiliki tingkat minat berwirausaha yang berbeda. Faktor psikologis individu menjadi bagian penting dalam menjelaskan proses tersebut, salah satunya adalah *self-efficacy*. Konsep *self-efficacy* merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya untuk melaksanakan tindakan tertentu dan mencapai hasil yang diharapkan. Dalam konteks kewirausahaan, keyakinan terhadap kemampuan diri dapat memengaruhi keberanian individu dalam mengambil keputusan, menghadapi risiko, memecahkan masalah, mengembangkan ide, dan bertahan ketika menghadapi ketidakpastian. Karena itu, mahasiswa yang memiliki *self-efficacy* tinggi secara teoritis memiliki kecenderungan lebih kuat untuk memandang aktivitas kewirausahaan sebagai sesuatu yang dapat dilakukan dan dikendalikan.

Peran *self-efficacy* sebagai mekanisme psikologis juga telah memperoleh dukungan empiris. Wu et al. (2022) menunjukkan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* memediasi hubungan antara *entrepreneurship education* dan *entrepreneurial intention*. Penelitian Anwar et al. (2022) juga menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan dan pengenalan peluang berpengaruh terhadap intensi berwirausaha melalui *entrepreneurial self-efficacy*. Temuan yang lebih baru menunjukkan bahwa *entrepreneurship education* tidak hanya berkaitan dengan intensi berwirausaha secara langsung, tetapi juga dapat memengaruhi intensi melalui mekanisme psikologis seperti *entrepreneurial self-efficacy*, *entrepreneurial alertness*, dan *opportunity recognition* (Otache et al., 2024).

Dalam konteks kewirausahaan digital, mekanisme tersebut menjadi semakin relevan karena aktivitas usaha berbasis digital menuntut individu memiliki keyakinan untuk menggunakan teknologi, mengembangkan ide bisnis, merespons perubahan pasar, berkomunikasi melalui media digital, dan mengambil keputusan dalam lingkungan yang penuh ketidakpastian. Studi terbaru mengenai *digital entrepreneurial education* menunjukkan bahwa *digital entrepreneurial self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *digital entrepreneurial intention* dan mampu memediasi hubungan antara pendidikan kewirausahaan digital dan intensi berwirausaha digital. Temuan tersebut memperkuat argumentasi bahwa pengembangan minat berwirausaha digital tidak cukup hanya melalui peningkatan pengetahuan atau keterampilan, tetapi juga perlu memperhatikan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan berbasis digital.

Penelitian mengenai hubungan pembelajaran kewirausahaan, literasi digital, *self-efficacy*, dan minat berwirausaha juga memiliki kesinambungan dengan penelitian terdahulu penulis. Penelitian sebelumnya yang dilakukan pada mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan telah mengkaji peran *technopreneurial self-efficacy* dalam memediasi pengaruh *technopreneurial learning* dan literasi digital terhadap *technopreneurial intention*. Proposal penelitian ini secara eksplisit menempatkan penelitian terdahulu tersebut sebagai salah satu pijakan pengembangan model penelitian saat ini. Dengan demikian, penelitian ini tidak ditempatkan sebagai kajian yang terlepas dari penelitian sebelumnya, tetapi sebagai pengembangan lebih lanjut dengan melakukan kontekstualisasi konstruk menjadi pembelajaran kewirausahaan, literasi digital, *self-efficacy*, dan minat berwirausaha digital pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Meskipun penelitian mengenai pendidikan kewirausahaan, literasi digital, *self-efficacy*, dan intensi berwirausaha telah berkembang, masih terdapat ruang pengembangan empiris. Pertama, sebagian penelitian terdahulu berfokus pada *entrepreneurial intention* secara umum, sedangkan kajian yang secara spesifik menempatkan minat berwirausaha digital sebagai konstruk utama masih relatif berkembang. Kedua, penelitian tentang kewirausahaan digital banyak menggunakan pendidikan kewirausahaan digital atau *digital entrepreneurial education* sebagai prediktor, sementara peran pembelajaran kewirausahaan secara lebih luas yang dikombinasikan dengan literasi digital belum banyak diuji dalam satu model. Ketiga, meskipun *self-efficacy* telah terbukti menjadi mekanisme penting dalam hubungan pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha, integrasi pembelajaran kewirausahaan dan literasi digital dengan *self-efficacy* sebagai mediator dalam konteks mahasiswa Fakultas Ekonomi di perguruan tinggi Indonesia masih membutuhkan pengujian empiris lebih lanjut. Studi mengenai *digital entrepreneurship education* pada mahasiswa Indonesia memang telah dilakukan, tetapi menggunakan mekanisme mediasi yang berbeda, seperti *entrepreneurial intuition* dan penggunaan media sosial.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, kebaruan penelitian ini terletak pada pengembangan model integratif yang menghubungkan pembelajaran kewirausahaan dan literasi digital dengan minat berwirausaha digital melalui peran mediasi *self-efficacy*. Model tersebut diuji pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang berasal dari sembilan program studi, sehingga memberikan konteks empiris yang lebih luas dibandingkan penelitian yang hanya berfokus pada satu program studi atau bidang keilmuan tertentu. Secara konseptual, penelitian ini berupaya menghubungkan aspek pendidikan, kompetensi digital, dan faktor psikologis dalam menjelaskan pembentukan minat berwirausaha digital mahasiswa.

Pendekatan tersebut sejalan dengan kebutuhan pengembangan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi yang tidak hanya menekankan penguasaan konsep bisnis, tetapi juga kemampuan memanfaatkan teknologi dan keyakinan mahasiswa terhadap kapasitas dirinya untuk menciptakan peluang usaha.

Urgensi penelitian semakin kuat karena Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan memiliki lingkungan akademik yang terdiri atas bidang akuntansi, manajemen, bisnis digital, kewirausahaan, ilmu ekonomi, dan pendidikan ekonomi serta bidang pendidikan bisnis lainnya. Keragaman latar belakang akademik tersebut memberikan konteks yang relevan untuk menguji apakah pembelajaran kewirausahaan, literasi digital, dan *self-efficacy* secara bersama-sama dapat menjelaskan pembentukan minat berwirausaha digital mahasiswa. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi empiris terhadap kajian kewirausahaan dan manajemen pendidikan, tetapi juga menyediakan dasar bagi penguatan pembelajaran kewirausahaan yang lebih responsif terhadap transformasi digital. Posisi penelitian tersebut konsisten dengan roadmap Program Studi Kewirausahaan yang menempatkan penguatan sumber daya manusia kewirausahaan, literasi digital, serta pembentukan sikap dan minat berwirausaha sebagai fondasi pengembangan kewirausahaan digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model minat berwirausaha digital mahasiswa dengan menguji peran pembelajaran kewirausahaan dan literasi digital terhadap minat berwirausaha digital serta menguji *self-efficacy* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Model penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman empiris mengenai bagaimana faktor pendidikan dan kompetensi digital berkontribusi terhadap pembentukan minat berwirausaha digital melalui mekanisme psikologis individu.

2. KAJIAN TEORITIS

Pembelajaran Kewirausahaan

Pembelajaran kewirausahaan merupakan proses pendidikan yang dirancang untuk membangun pengetahuan, keterampilan, sikap, dan kemampuan mahasiswa dalam mengenali peluang, mengembangkan ide bisnis, mengelola sumber daya, mengambil keputusan, serta merancang dan menjalankan aktivitas usaha. Pembelajaran kewirausahaan tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan mengenai konsep bisnis, tetapi juga pada pembentukan pengalaman dan kemampuan mahasiswa dalam menghadapi persoalan nyata dalam dunia usaha. Dalam konteks pendidikan tinggi, pembelajaran kewirausahaan menjadi salah satu

instrumen penting untuk membangun orientasi mahasiswa dari sekadar pencari kerja menjadi individu yang mampu menciptakan peluang kerja.

Triansyah et al. (2023) melalui *systematic review* mengenai *entrepreneurship learning* dan *entrepreneurship intention* menunjukkan bahwa penelitian pada bidang tersebut berkembang pada berbagai aspek, antara lain pembelajaran berbasis pengalaman, karakteristik individu, kreativitas, *entrepreneurial self-efficacy*, serta faktor kognitif dan sosial. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan tidak berdiri sendiri, tetapi berinteraksi dengan karakteristik psikologis mahasiswa dalam pembentukan intensi kewirausahaan.

Dalam lingkungan ekonomi digital, pembelajaran kewirausahaan juga perlu mengalami penyesuaian dengan karakteristik bisnis berbasis teknologi. Mahasiswa perlu memperoleh pengalaman pembelajaran yang memungkinkan mereka memahami peluang pasar digital, penggunaan platform digital, pengembangan produk, pemasaran digital, komunikasi dengan konsumen, dan pengelolaan usaha berbasis teknologi. Penelitian Machmud et al. (2020) menunjukkan bahwa *technopreneurial learning* berpengaruh signifikan terhadap *technopreneurship intention* pada generasi muda Indonesia. Studi tersebut juga memperlihatkan bahwa proses pembelajaran dapat menjadi bagian penting dalam membentuk kecenderungan individu untuk memasuki kewirausahaan berbasis teknologi.

Penelitian Alamsyahrir dan Ie (2022) juga menemukan bahwa *entrepreneurship education* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *technopreneurial intention* mahasiswa. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa pembelajaran kewirausahaan dapat menjadi stimulus pendidikan yang mendorong mahasiswa untuk mempertimbangkan kewirausahaan berbasis teknologi sebagai pilihan karier. Dengan demikian, dalam penelitian ini pembelajaran kewirausahaan dipandang sebagai faktor pendidikan yang dapat membentuk minat mahasiswa untuk memulai dan mengembangkan usaha digital.

Literasi Digital

Literasi digital merupakan kemampuan individu dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, menggunakan, dan menghasilkan informasi melalui berbagai perangkat dan lingkungan digital. Dalam konteks pendidikan dan kewirausahaan, literasi digital memiliki cakupan yang lebih luas daripada kemampuan mengoperasikan perangkat teknologi. Literasi digital juga berkaitan dengan kemampuan menemukan dan mengevaluasi informasi, berkomunikasi melalui media digital, menghasilkan konten, memahami aspek etika dan keamanan digital, serta memanfaatkan teknologi untuk menyelesaikan masalah dan menciptakan nilai.

Dalam kewirausahaan digital, literasi digital dapat menjadi sumber daya penting karena proses identifikasi peluang, pengembangan produk, pemasaran, komunikasi dengan pelanggan, dan pengelolaan informasi bisnis semakin bergantung pada teknologi digital. Mahasiswa dengan kemampuan digital yang baik memiliki peluang lebih besar untuk mengakses informasi pasar, mengeksplorasi ide bisnis, memanfaatkan platform digital, serta memahami perubahan kebutuhan konsumen. Penelitian Maudina et al. menunjukkan bahwa literasi digital dan kualitas pembelajaran kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan *entrepreneurial intention* mahasiswa.

Hubungan tersebut semakin terlihat dalam kajian kewirausahaan digital. Penelitian terhadap mahasiswa di Indonesia menunjukkan bahwa literasi digital dapat berkontribusi terhadap pembentukan sikap dan kecenderungan untuk memasuki kewirausahaan digital. Studi terhadap mahasiswa teknik di Indonesia juga menemukan bahwa peningkatan literasi digital berkaitan dengan pembentukan *entrepreneurial mindset*, sikap terhadap kewirausahaan digital, dan *digital entrepreneurial intention*. Sementara itu, penelitian terhadap mahasiswa dan praktisi komunikasi menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan sosial.

Literasi digital dalam penelitian ini diposisikan sebagai kompetensi yang memungkinkan mahasiswa mengubah akses terhadap teknologi dan informasi digital menjadi kapasitas untuk mengenali serta mengeksplorasi peluang usaha. Semakin baik literasi digital mahasiswa, semakin besar kemungkinan mereka memiliki kesiapan kognitif dan keterampilan untuk mempertimbangkan kewirausahaan digital sebagai pilihan aktivitas maupun karier.

Self-Efficacy

Self-efficacy merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam melaksanakan tindakan tertentu dan mencapai hasil yang diharapkan. Dalam konteks kewirausahaan, *self-efficacy* berkaitan dengan keyakinan individu bahwa dirinya mampu merencanakan usaha, mengambil keputusan, mengelola sumber daya, menghadapi risiko, memecahkan masalah, mengembangkan ide, serta menjalankan aktivitas bisnis. Oleh karena itu, *self-efficacy* tidak hanya merepresentasikan kemampuan yang dimiliki seseorang, tetapi juga keyakinannya bahwa kemampuan tersebut dapat digunakan secara efektif ketika menghadapi tuntutan tertentu.

Posisi *self-efficacy* menjadi penting karena keputusan untuk memasuki dunia kewirausahaan melibatkan ketidakpastian, risiko, dan kebutuhan untuk terus beradaptasi. Mahasiswa yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kemampuan dirinya cenderung lebih berani mengeksplorasi peluang dan mempertimbangkan aktivitas kewirausahaan sebagai

sesuatu yang dapat dilakukan. Sebaliknya, keterbatasan keyakinan terhadap kemampuan diri dapat membuat individu menghindari aktivitas yang dianggap terlalu berisiko atau sulit.

Dalam konteks kewirausahaan berbasis teknologi, Salhie dan Al-Abdallat (2022) menemukan bahwa *technopreneurial self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *technopreneurial intention* pada 378 mahasiswa teknik. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa *academic self-efficacy* memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap *technopreneurial intention* melalui *technopreneurial self-efficacy*. Temuan tersebut memberikan dasar bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya merupakan mekanisme psikologis yang relevan dalam menjelaskan pembentukan intensi untuk memasuki kewirausahaan berbasis teknologi.

Temuan serupa ditunjukkan oleh Alamsyahrir dan Ie (2022), yang menemukan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *technopreneurial intention* mahasiswa. Selain itu, penelitian Duong et al. (2024) menunjukkan bahwa *digital entrepreneurial education* dan *digital entrepreneurial self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *digital entrepreneurial intention*, serta *digital entrepreneurial self-efficacy* memediasi sebagian pengaruh pendidikan kewirausahaan digital terhadap intensi tersebut.

Temuan-temuan tersebut memperkuat posisi *self-efficacy* sebagai variabel psikologis yang tidak hanya dapat menjadi prediktor langsung, tetapi juga dapat berfungsi sebagai mekanisme yang meneruskan pengaruh faktor pendidikan dan kompetensi menuju pembentukan minat berwirausaha digital.

Minat Berwirausaha Digital

Minat berwirausaha digital (*digital entrepreneurial intention*) merupakan kecenderungan atau niat individu untuk memulai, memiliki, dan mengembangkan aktivitas usaha dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian penting dari penciptaan dan penyampaian nilai. Konsep ini merupakan pengembangan dari *entrepreneurial intention* dalam konteks perubahan lingkungan bisnis yang semakin terdigitalisasi. Minat tidak selalu menunjukkan bahwa individu telah menjalankan usaha, tetapi menunjukkan adanya orientasi, keinginan, komitmen, dan rencana untuk melakukan aktivitas kewirausahaan pada masa mendatang.

Intensi memiliki posisi penting dalam kajian kewirausahaan karena keputusan untuk memulai usaha umumnya didahului oleh proses pembentukan niat. Dalam konteks kewirausahaan berbasis teknologi, intensi menjadi semakin penting karena calon wirausaha perlu memiliki kesiapan untuk menggunakan teknologi, mengeksplorasi peluang digital, serta menghadapi ketidakpastian yang muncul dari perubahan teknologi dan pasar. Salhie dan Al-Abdallat (2022) menunjukkan bahwa *technopreneurial intention* merupakan konstruk yang

dapat dijelaskan melalui keyakinan individu terhadap kemampuan menjalankan tugas teknologi dan kewirausahaan.

Penelitian kontemporer juga memperlihatkan bahwa pembentukan *digital entrepreneurial intention* berkaitan dengan faktor pendidikan, pengetahuan, sikap, dan *self-efficacy*. Penelitian terhadap mahasiswa teknik menunjukkan bahwa *digital entrepreneurial education* berkontribusi terhadap *digital entrepreneurial knowledge* dan *digital entrepreneurial self-efficacy*, yang selanjutnya berkaitan dengan sikap dan intensi terhadap kewirausahaan digital. Penelitian lain terhadap mahasiswa Indonesia menemukan bahwa *digital entrepreneurship education* berpengaruh terhadap *digital entrepreneurial self-efficacy* dan *digital entrepreneurial intention*.

Dalam penelitian ini, minat berwirausaha digital dipahami sebagai kecenderungan mahasiswa untuk memilih, merencanakan, dan mempersiapkan diri menjadi *digitalpreneur*. Konstruk tersebut mencakup keinginan memulai usaha digital, preferensi terhadap kewirausahaan sebagai pilihan karier, kesediaan berusaha, niat memulai usaha pada masa mendatang, serta persiapan untuk menjalankan usaha digital.

Hubungan Pembelajaran Kewirausahaan dengan Minat Berwirausaha Digital

Pembelajaran kewirausahaan memberikan mahasiswa pengetahuan dan pengalaman yang dapat mengurangi ketidakpastian mengenai proses pendirian dan pengelolaan usaha. Melalui pembelajaran, mahasiswa memperoleh kesempatan untuk memahami peluang, mengembangkan ide, melakukan perencanaan, mempelajari strategi pemasaran, dan memahami berbagai risiko bisnis. Proses tersebut dapat meningkatkan daya tarik kewirausahaan dan mendorong mahasiswa mempertimbangkan aktivitas usaha sebagai pilihan karier.

Triansyah et al. (2023) menunjukkan bahwa *entrepreneurship learning* merupakan salah satu fokus penting dalam penelitian mengenai pembentukan *entrepreneurship intention*, termasuk melalui pembelajaran berbasis pengalaman dan pengembangan *entrepreneurial self-efficacy*. Sementara itu, penelitian Machmud et al. (2020) dan Alamsyahrir dan Ie (2022) memberikan bukti empiris mengenai hubungan positif pembelajaran atau pendidikan kewirausahaan dengan intensi kewirausahaan berbasis teknologi.

Berdasarkan argumentasi tersebut, penelitian ini mengajukan dugaan bahwa semakin baik pembelajaran kewirausahaan yang diterima mahasiswa, semakin kuat minat mereka untuk memasuki kewirausahaan digital.

H1: Pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa.

Hubungan Literasi Digital dengan Minat Berwirausaha Digital

Literasi digital memberikan kemampuan kepada mahasiswa untuk menggunakan teknologi dan informasi secara produktif dalam mengenali serta mengembangkan peluang usaha. Kemampuan mengakses informasi, mengevaluasi kredibilitas sumber, menghasilkan konten, berkomunikasi secara digital, dan memanfaatkan teknologi untuk menyelesaikan masalah merupakan kompetensi yang relevan dengan karakteristik kewirausahaan digital.

Penelitian Maudina et al. menunjukkan adanya hubungan antara literasi digital dan *entrepreneurial intention*, sedangkan penelitian yang lebih spesifik terhadap kewirausahaan digital menunjukkan bahwa literasi digital berkontribusi terhadap pembentukan *entrepreneurial mindset*, sikap, dan intensi kewirausahaan digital mahasiswa. Kajian literatur mengenai literasi digital dan *digital entrepreneurial intention* juga menunjukkan kecenderungan bahwa literasi digital memiliki peran positif dalam meningkatkan kemampuan generasi muda untuk mengembangkan ide dan peluang kewirausahaan digital.

Dengan demikian, mahasiswa yang memiliki literasi digital lebih baik diperkirakan memiliki kemampuan lebih besar untuk mengenali dan mengeksplorasi peluang usaha digital, sehingga pada akhirnya memiliki minat yang lebih tinggi untuk menjadi *digitalpreneur*.

H2: Literasi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa.

Hubungan Self-Efficacy dengan Minat Berwirausaha Digital

Minat untuk memasuki kewirausahaan tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan dan kompetensi, tetapi juga oleh keyakinan mahasiswa bahwa dirinya mampu menjalankan aktivitas tersebut. *Self-efficacy* memberikan dasar psikologis bagi individu untuk menentukan seberapa jauh dirinya bersedia menghadapi tantangan dan mengarahkan usaha ketika melakukan suatu aktivitas.

Dalam kewirausahaan berbasis teknologi, keyakinan tersebut mencakup kemampuan merencanakan usaha, mengembangkan produk, memasarkan produk, mengambil keputusan, mengelola risiko, berkomunikasi dengan pelanggan dan mitra, serta beradaptasi dengan perubahan teknologi. Salhie dan Al-Abdallat (2022) menunjukkan bahwa *technopreneurial self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *technopreneurial intention*. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Alamsyahrir dan Ie (2022) dalam konteks mahasiswa Indonesia.

Berdasarkan landasan tersebut, mahasiswa yang memiliki keyakinan lebih tinggi terhadap kemampuan dirinya dalam menjalankan usaha digital diperkirakan memiliki minat yang lebih kuat untuk memilih kewirausahaan digital sebagai aktivitas atau pilihan karier.

H3: *Self-efficacy* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa.

Peran Mediasi *Self-Efficacy* dalam Hubungan Pembelajaran Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha Digital

Pembelajaran kewirausahaan dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman kepada mahasiswa, tetapi pengetahuan tersebut tidak selalu secara otomatis menghasilkan minat untuk berwirausaha. Proses pembelajaran perlu diterjemahkan menjadi keyakinan bahwa mahasiswa memiliki kemampuan untuk menggunakan pengetahuan tersebut dalam menghadapi situasi kewirausahaan. Dalam perspektif tersebut, *self-efficacy* dapat berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang menghubungkan pengalaman pendidikan dengan pembentukan minat.

Penelitian Mahmud et al. (2020) menunjukkan adanya hubungan antara *technopreneurial learning*, *ICT self-efficacy*, dan *technopreneurship intention* pada generasi muda Indonesia. Penelitian Salhie dan Al-Abdallat (2022) juga memperlihatkan bahwa *academic self-efficacy* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *technopreneurial intention* melalui *technopreneurial self-efficacy*. Lebih lanjut, penelitian Duong et al. (2024) menemukan bahwa *digital entrepreneurial self-efficacy* memediasi pengaruh *digital entrepreneurial education* terhadap *digital entrepreneurial intention*.

Temuan tersebut memberikan dasar bahwa pengalaman pembelajaran kewirausahaan dapat membentuk keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan kewirausahaannya, yang selanjutnya mendorong munculnya minat untuk memasuki kewirausahaan digital. Oleh karena itu, *self-efficacy* diposisikan sebagai mekanisme mediasi dalam hubungan pembelajaran kewirausahaan dengan minat berwirausaha digital.

H4: *Self-efficacy* memediasi pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa.

Peran Mediasi *Self-Efficacy* dalam Hubungan Literasi Digital dan Minat Berwirausaha Digital

Literasi digital memberikan kemampuan teknis dan kognitif yang diperlukan untuk beraktivitas dalam lingkungan digital, tetapi kemampuan tersebut belum tentu secara langsung menghasilkan minat untuk menjadi wirausaha digital. Mahasiswa perlu memiliki keyakinan bahwa kemampuan digital yang dimilikinya dapat digunakan untuk menyelesaikan tugas-tugas kewirausahaan, seperti mengembangkan produk, mengidentifikasi pasar, melakukan pemasaran, memecahkan masalah, dan beradaptasi dengan perubahan teknologi.

Penelitian mengenai kewirausahaan digital menunjukkan hubungan yang erat antara pendidikan atau kompetensi digital, *self-efficacy*, dan *digital entrepreneurial intention*. Duong et al. (2024) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan digital berpengaruh positif terhadap *digital entrepreneurial self-efficacy* dan *digital entrepreneurial intention*, dengan *self-*

efficacy berperan sebagai mediator. Penelitian terhadap mahasiswa teknik juga menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan digital meningkatkan pengetahuan dan *digital entrepreneurial self-efficacy*, sementara *digital entrepreneurial self-efficacy* berkaitan dengan sikap dan intensi kewirausahaan digital.

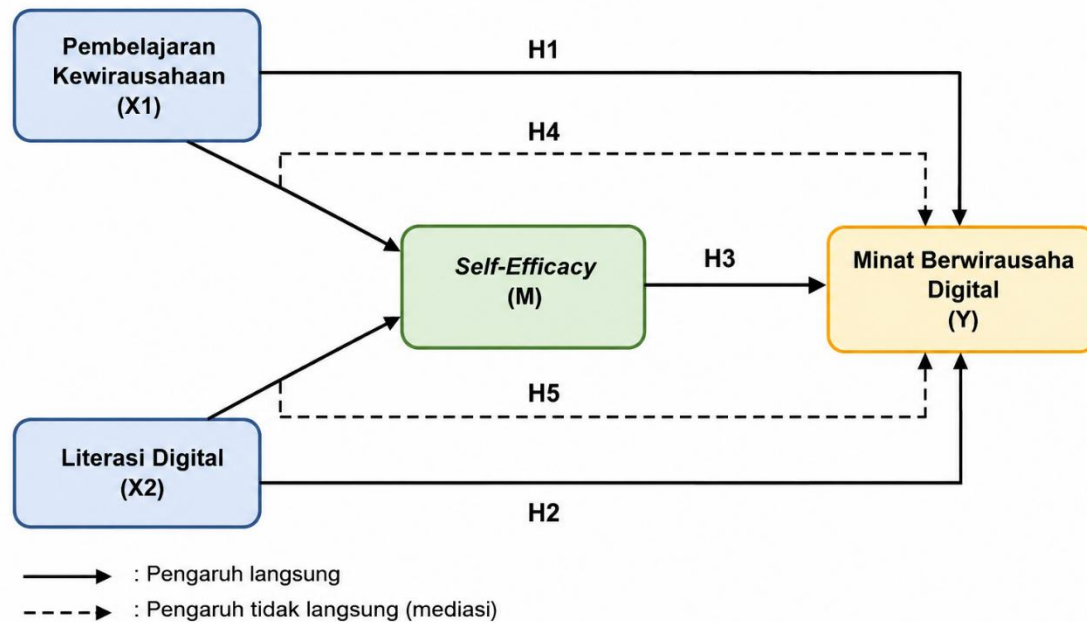
Dengan demikian, literasi digital yang lebih baik diperkirakan tidak hanya meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi, tetapi juga dapat memperkuat keyakinan bahwa mereka mampu menggunakan teknologi tersebut untuk menjalankan aktivitas kewirausahaan. Keyakinan tersebut selanjutnya dapat mendorong terbentuknya minat berwirausaha digital.

H5: *Self-efficacy* memediasi pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa.

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan kajian teoritis dan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini memandang minat berwirausaha digital sebagai hasil interaksi antara faktor pendidikan, kompetensi digital, dan faktor psikologis. Pembelajaran kewirausahaan merepresentasikan pengalaman pendidikan yang diperoleh mahasiswa, sedangkan literasi digital merepresentasikan kapasitas mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi dan informasi digital. Kedua faktor tersebut diperkirakan berkontribusi terhadap minat berwirausaha digital, baik secara langsung maupun melalui *self-efficacy* sebagai mekanisme psikologis.

Model tersebut sekaligus merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu penulis yang mengkaji peran *technopreneurial self-efficacy* dalam hubungan *technopreneurial learning*, literasi digital, dan *technopreneurial intention*. Penelitian saat ini melakukan kontekstualisasi model ke dalam kerangka pembelajaran kewirausahaan, literasi digital, *self-efficacy*, dan minat berwirausaha digital pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Dengan demikian, model penelitian tidak hanya menguji hubungan antarvariabel, tetapi juga menjelaskan mekanisme psikologis yang memungkinkan faktor pendidikan dan kompetensi digital diterjemahkan menjadi minat kewirausahaan digital.



Gambar 1. Model Konseptual Penelitian.

Model tersebut menjadi dasar pengujian lima hipotesis penelitian sebagaimana telah dirumuskan. Pengujian empiris dilakukan menggunakan SEM-PLS untuk menilai hubungan langsung serta efek tidak langsung melalui *self-efficacy*.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori untuk menganalisis hubungan antara pembelajaran kewirausahaan, literasi digital, *self-efficacy*, dan minat berwirausaha digital mahasiswa. Pendekatan ini digunakan karena penelitian bertujuan menguji hubungan kausal antarvariabel yang telah dirumuskan dalam model konseptual, termasuk pengaruh langsung pembelajaran kewirausahaan dan literasi digital terhadap minat berwirausaha digital serta pengaruh *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha digital. Selain itu, penelitian menguji peran *self-efficacy* sebagai variabel mediasi pada hubungan pembelajaran kewirausahaan dan literasi digital terhadap minat berwirausaha digital. Analisis hubungan antarvariabel dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS), karena metode ini memungkinkan pengujian model pengukuran dan model struktural secara simultan.

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang berjumlah 4.227 mahasiswa, yang tersebar pada sembilan program studi, yaitu Akuntansi, Pendidikan Akuntansi, Manajemen, Bisnis Digital, Kewirausahaan, Ilmu Ekonomi, Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Bisnis, dan Pendidikan Administrasi Perkantoran. Sampel

penelitian ditetapkan sebanyak 200 mahasiswa dengan mempertimbangkan kecukupan sampel untuk analisis SEM-PLS dan karakteristik model penelitian. Pengambilan sampel dilakukan secara proporsional berdasarkan jumlah mahasiswa pada masing-masing program studi sehingga setiap program studi memperoleh keterwakilan sesuai dengan proporsi populasinya. Responden dipilih dari mahasiswa Fakultas Ekonomi yang memenuhi kriteria sebagai mahasiswa aktif dan memiliki pengalaman mengikuti atau memperoleh pembelajaran kewirausahaan, sehingga mampu memberikan penilaian terhadap konstruk pembelajaran kewirausahaan, literasi digital, *self-efficacy*, dan minat berwirausaha digital.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Sedang/Ragu-ragu (SDG), 4 = Setuju (S), dan 5 = Sangat Setuju (SS). Instrumen penelitian terdiri atas empat konstruk, yaitu pembelajaran kewirausahaan sebagai variabel eksogen pertama (X1), literasi digital sebagai variabel eksogen kedua (X2), *self-efficacy* sebagai variabel mediasi (M), dan minat berwirausaha digital sebagai variabel endogen (Y). Instrumen pembelajaran kewirausahaan terdiri atas 11 butir pernyataan, literasi digital 12 butir, *self-efficacy* 12 butir, dan minat berwirausaha digital 11 butir, sehingga keseluruhan instrumen terdiri atas 46 butir pernyataan. Kuesioner disebarkan kepada responden secara langsung maupun melalui media digital sesuai dengan kondisi pelaksanaan penelitian. Data yang terkumpul kemudian dilakukan pemeriksaan kelengkapan dan konsistensi jawaban sebelum memasuki tahap analisis.

Analisis data dilakukan menggunakan SEM-PLS melalui dua tahap utama, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*). Evaluasi *outer model* dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen mampu mengukur konstruk penelitian secara valid dan reliabel melalui pengujian *outer loading*, validitas konvergen melalui *Average Variance Extracted* (AVE), *Cronbach's Alpha*, ρ_A , dan *Composite Reliability*. Validitas diskriminan dievaluasi melalui kriteria *Fornell-Larcker*, *cross loading*, dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Selanjutnya, pengujian *inner model* dilakukan melalui pemeriksaan kolinearitas menggunakan Variance Inflation Factor (VIF), nilai koefisien determinasi (R^2), ukuran efek (f^2), serta kemampuan prediktif model melalui Q^2 apabila memenuhi persyaratan analisis. Kelayakan model juga dievaluasi menggunakan nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR).

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* untuk memperoleh nilai koefisien jalur (*path coefficient*), *t-statistic*, dan *p-value*. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha

digital, literasi digital terhadap minat berwirausaha digital, serta *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha digital. Selanjutnya, pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) digunakan untuk menguji peran mediasi *self-efficacy* pada hubungan pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha digital dan hubungan literasi digital terhadap minat berwirausaha digital. Keputusan penerimaan hipotesis didasarkan pada tingkat signifikansi 5 persen dengan kriteria $p\text{-value} < 0,05$ atau $t\text{-statistic} > 1,96$. Hasil pengujian selanjutnya digunakan untuk menjelaskan kontribusi masing-masing variabel dalam membentuk model minat berwirausaha digital mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin, usia, semester, dan program studi. Distribusi responden dirancang secara proporsional untuk merepresentasikan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang berasal dari sembilan program studi. Ringkasan karakteristik responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden.

<i>Karakteristik</i>	<i>Kategori</i>	<i>Frekuensi</i>	<i>Persentase (%)</i>
<i>Jenis Kelamin</i>	Laki-laki	82	41,0
	Perempuan	118	59,0
<i>Usia</i>	18–19 tahun	32	16,0
	20–21 tahun	91	45,5
	22–23 tahun	59	29,5
	≥24 tahun	18	9,0
<i>Semester</i>	2	38	19,0
	4	58	29,0
	6	64	32,0
	8	40	20,0
<i>Program Studi</i>	Akuntansi	28	14,0
	Pendidikan Akuntansi	19	9,5
	Manajemen	42	21,0
	Bisnis Digital	25	12,5
	Kewirausahaan	20	10,0
	Ilmu Ekonomi	17	8,5
	Pendidikan Ekonomi	19	9,5
	Pendidikan Bisnis	15	7,5
	Pendidikan Administrasi Perkantoran	15	7,5
<i>Total</i>		200	100,0

Sumber: Data penelitian, diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 1, dari 200 responden penelitian, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 118 orang (59,0%), sedangkan laki-laki sebanyak 82 orang (41,0%). Berdasarkan usia, responden paling banyak berada pada rentang 20–21 tahun sebanyak 91 orang (45,5%), yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia yang relatif dekat dengan tahap persiapan memasuki dunia kerja atau menentukan pilihan karier. Berdasarkan semester, responden didominasi mahasiswa semester 6 sebanyak 64 orang (32,0%), diikuti semester 4 sebanyak 58 orang (29,0%). Sementara itu, berdasarkan program studi, jumlah responden terbesar berasal dari Manajemen sebanyak 42 orang (21,0%), diikuti Akuntansi sebanyak 28 orang (14,0%) dan Bisnis Digital sebanyak 25 orang (12,5%). Distribusi tersebut menunjukkan bahwa responden berasal dari latar belakang keilmuan ekonomi dan pendidikan ekonomi yang beragam, sehingga memberikan representasi yang lebih luas untuk menguji model minat berwirausaha digital mahasiswa Fakultas Ekonomi UNIMED.

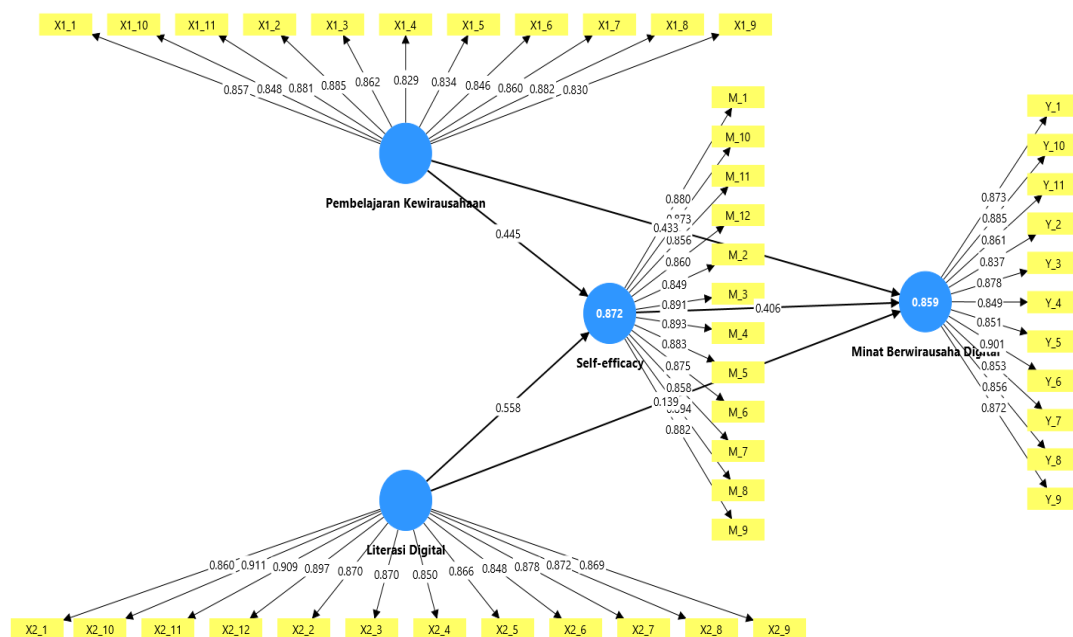
Outer Loading

Tabel 2. Nilai *Outer Loading* Konstruk Penelitian.

Indikator	Literasi Digital	Minat Berwirausaha Digital	Pembelajaran Kewirausahaan	<i>Self-Efficacy</i>
M_1	–	–	–	0,880
M_10	–	–	–	0,873
M_11	–	–	–	0,856
M_12	–	–	–	0,860
M_2	–	–	–	0,849
M_3	–	–	–	0,891
M_4	–	–	–	0,893
M_5	–	–	–	0,883
M_6	–	–	–	0,875
M_7	–	–	–	0,858
M_8	–	–	–	0,894
M_9	–	–	–	0,882
X1_1	–	–	0,857	–
X1_10	–	–	0,848	–
X1_11	–	–	0,881	–
X1_2	–	–	0,885	–
X1_3	–	–	0,862	–
X1_4	–	–	0,829	–
X1_5	–	–	0,834	–
X1_6	–	–	0,846	–
X1_7	–	–	0,860	–
X1_8	–	–	0,882	–
X1_9	–	–	0,830	–
X2_1	0,860	–	–	–
X2_10	0,911	–	–	–
X2_11	0,909	–	–	–
X2_12	0,897	–	–	–
X2_2	0,870	–	–	–
X2_3	0,870	–	–	–
X2_4	0,850	–	–	–

X2_5	0,866	—	—	—
X2_6	0,848	—	—	—
X2_7	0,878	—	—	—
X2_8	0,872	—	—	—
X2_9	0,869	—	—	—
Y_1	—	0,873	—	—
Y_10	—	0,885	—	—
Y_11	—	0,861	—	—
Y_2	—	0,837	—	—
Y_3	—	0,878	—	—
Y_4	—	0,849	—	—
Y_5	—	0,851	—	—
Y_6	—	0,901	—	—
Y_7	—	0,853	—	—
Y_8	—	0,856	—	—
Y_9	—	0,872	—	—

Sumber: Data penelitian, diolah dengan SmartPLS (2026).



Gambar 2. Model Pengukuran.

Berdasarkan Tabel 2 dan Gambar 2, seluruh indikator pada keempat konstruk penelitian memiliki nilai *outer loading* di atas batas minimum 0,70. Variabel Literasi Digital memiliki nilai *outer loading* pada rentang 0,848–0,911, Minat Berwirausaha Digital sebesar 0,837–0,901, Pembelajaran Kewirausahaan sebesar 0,829–0,885, dan *Self-Efficacy* sebesar 0,849–0,894. Nilai tertinggi terdapat pada indikator X2_10 sebesar 0,911, sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator X1_4 sebesar 0,829. Dengan seluruh indikator memenuhi kriteria *outer loading* >0,70, maka setiap indikator dinyatakan mampu merefleksikan konstruk yang diukur dengan baik dan tidak terdapat indikator yang perlu dieliminasi. Hasil tersebut menunjukkan terpenuhinya validitas konvergen pada tingkat indikator, sehingga model pengukuran dapat dilanjutkan pada pengujian AVE serta reliabilitas konstruk.

Construct Reliability and Validity

Tabel 3. *Construct Reliability and Validity.*

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)	AVE
Literasi Digital	0,972	0,972	0,975	0,766
Minat Berwirausaha Digital	0,966	0,967	0,970	0,749
Pembelajaran Kewirausahaan	0,963	0,964	0,968	0,733
<i>Self-Efficacy</i>	0,972	0,972	0,975	0,765

Sumber: Data penelitian, diolah dengan SmartPLS (2026).

Berdasarkan Tabel 3, seluruh konstruk penelitian memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas konvergen. Nilai Cronbach's Alpha seluruh konstruk berada pada rentang 0,963–0,972, sedangkan nilai *Composite Reliability* (rho_a) berada pada rentang 0,964–0,972 dan *Composite Reliability* (rho_c) sebesar 0,968–0,975. Seluruh nilai tersebut telah melampaui batas 0,70, sehingga menunjukkan tingkat konsistensi internal yang sangat baik pada setiap konstruk. Selanjutnya, nilai Average Variance Extracted (AVE) seluruh konstruk berada pada rentang 0,733–0,766, lebih tinggi dari batas minimum 0,50. Nilai AVE tersebut menunjukkan bahwa masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator-indikator yang membentuknya. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam model penelitian dinyatakan reliabel dan memenuhi validitas konvergen, sehingga dapat dilanjutkan pada evaluasi validitas diskriminan dan model struktural.

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Tabel 4. *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).*

Konstruk	Literasi Digital	Minat Berwirausaha Digital	Pembelajaran Kewirausahaan	<i>Self-Efficacy</i>
Literasi Digital	–	–	–	–
Minat Berwirausaha Digital	0,839	–	–	–
Pembelajaran Kewirausahaan	0,754	0,912	–	–
<i>Self-Efficacy</i>	0,908	0,926	0,881	–

Sumber: Data penelitian, diolah dengan SmartPLS (2026).

Berdasarkan Tabel 4, nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) antar konstruk berada pada rentang 0,754–0,926. Nilai HTMT antara Literasi Digital dan Minat Berwirausaha Digital sebesar 0,839, Literasi Digital dan Pembelajaran Kewirausahaan sebesar 0,754, serta Pembelajaran Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha Digital sebesar 0,912. Sementara itu, hubungan antara Literasi Digital dan *Self-Efficacy* memiliki nilai 0,908, Minat Berwirausaha Digital dan *Self-Efficacy* sebesar 0,926, serta Pembelajaran Kewirausahaan dan *Self-Efficacy*

sebesar 0,881. Jika menggunakan batas konservatif HTMT <0,90, terdapat beberapa pasangan konstruk yang belum memenuhi kriteria, yaitu Literasi Digital–Self-Efficacy (0,908), Minat Berwirausaha Digital–Pembelajaran Kewirausahaan (0,912), dan Minat Berwirausaha Digital–Self-Efficacy (0,926). Namun, dalam penelitian ini digunakan batas HTMT <0,95, seluruh nilai masih berada di bawah ambang tersebut. Dengan demikian, validitas diskriminan dapat dinyatakan terpenuhi berdasarkan kriteria HTMT <0,95.

Model Fit

Tabel 5. Model Fit.

Indikator	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,028	0,028
d_ ULS	0,864	0,864
d_ G	1,161	1,161
Chi-square	1.161,206	1.161,206
NFI	0,898	0,898

Sumber: Data penelitian, diolah dengan SmartPLS (2026).

Berdasarkan Tabel 5, nilai Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) pada *saturated model* maupun *estimated model* sebesar 0,028, yang berada jauh di bawah batas umum 0,08, sehingga menunjukkan tingkat *model fit* yang sangat baik. Nilai d_ ULS dan d_ G masing-masing sebesar 0,864 dan 1,161, sedangkan nilai *Chi-square* sebesar 1.161,206. Selanjutnya, nilai Normed Fit Index (NFI) sebesar 0,898, yang menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang baik dan mendekati nilai acuan 0,90. Kesamaan nilai antara *saturated model* dan *estimated model* menunjukkan bahwa spesifikasi model struktural tidak menghasilkan perbedaan tambahan terhadap ukuran *fit* yang dilaporkan. Secara keseluruhan, terutama berdasarkan nilai SRMR dan NFI, model penelitian memiliki tingkat kesesuaian yang memadai untuk dilanjutkan pada evaluasi model struktural dan pengujian hipotesis.

R-Square

Tabel 6. Nilai R-Square.

Konstruk Endogen	R-Square	R-Square Adjusted
Minat Berwirausaha Digital	0,859	0,857
Self-Efficacy	0,872	0,871

Sumber: Data penelitian, diolah dengan SmartPLS (2026).

Berdasarkan Tabel 6, nilai R-square untuk konstruk Minat Berwirausaha Digital sebesar 0,859, dengan nilai *R-square adjusted* sebesar 0,857. Hal ini menunjukkan bahwa Pembelajaran Kewirausahaan, Literasi Digital, dan Self-Efficacy secara bersama-sama mampu menjelaskan 85,9% variasi Minat Berwirausaha Digital, sedangkan 14,1% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Sementara itu, nilai R-square *Self-Efficacy* sebesar 0,872 dan *R-square adjusted* sebesar 0,871, yang menunjukkan bahwa Pembelajaran Kewirausahaan dan Literasi Digital mampu menjelaskan 87,2% variasi *Self-Efficacy*. Dengan

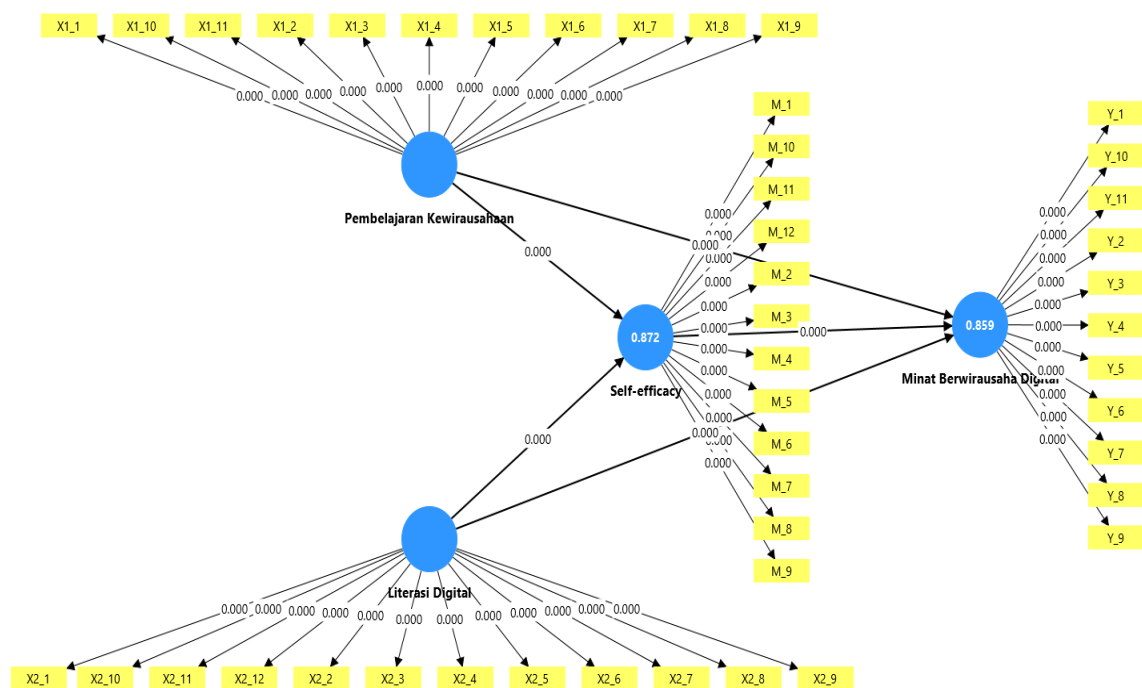
demikian, kedua konstruk endogen memiliki kemampuan penjelasan yang sangat kuat, sehingga model struktural memiliki daya jelas yang tinggi dalam menjelaskan pembentukan *Self-Efficacy* dan Minat Berwirausaha Digital mahasiswa.

Pengujian Hipotesis

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis.

Hubungan Antarvariabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	STDEV	T Statistics	P Values	Keputusan
Literasi Digital → Minat Berwirausaha Digital	0,139	0,139	0,039	3,531	0,000	Diterima
Literasi Digital → <i>Self-Efficacy</i>	0,558	0,557	0,048	11,554	0,000	Signifikan
Pembelajaran Kewirausahaan → Minat Berwirausaha Digital	0,433	0,432	0,080	5,392	0,000	Diterima
Pembelajaran Kewirausahaan → <i>Self-Efficacy</i>	0,445	0,447	0,050	8,927	0,000	Signifikan
<i>Self-Efficacy</i> → Minat Berwirausaha Digital	0,406	0,407	0,094	4,322	0,000	Diterima
Literasi Digital → <i>Self-Efficacy</i> → Minat Berwirausaha Digital	0,226	0,226	0,055	4,152	0,000	Diterima
Pembelajaran Kewirausahaan → <i>Self-Efficacy</i> → Minat Berwirausaha Digital	0,181	0,182	0,049	3,717	0,000	Diterima

Sumber: Data penelitian, diolah dengan SmartPLS (2026).



Gambar 3. Hasil Pengujian Hipotesis.

Berdasarkan Tabel 7 dan Gambar 3, seluruh hubungan yang diuji menunjukkan pengaruh positif dan signifikan pada tingkat signifikansi 5 persen, ditunjukkan oleh nilai *t-statistics* > 1,96 dan *p-value* < 0,05. Literasi Digital berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Digital dengan koefisien jalur sebesar 0,139 ($t = 3,531$; $p < 0,001$), sedangkan Pembelajaran Kewirausahaan memberikan pengaruh positif yang lebih kuat terhadap Minat Berwirausaha Digital dengan koefisien sebesar 0,433 ($t = 5,392$; $p < 0,001$). Selanjutnya,

Literasi Digital berpengaruh positif terhadap *Self-Efficacy* sebesar 0,558 ($t = 11,554$; $p < 0,001$), sementara Pembelajaran Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap *Self-Efficacy* sebesar 0,445 ($t = 8,927$; $p < 0,001$). *Self-Efficacy* juga terbukti berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Digital dengan koefisien 0,406 ($t = 4,322$; $p < 0,001$). Pada pengujian efek tidak langsung, Literasi Digital berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Digital melalui *Self-Efficacy* sebesar 0,226 ($t = 4,152$; $p < 0,001$), sedangkan pengaruh tidak langsung Pembelajaran Kewirausahaan melalui *Self-Efficacy* sebesar 0,181 ($t = 3,717$; $p < 0,001$). Dengan demikian, seluruh hipotesis penelitian didukung, dan hasil efek langsung maupun tidak langsung menunjukkan bahwa *Self-Efficacy* berperan sebagai mekanisme mediasi yang signifikan dalam model penelitian.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pembelajaran Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Digital mahasiswa, dengan koefisien jalur sebesar 0,433 ($t = 5,392$; $p < 0,001$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pembelajaran kewirausahaan yang diperoleh mahasiswa, semakin kuat pula minat mereka untuk memulai dan mengembangkan usaha berbasis digital. Pembelajaran kewirausahaan memberikan mahasiswa pengetahuan dan pengalaman mengenai identifikasi peluang, pengembangan ide usaha, perencanaan bisnis, pemasaran, pengambilan keputusan, dan pengelolaan risiko. Pengetahuan dan pengalaman tersebut dapat membantu mahasiswa memahami bahwa kewirausahaan merupakan pilihan karier yang dapat dipelajari dan dikembangkan. Hasil ini sejalan dengan Wu et al. (2022) yang menemukan bahwa *entrepreneurship education* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa dan juga meningkatkan *entrepreneurial self-efficacy*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat menjadi instrumen penting dalam membangun kecenderungan mahasiswa untuk memilih kewirausahaan sebagai alternatif karier. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Gao dan Qin (2022), yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki hubungan dengan pembentukan *entrepreneurial intention* mahasiswa melalui mekanisme psikologis dan pengalaman kewirausahaan. Dalam konteks penelitian ini, hasil tersebut menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan di Fakultas Ekonomi UNIMED memiliki peran penting dalam mengarahkan mahasiswa untuk tidak hanya memahami konsep bisnis, tetapi juga mempertimbangkan kewirausahaan digital sebagai pilihan karier.

Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Digital, dengan koefisien jalur sebesar 0,139 ($t = 3,531$; $p < 0,001$). Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam mengakses, menggunakan, mengevaluasi, dan

memanfaatkan teknologi digital berkontribusi terhadap terbentuknya minat untuk menjalankan usaha berbasis digital. Literasi digital memungkinkan mahasiswa memperoleh informasi mengenai pasar dan konsumen, mengeksplorasi ide usaha, mengembangkan produk dan konten digital, memanfaatkan platform digital, serta melakukan komunikasi dan pemasaran secara lebih luas. Meskipun pengaruh langsungnya relatif lebih kecil dibandingkan Pembelajaran Kewirausahaan, signifikansi hubungan tersebut menunjukkan bahwa kompetensi digital tetap menjadi bagian penting dalam pembentukan minat berwirausaha digital. Temuan ini memiliki kesesuaian dengan penelitian Ratnaningtyas et al. (2025), yang menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa dan bahwa hubungan tersebut berkaitan dengan mekanisme *self-efficacy* dalam konteks ekonomi kreatif digital. Hasil tersebut memperkuat pandangan bahwa literasi digital bukan sekadar kemampuan teknis dalam mengoperasikan perangkat, tetapi merupakan kompetensi yang memungkinkan mahasiswa mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang ekonomi yang muncul dari lingkungan digital. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital di perguruan tinggi dapat menjadi salah satu strategi untuk memperkuat orientasi mahasiswa terhadap kewirausahaan digital.

Self-Efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Digital, dengan koefisien jalur sebesar 0,406 ($t = 4,322; p < 0,001$). Temuan ini menunjukkan bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk minat untuk menjadi *digitalpreneur*. Mahasiswa yang yakin mampu membuat perencanaan usaha, menyusun strategi pemasaran, mengelola sumber daya, mengambil keputusan, mengevaluasi risiko, berkomunikasi dengan pelanggan dan mitra, menghasilkan inovasi, serta beradaptasi terhadap perubahan teknologi cenderung memiliki kesiapan yang lebih tinggi untuk mempertimbangkan kewirausahaan digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan Wu et al. (2022), yang menemukan hubungan positif antara *entrepreneurial self-efficacy* dan *entrepreneurial intention* mahasiswa. Salhie dan Al-Abdallat (2022) juga menunjukkan bahwa *self-efficacy* memiliki peran penting dalam pembentukan *technopreneurial intention*, terutama ketika mahasiswa dituntut untuk menggabungkan kemampuan teknologi dan kewirausahaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa pengembangan minat berwirausaha digital tidak cukup hanya dilakukan melalui pemberian pengetahuan dan keterampilan, tetapi perlu disertai dengan penguatan keyakinan mahasiswa bahwa dirinya mampu menggunakan pengetahuan dan keterampilan tersebut untuk menjalankan usaha.

Hasil pengujian efek tidak langsung menunjukkan bahwa Self-Efficacy memediasi pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Digital, dengan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,181 ($t = 3,717$; $p < 0,001$). Hasil ini menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan dapat meningkatkan minat berwirausaha digital melalui peningkatan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya. Hubungan ini juga didukung oleh jalur Pembelajaran Kewirausahaan $\rightarrow$ Self-Efficacy yang positif dan signifikan dengan koefisien sebesar 0,445 ($t = 8,927$; $p < 0,001$). Dengan demikian, pengalaman pembelajaran kewirausahaan yang semakin baik cenderung membentuk keyakinan mahasiswa bahwa mereka mampu merencanakan dan menjalankan aktivitas kewirausahaan, yang selanjutnya meningkatkan minat mereka untuk menjadi *digitalpreneur*. Temuan ini konsisten dengan Wu et al. (2022), yang menemukan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* merupakan mekanisme penting dalam hubungan antara *entrepreneurship education* dan *entrepreneurial intention*. Studi tersebut bahkan menunjukkan bahwa pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap intensi dapat berlangsung terutama melalui peningkatan *entrepreneurial self-efficacy*. Temuan Gao dan Qin (2022) juga memperlihatkan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* memainkan peran mediasi dalam hubungan pendidikan kewirausahaan dan intensi mahasiswa untuk berwirausaha. Dalam konteks penelitian ini, temuan tersebut memperlihatkan bahwa pembelajaran kewirausahaan akan lebih bermakna dalam membentuk minat berwirausaha digital apabila proses pembelajaran mampu meningkatkan kepercayaan mahasiswa terhadap kapasitas dirinya.

Self-Efficacy juga terbukti memediasi pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Digital, dengan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,226 ($t = 4,152$; $p < 0,001$). Hubungan tersebut didukung oleh pengaruh Literasi Digital terhadap Self-Efficacy yang sangat kuat dan signifikan, yaitu sebesar 0,558 ($t = 11,554$; $p < 0,001$). Hasil ini menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya berhubungan langsung dengan minat berwirausaha digital, tetapi juga membentuk keyakinan mahasiswa bahwa mereka memiliki kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dalam menjalankan aktivitas usaha. Menariknya, nilai pengaruh tidak langsung Literasi Digital melalui Self-Efficacy sebesar 0,226 lebih besar dibandingkan pengaruh langsung Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Digital sebesar 0,139. Pola tersebut mengindikasikan bahwa mekanisme psikologis melalui *self-efficacy* memiliki peran penting dalam menerjemahkan kompetensi digital menjadi minat berwirausaha digital. Temuan ini sangat relevan dengan penelitian Ratnaningtyas et al. (2025), yang secara khusus menguji hubungan *digital literacy*, *self-efficacy*, dan *entrepreneurial intention* pada mahasiswa dalam konteks ekonomi kreatif digital dan menemukan peran mediasi *self-efficacy*. Temuan tersebut

memperkuat argumentasi bahwa mahasiswa yang mampu menggunakan teknologi belum tentu secara otomatis berminat menjadi wirausaha digital; kemampuan tersebut menjadi lebih bermakna ketika mahasiswa memiliki keyakinan bahwa dirinya mampu mengubah kompetensi digital menjadi tindakan kewirausahaan.

Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa Pembelajaran Kewirausahaan, Literasi Digital, dan *Self-Efficacy* membentuk mekanisme yang saling melengkapi dalam menjelaskan Minat Berwirausaha Digital mahasiswa. Pembelajaran kewirausahaan memberikan pengetahuan dan pengalaman mengenai proses bisnis, literasi digital menyediakan kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dan informasi, sedangkan *self-efficacy* berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang menerjemahkan kedua sumber daya tersebut menjadi keyakinan untuk bertindak. Kuatnya hubungan tersebut tercermin dari nilai R^2 sebesar 0,859 pada Minat Berwirausaha Digital, yang berarti bahwa Pembelajaran Kewirausahaan, Literasi Digital, dan *Self-Efficacy* secara bersama-sama mampu menjelaskan 85,9% variasi Minat Berwirausaha Digital. Selain itu, nilai R^2 *Self-Efficacy* sebesar 0,872 menunjukkan bahwa Pembelajaran Kewirausahaan dan Literasi Digital mampu menjelaskan 87,2% variasi *Self-Efficacy*. Hasil ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya yang menempatkan pendidikan kewirausahaan dan *self-efficacy* sebagai elemen penting dalam pembentukan intensi kewirausahaan mahasiswa (Wu et al., 2022; Gao & Qin, 2022), sekaligus memberikan dukungan empiris terhadap pentingnya literasi digital dan *self-efficacy* dalam konteks kewirausahaan digital (Ratnaningtyas et al., 2025). Secara praktis, hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengembangan kewirausahaan digital di perguruan tinggi sebaiknya tidak hanya berfokus pada penyampaian materi kewirausahaan atau peningkatan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga dirancang untuk membangun keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya melalui pengalaman praktik, pengembangan ide bisnis digital, pemecahan masalah, simulasi bisnis, dan aktivitas pembelajaran yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menghasilkan serta menguji gagasan usaha. Melalui pendekatan tersebut, perguruan tinggi dapat memperkuat ekosistem pembelajaran yang mendorong mahasiswa untuk bertransformasi dari *job seeker* menjadi calon *job creator* melalui kewirausahaan digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Pembelajaran Kewirausahaan, Literasi Digital, dan *Self-Efficacy* memiliki peran penting dalam membentuk Minat Berwirausaha Digital mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Pembelajaran Kewirausahaan

terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Digital, demikian pula Literasi Digital dan *Self-Efficacy*. Selain pengaruh langsung, *Self-Efficacy* terbukti memediasi pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Digital. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penguatan minat berwirausaha digital tidak hanya membutuhkan pembelajaran kewirausahaan yang relevan dan kompetensi literasi digital, tetapi juga perlu membangun keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya dalam merencanakan, mengembangkan, dan menjalankan usaha digital. Nilai R^2 sebesar 0,859 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang sangat kuat terhadap Minat Berwirausaha Digital, sedangkan R^2 sebesar 0,872 menunjukkan kemampuan Pembelajaran Kewirausahaan dan Literasi Digital yang kuat dalam menjelaskan *Self-Efficacy*. Berdasarkan temuan tersebut, perguruan tinggi disarankan untuk mengembangkan pembelajaran kewirausahaan yang lebih aplikatif dan terintegrasi dengan teknologi digital melalui praktik pengembangan ide bisnis, simulasi usaha, pemasaran digital, pemanfaatan platform digital, dan pemecahan masalah bisnis sehingga sekaligus dapat meningkatkan *self-efficacy* mahasiswa. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan responden pada perguruan tinggi dan wilayah yang berbeda serta mempertimbangkan variabel lain, seperti dukungan sosial, *digital entrepreneurial mindset*, pengalaman kewirausahaan, dan lingkungan kewirausahaan, untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pembentukan minat berwirausaha digital mahasiswa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Negeri Medan (UNIMED) atas kepercayaan dan dukungan yang diberikan dalam pelaksanaan Penelitian Dosen Pemula Tahun Anggaran 2026 berdasarkan Kontrak Nomor: 028/UN33.8/PPKM/PDP/2026. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Medan atas fasilitasi, pendampingan, dan dukungan selama proses pelaksanaan penelitian. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh anggota tim peneliti yang telah memberikan kontribusi, kerja sama, dan dukungan dalam setiap tahapan penelitian, mulai dari persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan artikel ilmiah. Dukungan dan kontribusi seluruh pihak tersebut menjadi bagian penting dalam terlaksananya penelitian ini dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Alamsyahrir, D., & Ie, M. (2022). Technopreneurial intention: The role of self-efficacy, entrepreneurship education, and relation support. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(2), 135–144. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i2.4532>
- Anwar, S., Azhar, F., & Gul, B. (2022). The influence of entrepreneurial education on post graduate students of healthcare management. *Advances in Research*, 23(6), 1–4. <https://doi.org/10.9734/air/2022/v23i6913>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. (2025). *Keadaan ketenagakerjaan Provinsi Sumatera Utara Agustus 2025*. Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Keadaan ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2025*. Badan Pusat Statistik.
- Basu, S., Munjal, S., Budhwar, P., & Misra, P. (2022). Entrepreneurial adaptation in emerging markets: Strategic entrepreneurial choices, adaptive capabilities and firm performance. *British Journal of Management*, 33(4), 1864–1886. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12572>
- Coulibaly, S. K., Cao, E., & Metuge Mekongcho, T. (2018). Economic globalization, entrepreneurship, and development. *Technological Forecasting and Social Change*, 127, 271–280. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.09.028>
- Duong, C. D., Ngo, T. V. N., Nguyen, T. P. T., Tran, N. M., & Pham, H. T. (2024). Digital entrepreneurial education and digital entrepreneurial intention: A moderated mediation model. *Social Sciences & Humanities Open*, 10, 101178. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101178>
- Ganefri, G., Kamdi, W., Makky, M., Hidayat, H., & Rahmawati, Y. (2024). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention among university students: The roles of entrepreneurial mindset, digital literacy, and self-efficacy. *Journal of Social Studies Education Research*, 15(4), 85–134.
- Gao, Y., & Qin, X. (2022). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention of Chinese college students: Evidence from a moderated multi-mediation model. *Frontiers in Psychology*, 13, 1049232. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1049232>
- Global Entrepreneurship and Development Institute. (2021). *Global Entrepreneurship Index 2021*. Global Entrepreneurship and Development Institute.
- Machmud, A., Suwatno, Nurhayati, D., Aprilianti, I., & Fathonah, W. N. (2020). Effect of self-efficacy ICT on technopreneurship intention of technopreneurial learning mediation: The case young generation in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(1).
- Maudina, A., Saptono, A., & Pratama, A. (2022). The effect of digital literacy and entrepreneurs learning on students' entrepreneurial intention. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran, dan Akuntansi*, 3(1), 131–143. <https://doi.org/10.21009/jpepa.0301.10>
- Nguyen, C. Q., Nguyen, A. M. T., & Le, L. B. (2022). Using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) to assess the effects of entrepreneurial education on engineering students' entrepreneurial intention. *Cogent Education*, 9(1), 2122330. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2022.2122330>

- Nguyen, Q. D., & Nguyen, H. T. (2023). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial capacity. *The International Journal of Management Education*, 21(1), 100730. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100730>
- Nurhayati, D., Machmud, A., & Waspada, I. (2020). Technopreneurship intention: Studi kasus pada mahasiswa dipengaruhi entrepreneurial learning. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 8(1), 79–92. <https://doi.org/10.26740/jepk.v8n1.p79-92>
- Otache, I., Edomwonyi Edopkolor, J., Sani, I. A., & Umar, K. (2024). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: Do entrepreneurial self-efficacy, alertness and opportunity recognition matter? *The International Journal of Management Education*, 22(1), 100917. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100917>
- Ratnaningtyas, H., Aditya, M. K., & Pangkorego, E. R. (2025). The effects of the learning environment and digital literacy on students' entrepreneurial intention: The mediating role of self-efficacy in the digital creative economy. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 15(2), 178–192. <https://doi.org/10.21831/jpv.v15i2.90811>
- Triansyah, F. A., Ramadhaniyati, R., & Siregar, K. D. P. (2023). Focus research entrepreneurship learning and entrepreneurship intention: A systematic review. *MIMBAR Administrasi*, 20(1), 98–111. <https://doi.org/10.56444/mia.v20i1.658>
- Vu, T. H., Do, A. D., Ha, D. L., Hoang, D. T., Le, T. A. V., & Le, T. T. H. (2024). Antecedents of digital entrepreneurial intention among engineering students. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(1), 100233. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2024.100233>
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Suparno, S., Sebayang, K. D. A., Mukhtar, S., & Mohd Shafiai, M. H. (2023). How does digital entrepreneurship education promote entrepreneurial intention? The role of social media and entrepreneurial intuition. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100681. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100681>
- Wu, L., Jiang, S., Wang, X., Yu, L., Wang, Y., & Pan, H. (2022). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of college students: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy and the moderating role of entrepreneurial competition experience. *Frontiers in Psychology*, 12, 727826. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.727826>