

Pengaruh Literasi Digital, Self-Efficacy, Dan Entrepreneurial Mindset Terhadap Intensi Kewirausahaan Digital Mahasiswa

Sri Utami^[1], Ambarwati Akib^[2], Nurul Chalisa Majiding^[3]

Program Studi Pendidikan Akuntansi, Universitas Negeri Makassar^[1]
Makassar, Indonesia

Program Studi Pendidikan Akuntansi, Universitas Negeri Makassar^[2]
Makassar, Indonesia

Program Studi Pendidikan Akuntansi, Universitas Negeri Makassar^[3]
Makassar, Indonesia

Email : sri.utami@unm.ac.id^[1], ambarwati@unm.ac.id,^[2] nurul.chalisa.majiding@unm.ac.id^[3]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital, self-efficacy, dan entrepreneurial mindset terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa Jurusan Ilmu Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori, melibatkan 150 mahasiswa sebagai responden yang dipilih secara purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital, self-efficacy, dan entrepreneurial mindset berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa. Self-efficacy muncul sebagai prediktor terkuat, diikuti entrepreneurial mindset dan literasi digital, meskipun seluruh variabel memiliki effect size yang kecil. Model simultan ketiga variabel mampu menjelaskan 31,2% variasi intensi kewirausahaan digital, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Temuan ini menegaskan pentingnya integrasi kompetensi digital dan faktor psikologis dalam membangun niat kewirausahaan digital mahasiswa.

Kata kunci: kompetensi digital, keyakinan diri, pola pikir kewirausahaan, niat wirausaha, mahasiswa

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of digital literacy, self-efficacy, and entrepreneurial mindset on the digital entrepreneurial intention of Accounting students at the Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Makassar. A quantitative explanatory design was employed, with 150 students selected using purposive sampling. Data were collected using a five-point Likert scale questionnaire and analyzed through Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). Findings reveal that digital literacy, self-efficacy, and entrepreneurial mindset positively and significantly affect students' digital entrepreneurial intention. Self-efficacy emerged as the strongest predictor, followed by entrepreneurial mindset and digital literacy, although all variables exhibited small effect sizes. The combined model explains 31.2% of the variance in digital entrepreneurial intention, while the remaining variance is influenced by other external factors. These results highlight the importance of integrating digital competencies with psychological factors to foster students' intention to engage in digital entrepreneurship.

Keywords: digital competence, self-efficacy, entrepreneurial mindset, entrepreneurial intention, students

1. PENDAHULUAN

Transformasi ekonomi digital telah mengubah cara usaha dirancang, dijalankan, dan dikembangkan. Aktivitas kewirausahaan tidak lagi bergantung terutama pada ruang fisik, tetapi semakin bertumpu pada pemanfaatan teknologi digital, platform daring, jejaring media sosial, dan ekosistem data. Dalam konteks pendidikan tinggi, perubahan ini menempatkan intensi kewirausahaan digital sebagai isu yang penting untuk dikaji, karena perguruan tinggi tidak hanya dituntut menghasilkan lulusan yang siap memasuki dunia kerja, tetapi juga lulusan yang mampu menciptakan peluang usaha baru pada lingkungan ekonomi yang terdigitalisasi. Pada titik ini, masalah utama yang ingin dijawab penelitian adalah mengapa mahasiswa yang dekat dengan teknologi digital belum tentu memiliki intensi kewirausahaan digital yang tinggi.

Permasalahan tersebut menjadi relevan pada mahasiswa Jurusan Ilmu Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar. Mahasiswa akuntansi secara akademik dibekali pengetahuan tentang pencatatan, analisis keuangan, evaluasi usaha, dan pengambilan keputusan ekonomi. Bekal itu seharusnya menjadi modal yang mendukung aktivitas kewirausahaan. Namun, dalam praktiknya, penguasaan kompetensi akademik di bidang akuntansi belum otomatis berkembang menjadi niat untuk membangun usaha berbasis digital. Artinya, masih terdapat kesenjangan antara kemampuan akademik yang dimiliki mahasiswa dan kesiapan mereka untuk masuk ke ranah kewirausahaan digital.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menawarkan penjelasan mengenai faktor-faktor yang dapat mendorong intensi kewirausahaan digital. (Akhter et al., 2022) menunjukkan bahwa digital entrepreneurial intention

dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti digital literacy, digital entrepreneurial self-efficacy, pendidikan kewirausahaan, inovativitas, dan kreativitas. (Udekwe & Iwu, 2024) melalui tinjauan sistematis juga menegaskan bahwa teknologi digital, inovasi, pendidikan kewirausahaan, dan motivasi kewirausahaan saling terkait dalam membentuk entrepreneurial intention pada lingkungan pendidikan tinggi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa masalah rendah atau belum optimalnya intensi kewirausahaan digital pada mahasiswa bukanlah persoalan tunggal, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi faktor kemampuan, psikologis, dan cara berpikir.

Di antara berbagai solusi yang telah ditawarkan dalam studi pustaka, literasi digital menjadi salah satu faktor yang paling banyak dibahas. (Ip, 2024) menemukan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap social entrepreneurial intentions dan perilaku kewirausahaan awal. (Mohamad et al., 2025) juga menunjukkan bahwa digital literacy dan digital entrepreneurial competencies berkontribusi terhadap digital entrepreneurship. Hasil-hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan mahasiswa dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan teknologi digital merupakan salah satu pendekatan yang dinilai efektif untuk memperkuat orientasi kewirausahaan digital. Dengan demikian, dari sisi solusi yang tersedia, literasi digital dapat dipandang sebagai salah satu fondasi yang paling penting.

Namun, solusi tersebut belum sepenuhnya memadai. (Kang et al., 2024) menunjukkan bahwa pengaruh kemampuan digital terhadap entrepreneurial intention tidak selalu berlangsung secara langsung dan dapat melibatkan mekanisme lain. Temuan ini mengindikasikan bahwa literasi digital saja belum cukup untuk menjelaskan mengapa sebagian mahasiswa yang mahir menggunakan teknologi tetap belum memiliki niat yang kuat untuk membangun usaha digital. Dengan kata lain, kelemahan dari solusi yang hanya bertumpu pada peningkatan kemampuan digital adalah ketidakmampuannya menjelaskan dimensi psikologis dan kognitif yang turut membentuk niat berwirausaha.

Karena itu, penelitian-penelitian mutakhir mulai menempatkan self-efficacy dan entrepreneurial mindset sebagai faktor penting yang melengkapi peran literasi digital. (Wu et al., 2022) menemukan bahwa entrepreneurial self-efficacy memediasi hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan entrepreneurial intention mahasiswa. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh (Al-Qadasi et al., 2023; Pham et al., 2023; Wang et al., 2023), yang menegaskan bahwa keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri berperan kuat dalam membentuk niat berwirausaha. Temuan yang sejalan juga ditunjukkan oleh (Duong, 2026), yang menunjukkan bahwa self-efficacy dan faktor pendidikan kewirausahaan digital berkontribusi terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa.

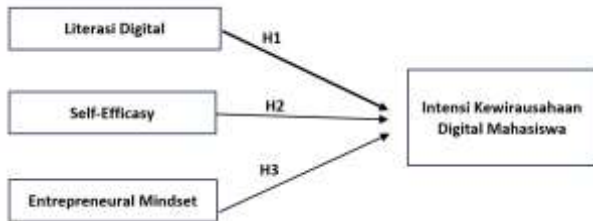
Di sisi lain, (Jiatong et al., 2021; Li et al., 2023; Wardana et al., 2020) menunjukkan bahwa entrepreneurial mindset berkaitan dengan keterbukaan terhadap peluang, inovasi, eksperimen, dan keberanian menghadapi ketidakpastian, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap entrepreneurial intention. Bahkan, (Sutiadiningsih et al., 2025) menunjukkan bahwa kompetensi digital tidak secara otomatis mendorong intensi kewirausahaan, tetapi bekerja melalui entrepreneurial self-efficacy dan entrepreneurial mindset.

Berdasarkan pemetaan studi pustaka tersebut, terdapat tiga celah penelitian yang perlu dijawab secara lebih tegas. Pertama, sebagian besar penelitian terdahulu masih menguji literasi digital, self-efficacy, dan entrepreneurial mindset secara terpisah atau menempatkan self-efficacy dan entrepreneurial mindset sebagai variabel mediasi maupun moderasi. Akibatnya, kontribusi langsung ketiga variabel tersebut ketika diuji secara simultan dalam satu model empiris belum banyak dijelaskan. Kedua, sejumlah studi masih menggunakan konsep entrepreneurial intention secara umum, e-entrepreneurial intention, atau cyber-entrepreneurial intention, sehingga belum sepenuhnya menempatkan intensi kewirausahaan digital sebagai fokus utama yang terkait dengan pemanfaatan platform digital, jejaring daring, dan peluang usaha berbasis teknologi. Ketiga, konteks empiris mahasiswa akuntansi masih relatif terbatas, padahal kelompok ini memiliki basis pengetahuan bisnis, keuangan, dan pengambilan keputusan ekonomi yang relevan untuk dikaji dalam pembentukan intensi kewirausahaan digital.

Atas dasar celah tersebut, penelitian ini menawarkan kontribusi dengan menguji literasi digital, self-efficacy, dan entrepreneurial mindset sebagai determinan langsung secara simultan terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa. Pengujian ini penting untuk menjelaskan apakah kemampuan digital mahasiswa sudah cukup untuk membentuk niat berwirausaha digital, atau justru pengaruhnya perlu dipahami bersama keyakinan diri dan pola pikir kewirausahaan. Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi tiga prediktor individual dalam satu model empiris pada konteks mahasiswa akuntansi, yaitu kelompok mahasiswa yang berada pada irisan antara kompetensi bisnis-ekonomi dan tuntutan adaptasi terhadap ekonomi digital.

Secara konseptual, hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dibangun atas asumsi bahwa intensi kewirausahaan digital mahasiswa tidak terbentuk hanya dari penguasaan teknologi, tetapi juga dari keyakinan diri dan pola pikir kewirausahaan. Literasi digital diposisikan sebagai kemampuan dasar mahasiswa dalam mengakses, mengevaluasi, dan memanfaatkan teknologi digital untuk mengenali peluang usaha. Self-efficacy diposisikan sebagai keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya untuk memulai dan menjalankan aktivitas kewirausahaan digital. Sementara itu, entrepreneurial mindset diposisikan

sebagai pola pikir yang memungkinkan mahasiswa melihat perubahan teknologi sebagai peluang, berinovasi, dan mengambil keputusan dalam situasi yang tidak pasti. Ketiga variabel tersebut diasumsikan memiliki pengaruh langsung terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa. Kerangka berpikir penelitian ini disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Literasi digital berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa.

H2: Self-efficacy berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa.

H3: Entrepreneurial mindset berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi digital, self-efficacy, dan entrepreneurial mindset terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa Jurusan Ilmu Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori untuk menganalisis pengaruh literasi digital, self-efficacy, dan entrepreneurial mindset terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa. Penelitian dilaksanakan pada mahasiswa Jurusan Ilmu Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa aktif pada jurusan tersebut. Sampel ditentukan dengan teknik purposive sampling karena penelitian membutuhkan responden yang memiliki pengalaman atau paparan terhadap penggunaan media dan platform digital, sehingga mampu memberikan penilaian yang relevan terhadap variabel yang diteliti. Kriteria responden meliputi mahasiswa aktif, pernah menggunakan media atau platform digital dalam aktivitas akademik maupun nonakademik, serta bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Berdasarkan proses pengumpulan data, jumlah sampel akhir yang dianalisis sebanyak 150 responden.

Jumlah responden tersebut dinilai memadai berdasarkan pertimbangan metodologis PLS-SEM dan kecukupan daya statistik. Mengacu pada *10-times rule*, jumlah sampel minimum adalah sepuluh kali jumlah jalur struktural

terbanyak yang mengarah pada satu konstruk endogen. Dalam model penelitian ini terdapat tiga jalur menuju intensi kewirausahaan digital, sehingga kebutuhan minimum berdasarkan aturan tersebut adalah 30 responden. Selain itu, dengan mempertimbangkan pendekatan *statistical power* pada taraf signifikansi 5%, *power* 80%, dan jumlah prediktor sebanyak tiga variabel, ukuran sampel 150 responden telah melampaui kebutuhan minimum untuk mendeteksi pengaruh kecil hingga sedang secara lebih stabil. Oleh karena itu, jumlah 150 responden dinilai memadai untuk estimasi parameter, pengujian hipotesis, dan interpretasi model struktural dalam SEM-PLS (Cohen, 1988; Hair et al., 2025).

Data penelitian berupa data primer yang diperoleh melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin, mulai dari 1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju. Kuesioner disebarkan secara daring melalui Google Form dan secara langsung kepada responden. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah intensi kewirausahaan digital, sedangkan variabel independennya terdiri atas literasi digital, self-efficacy, dan entrepreneurial mindset. Literasi digital didefinisikan sebagai kemampuan mahasiswa dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan teknologi digital secara produktif; indikatornya diadaptasi dari (Akhter et al., 2022; Ip, 2024; Mohamad et al., 2025), meliputi kemampuan mengakses informasi digital, mengevaluasi informasi digital, menggunakan platform digital, serta memanfaatkan teknologi untuk aktivitas produktif. Self-efficacy dimaknai sebagai keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya untuk memulai dan menjalankan aktivitas kewirausahaan digital; indikatornya diadaptasi dari (Al-Qadasi et al., 2023; Pham et al., 2023; Wang et al., 2023; Wu et al., 2022), meliputi keyakinan memulai usaha, menyelesaikan masalah bisnis, mengambil keputusan, menggunakan teknologi bisnis, dan menghadapi risiko. Entrepreneurial mindset diartikan sebagai pola pikir yang terbuka terhadap peluang, inovasi, perubahan, dan pengambilan keputusan dalam situasi tidak pasti; indikatornya diadaptasi dari (Aboobaker et al., 2023; Jiatong et al., 2021; Li et al. 2023; Wardana et al., 2020), meliputi orientasi peluang, kreativitas, inovasi, eksperimen, dan keberanian menghadapi ketidakpastian. Sementara itu, indikator intensi kewirausahaan digital diadaptasi dari (Akhter et al., 2022; Duong & Vu, 2025; Pham et al., 2023), meliputi keinginan memulai usaha digital, rencana menggunakan platform digital untuk bisnis, kesiapan mengembangkan usaha berbasis teknologi, dan komitmen untuk menjalankan aktivitas kewirausahaan digital.

Analisis data dilakukan dalam dua tahap, yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan kecenderungan jawaban pada setiap variabel. Analisis inferensial dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Pemilihan SEM-PLS didasarkan pada tujuan penelitian yang bersifat prediktif-

eksplanatori dan berfokus pada pengujian pengaruh antarvariabel laten. Evaluasi model meliputi model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran diuji melalui validitas konvergen, validitas diskriminan, Average Variance Extracted (AVE), composite reliability, dan Cronbach's alpha. Selanjutnya, model struktural dianalisis melalui koefisien determinasi, effect size, predictive relevance, dan signifikansi jalur menggunakan prosedur bootstrapping. Hipotesis dinyatakan diterima apabila koefisien jalur bernilai positif dan memenuhi kriteria signifikansi, yaitu t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Jurusan Ilmu Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 96 orang atau 64,0%, sedangkan laki-laki sebanyak 54 orang atau 36,0%. Berdasarkan angkatan, responden terbanyak berasal dari angkatan 2022 dan 2023, masing-masing sebanyak 42 orang atau 28,0%. Dari sisi usia, mayoritas responden berada pada rentang 20–21 tahun sebanyak 76 orang atau 50,7%. Berdasarkan pengalaman usaha, sebagian besar responden belum pernah memiliki pengalaman usaha, yaitu sebanyak 132 orang atau 88,0%. Komposisi ini menunjukkan bahwa responden didominasi mahasiswa usia produktif yang dekat dengan penggunaan teknologi digital, tetapi sebagian besar belum memiliki pengalaman bisnis secara langsung.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	54	36,0%
	Perempuan	96	64,0%
Angkatan	2021	28	18,7%
	2022	42	28,0%
	2023	42	28,0%
	2024	38	25,3%
Usia	18–19 tahun	30	20,0%
	20–21 tahun	76	50,7%
	22–24 tahun	44	29,3%
Pengalaman usaha	Pernah	18	12,0%
	Belum pernah	132	88,0%

Sumber: Data primer diolah (2026)

3.2 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

A. Convergent validity

Evaluasi *convergent validity* dilakukan dengan melihat nilai *outer loading* masing-masing indikator. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel *entrepreneurial mindset*, *intensi kewirausahaan digital*, *literasi digital*, dan *self-efficacy* memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70. Dengan demikian, seluruh

indikator dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis lanjutan. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merefleksikan konstruk laten yang diukur secara memadai.

Tabel 2. Hasil Pengujian Convergent Validity

Indikator	Entrepreneurial Mindset	Intensi Kewirausahaan Digital	Literasi Digital	Self-Efficacy
EM1	0,734			
EM2	0,793			
EM3	0,803			
EM4	0,713			
EM5	0,724			
EM6	0,710			
IKD1		0,712		
IKD2		0,796		
IKD3		0,813		
IKD4		0,769		
IKD5		0,722		
IKD6		0,754		
LD1			0,720	
LD2			0,796	
LD3			0,748	
LD4			0,758	
LD5			0,757	
LD6			0,763	
SE1				0,776
SE2				0,767
SE3				0,790
SE4				0,755
SE5				0,752
SE6				0,788

Sumber: Output SmartPLS 4.0

B. Discriminant validity

Validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria Fornell-Larcker dan *heterotrait-monotrait ratio* (HTMT). Berdasarkan kriteria Fornell-Larcker, akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain. Selain itu, seluruh nilai HTMT berada di bawah 0,90. Temuan ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel laten memiliki validitas diskriminan yang baik, sehingga setiap konstruk dapat dibedakan secara empiris dari konstruk lainnya.

Tabel 3. Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)

Konstruk	Entrepreneurial Mindset	Intensi Kewirausahaan Digital	Literasi Digital	Self-Efficacy
Entrepreneurial Mindset	0,747			
Intensi Kewirausahaan Digital	0,434	0,762		
Literasi Digital	0,278	0,353	0,757	

Self-Efficacy	0,390	0,457	0,357	0,771
---------------	-------	-------	-------	-------

Sumber: Output SmartPLS 4.0

Tabel 4. Hasil HTMT

Hubungan Antar Konstruk	Nilai HTMT
Intensi Kewirausahaan Digital ↔ Entrepreneurial Mindset	0,483
Literasi Digital ↔ Entrepreneurial Mindset	0,325
Literasi Digital ↔ Intensi Kewirausahaan Digital	0,397
Self-Efficacy ↔ Entrepreneurial Mindset	0,456
Self-Efficacy ↔ Intensi Kewirausahaan Digital	0,528
Self-Efficacy ↔ Literasi Digital	0,407

Sumber: Output SmartPLS 4.0

C. Average Variance Extracted (AVE)

Nilai AVE seluruh konstruk berada di atas 0,50, yaitu 0,558 untuk *entrepreneurial mindset*, 0,580 untuk intensi kewirausahaan digital, 0,573 untuk literasi digital, dan 0,595 untuk *self-efficacy*. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen pada tingkat konstruk. Dengan kata lain, proporsi varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk laten sudah memadai.

Tabel 5. Hasil Uji AVE

Konstruk	AVE
Entrepreneurial Mindset	0,558
Intensi Kewirausahaan Digital	0,580
Literasi Digital	0,573
Self-Efficacy	0,595

Sumber: Output SmartPLS 4.0

D. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* berada di atas 0,70. Nilai *Cronbach's alpha* berkisar antara 0,845 hingga 0,864, sedangkan nilai *composite reliability* berkisar antara 0,883 hingga 0,898. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini reliabel dan memiliki konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, model pengukuran telah memenuhi syarat untuk dilanjutkan pada evaluasi model struktural.

Tabel 6. Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho a)	Composite Reliability (rho c)
Entrepreneurial Mindset	0,845	0,856	0,883
Intensi Kewirausahaan Digital	0,855	0,856	0,892
Literasi Digital	0,853	0,861	0,890
Self-Efficacy	0,864	0,867	0,898

Sumber: Output SmartPLS 4.0

3.3 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

A. Goodness of fit model

Hasil pengujian goodness of fit menunjukkan nilai SRMR sebesar 0,066 pada saturated model maupun estimated model. Nilai tersebut berada di bawah batas yang direkomendasikan (<0,08), sehingga model dapat dinyatakan memiliki tingkat kesesuaian yang memadai. Nilai NFI sebesar 0,786 menunjukkan tingkat kecocokan model yang cukup baik, meskipun belum mencapai nilai ideal 0,90. Namun demikian, dalam pendekatan PLS-SEM, evaluasi model tidak hanya berfokus pada ukuran model fit sebagaimana pada covariance-based SEM (CB-SEM), melainkan lebih menekankan pada kemampuan prediktif model. Oleh karena itu, kelayakan model dalam penelitian ini dievaluasi secara komprehensif melalui validitas dan reliabilitas konstruk, koefisien determinasi (R²), effect size (f²), predictive relevance (Q²), serta signifikansi hubungan antarvariabel. Berdasarkan seluruh indikator tersebut, model penelitian dinilai layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

Tabel 7. Hasil Model Goodness of Fit

Indikator	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,066	0,066
d ULS	1,295	1,295
d G	0,454	0,454
Chi-square	370,371	370,371
NFI	0,786	0,786

Sumber: Output SmartPLS 4.0

B. Koefisien determinasi (R-square)

Nilai R-square sebesar 0,312 menunjukkan bahwa literasi digital, *self-efficacy*, dan *entrepreneurial mindset* secara simultan mampu menjelaskan 31,2% variasi intensi kewirausahaan digital mahasiswa. Berdasarkan kriteria (Hair et al., 2022), nilai tersebut termasuk kategori moderat menuju rendah, yang mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang cukup, tetapi belum kuat. Dengan demikian, masih terdapat 68,8% variasi intensi kewirausahaan digital yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Faktor-faktor tersebut dapat berupa pendidikan kewirausahaan, pengalaman bisnis, dukungan keluarga, lingkungan sosial, akses teknologi, maupun kondisi ekosistem kewirausahaan digital yang dimiliki mahasiswa.

Tabel 8. Hasil Uji Nilai R-Square

Variabel Endogen	R-square	R-square Adjusted
Intensi Kewirausahaan Digital	0,312	0,298

Sumber: Output SmartPLS 4.0

C. Effect size (f-square)

Hasil uji *f-square* menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki effect size dalam kategori kecil. *Self-efficacy* memiliki nilai *f-square* tertinggi sebesar 0,094, diikuti *entrepreneurial mindset* sebesar 0,089, dan literasi

digital sebesar 0,037. Secara substantif, hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel memang memberikan kontribusi terhadap intensi kewirausahaan digital, tetapi kontribusi unik masing-masing variabel masih terbatas ketika diuji secara simultan dalam satu model. Dengan demikian, signifikansi statistik yang ditemukan tidak dapat langsung ditafsirkan sebagai pengaruh praktis yang besar. Temuan ini menegaskan bahwa intensi kewirausahaan digital mahasiswa kemungkinan juga dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, seperti pengalaman usaha, pendidikan kewirausahaan, dukungan kampus, lingkungan keluarga, jejaring sosial, dan akses terhadap ekosistem bisnis digital.

Tabel 9. Hasil Uji f-square

Hubungan Antar Variabel	f-square
Entrepreneurial Mindset → Intensi Kewirausahaan Digital	0,089
Literasi Digital → Intensi Kewirausahaan Digital	0,037
Self-Efficacy → Intensi Kewirausahaan Digital	0,094

Sumber: Output SmartPLS 4.0

Jika mengacu pada kriteria (Cohen, 1988), nilai f-square sekitar 0,02 dikategorikan kecil, 0,15 sedang, dan 0,35 besar. Dengan demikian, nilai f-square literasi digital (0,037), entrepreneurial mindset (0,089), dan self-efficacy (0,094) menunjukkan bahwa ketiganya berada pada kategori kecil meskipun seluruh jalur signifikan secara statistik. Implikasinya, penguatan intensi kewirausahaan digital tidak cukup dilakukan melalui satu intervensi tunggal, misalnya hanya meningkatkan literasi digital atau hanya membangun keyakinan diri. Perguruan tinggi perlu merancang strategi terpadu yang menggabungkan pelatihan kompetensi digital, pengalaman praktik bisnis, pembelajaran berbasis proyek, mentoring, dan penguatan orientasi peluang agar pengaruh praktis terhadap intensi kewirausahaan digital menjadi lebih besar.

D. Predictive relevance (Q-square)

Nilai *Q-square* untuk variabel intensi kewirausahaan digital sebesar 0,168. Karena nilainya lebih besar dari 0, model memiliki *predictive relevance* yang baik. Artinya, model yang dibangun tidak hanya sesuai secara statistik, tetapi juga memiliki kemampuan prediktif terhadap variabel endogen yang diuji.

Tabel 10. Hasil Uji Q-square

Variabel Endogen	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Intensi Kewirausahaan Digital	900,000	748,358	0,168

Sumber: Output SmartPLS 4.0

3.4 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan melihat nilai koefisien jalur, *t-statistic*, dan *p-value*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa

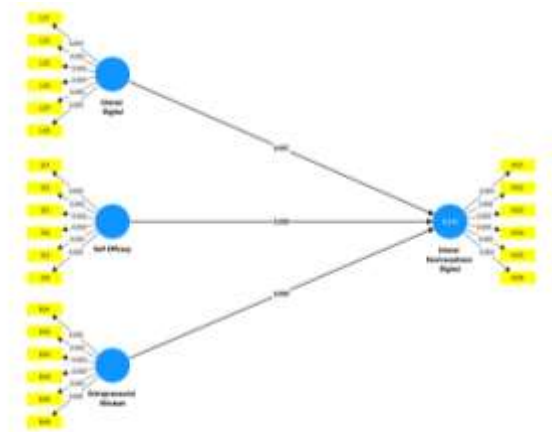
seluruh hipotesis penelitian diterima. Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi kewirausahaan digital dengan koefisien jalur sebesar 0,174, nilai *t-statistic* sebesar 2,714, dan *p-value* sebesar 0,007. *Self-efficacy* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi kewirausahaan digital dengan koefisien jalur sebesar 0,288, nilai *t-statistic* sebesar 3,951, dan *p-value* sebesar 0,000. Selanjutnya, *entrepreneurial mindset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi kewirausahaan digital dengan koefisien jalur sebesar 0,273, nilai *t-statistic* sebesar 4,120, dan *p-value* sebesar 0,000. Dengan demikian, seluruh hipotesis penelitian dinyatakan diterima.

Tabel 11. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	STD EV	T Statistics	P Values	Keputusan
H1	Literasi Digital → Intensi Kewirausahaan Digital	0,174	0,185	0,064	2,714	0,007	Diterima
H2	Self-Efficacy → Intensi Kewirausahaan Digital	0,288	0,291	0,073	3,951	0,000	Diterima
H3	Entrepreneurial Mindset → Intensi Kewirausahaan Digital	0,273	0,276	0,066	4,120	0,000	Diterima

Sumber: Output SmartPLS 4.0

Koefisien jalur menunjukkan arah dan kekuatan hubungan antarvariabel dalam model struktural.



Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS 4.0

Gambar 2. Model Visual Hasil PLS-SEM

Pengaruh positif literasi digital menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan teknologi digital, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk

membangun niat berwirausaha digital. Dalam konteks ini, literasi digital berfungsi sebagai modal dasar untuk mengenali peluang pasar, memanfaatkan platform daring, memahami perilaku konsumen digital, dan mengelola aktivitas bisnis berbasis teknologi. Temuan ini sejalan dengan Akhter et al. (2022), Ip (2024), dan Mohamad et al. (2025) yang menegaskan bahwa kapasitas digital mendukung orientasi kewirausahaan. Namun, nilai koefisien jalur dan effect size yang paling kecil menunjukkan bahwa literasi digital lebih tepat dipahami sebagai prasyarat dasar, bukan sebagai pendorong tunggal intensi kewirausahaan digital. Kemampuan menggunakan teknologi tidak otomatis melahirkan niat berwirausaha apabila mahasiswa belum memiliki keberanian mengambil risiko, orientasi terhadap peluang, keyakinan diri, dan kesiapan menghadapi ketidakpastian bisnis. Dengan demikian, literasi digital perlu diintegrasikan dengan pembelajaran yang menumbuhkan self-efficacy dan entrepreneurial mindset agar kompetensi digital dapat dikonversi menjadi orientasi usaha yang lebih nyata. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa yang memiliki kemampuan lebih baik dalam mengakses, mengevaluasi, dan memanfaatkan teknologi digital cenderung lebih mampu mengidentifikasi peluang usaha berbasis digital. Literasi digital tidak hanya berfungsi sebagai kemampuan teknis penggunaan teknologi, tetapi juga sebagai modal kognitif yang membantu mahasiswa memahami dinamika pasar digital, perilaku konsumen, serta peluang bisnis yang muncul melalui perkembangan teknologi. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dapat menjadi salah satu strategi penting dalam mendorong tumbuhnya intensi kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa.

Pengaruh positif *self-efficacy* menunjukkan bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya sendiri merupakan faktor yang paling kuat dalam membentuk intensi kewirausahaan digital. Mahasiswa yang yakin mampu menggunakan teknologi, mengambil keputusan bisnis, dan menghadapi risiko usaha cenderung lebih berani membangun niat untuk memulai usaha digital. Temuan ini mendukung hasil (Pham et al., 2023; Wang et al., 2023; Wu et al., 2022) yang menempatkan *self-efficacy* sebagai prediktor penting *entrepreneurial intention*. Hasil ini juga selaras dengan (Duong & Vu, 2025; Wardoyo et al., 2025) yang menunjukkan bahwa *self-efficacy* berperan penting dalam pembentukan niat kewirausahaan pada konteks digital dan mahasiswa Indonesia. Dalam penelitian ini, posisi *self-efficacy* sebagai prediktor terkuat juga dapat dijelaskan oleh karakteristik responden yang sebagian besar belum memiliki pengalaman usaha, sehingga keyakinan diri menjadi modal psikologis utama dalam pembentukan niat berwirausaha. *Self-efficacy* menjadi prediktor yang memiliki pengaruh terbesar dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya sendiri memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk niat untuk memulai usaha berbasis digital. Mahasiswa yang percaya bahwa dirinya mampu menghadapi tantangan

bisnis, mengambil keputusan, serta mengelola risiko cenderung memiliki keberanian yang lebih tinggi untuk memasuki dunia kewirausahaan digital. Temuan ini sejalan dengan teori sosial kognitif yang menempatkan self-efficacy sebagai determinan utama dalam pembentukan niat dan perilaku individu.

Pengaruh positif *entrepreneurial mindset* menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki pola pikir terbuka terhadap peluang, inovasi, eksperimen, dan ketidakpastian cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk membangun usaha berbasis digital. Dalam ekosistem digital, pola pikir kewirausahaan menjadi penting karena mahasiswa tidak cukup hanya mampu menggunakan teknologi, tetapi juga harus mampu melihat perubahan teknologi sebagai peluang ekonomi. Temuan ini mendukung hasil (Aboobaker et al., 2023; Jiatong et al., 2021; Li et al., 2023; Wardana et al., 2020) yang menunjukkan bahwa *entrepreneurial mindset* berperan dalam pembentukan *entrepreneurial intention*. *Entrepreneurial mindset* juga terbukti berperan penting dalam meningkatkan intensi kewirausahaan digital mahasiswa. Pola pikir kewirausahaan memungkinkan mahasiswa untuk melihat perubahan teknologi sebagai peluang, bukan ancaman. Individu dengan *entrepreneurial mindset* yang tinggi cenderung lebih terbuka terhadap inovasi, lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis, dan lebih siap menghadapi ketidakpastian. Dalam konteks ekonomi digital yang sangat dinamis, kemampuan berpikir kreatif dan oportunistik menjadi faktor yang penting dalam membangun niat untuk berwirausaha.

Secara simultan, ketiga variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan 31,2% variasi intensi kewirausahaan digital mahasiswa. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model memiliki daya jelas yang cukup, tetapi belum sepenuhnya kuat. Artinya, literasi digital, *self-efficacy*, dan *entrepreneurial mindset* merupakan determinan penting, namun bukan satu-satunya faktor yang membentuk intensi kewirausahaan digital. Effect size yang seluruhnya berada pada kategori kecil memperkuat pemahaman bahwa pembentukan intensi kewirausahaan digital merupakan fenomena kompleks dan multidimensional. Faktor lain seperti pendidikan kewirausahaan, pengalaman usaha, dukungan lingkungan kampus, dukungan keluarga, akses modal, jejaring bisnis, dan kesiapan ekosistem digital dapat menjadi determinan tambahan yang perlu diuji dalam penelitian berikutnya. Dengan demikian, meskipun *self-efficacy* tampil sebagai prediktor terkuat, diikuti *entrepreneurial mindset* dan literasi digital, ketiganya tetap perlu dipahami sebagai faktor yang saling melengkapi dalam menjelaskan niat mahasiswa untuk berwirausaha digital.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menegaskan bahwa intensi kewirausahaan digital mahasiswa tidak hanya dibentuk oleh kemampuan dalam menggunakan teknologi digital, tetapi juga oleh

keyakinan diri dan pola pikir kewirausahaan. Literasi digital berperan sebagai fondasi awal yang memungkinkan mahasiswa memahami dan memanfaatkan peluang pada lingkungan digital. Namun, fondasi tersebut perlu diperkuat oleh self-efficacy agar mahasiswa merasa mampu memulai dan menjalankan usaha digital, serta oleh entrepreneurial mindset agar mahasiswa mampu melihat perubahan teknologi sebagai peluang ekonomi. Dengan demikian, kesiapan berwirausaha digital merupakan hasil integrasi antara kompetensi digital, modal psikologis, dan orientasi berpikir kewirausahaan.

Secara praktis, hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa perguruan tinggi perlu mengembangkan pembelajaran kewirausahaan digital yang tidak hanya menekankan penguasaan teknologi, tetapi juga pengalaman langsung yang dapat meningkatkan keyakinan diri dan pola pikir inovatif mahasiswa. Program seperti proyek usaha digital berbasis tim, simulasi bisnis, mentoring kewirausahaan, inkubasi usaha, dan pembelajaran berbasis pengalaman dapat digunakan untuk mengonversi literasi digital menjadi intensi kewirausahaan yang lebih kuat. Penelitian lanjutan disarankan untuk menguji variabel lain yang belum tercakup dalam model ini, seperti pendidikan kewirausahaan, dukungan lingkungan kampus, pengalaman usaha, dukungan ekosistem digital, atau literasi kecerdasan artifisial, serta memperluas cakupan responden ke lintas program studi dan perguruan tinggi agar generalisasi temuan menjadi lebih kuat.

REFERENSI

- Aboobaker, N., D., R., & K.A., Z. (2023). Fostering entrepreneurial mindsets: the impact of learning motivation, personal innovativeness, technological self-efficacy, and human capital on entrepreneurial intention. *Journal of International Education in Business*, 16(3), 312–333. <https://doi.org/10.1108/JIEB-10-2022-0071>
- Akhter, A., M. Anwarul Islam, K., Mobarak Karim, Md., & Bin Latif, W. (2022). Examining determinants of digital entrepreneurial intention: A case of graduate students. *Problems and Perspectives in Management*, 20(3), 153–163. [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(3\).2022.13](https://doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.13)
- Al-Qadasi, N., Zhang, G., Al-Awlaqi, M. A., Alshebami, A. S., & Aamer, A. (2023). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in Yemen: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1111934>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences (2nd ed.)*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Duong, C. D. (2026). AI literacy and higher education students' digital entrepreneurial intention: A moderated mediation model of AI self-efficacy and digital entrepreneurial self-efficacy. *Industry and Higher Education*, 40(2), 242–255. <https://doi.org/10.1177/09504222251370089>
- Duong, C. D., & Vu, T. N. (2025). Entrepreneurial education and higher education students' e-entrepreneurial intention: a moderated mediation model of generative AI incorporation and e-entrepreneurial self-efficacy. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 15(5), 1024–1048. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-12-2024-0390>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2025). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.)* (3rd ed.). Sage.
- Ip, C. Y. (2024). Effect of digital literacy on social entrepreneurial intentions and nascent behaviours among students and practitioners in mass communication. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 34. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02587-w>
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of Entrepreneurial Education, Mindset, and Creativity on Entrepreneurial Intention: Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Kang, G.-L., Park, C.-W., & Jang, S.-H. (2024). A Study on the Impact of Financial Literacy and Digital Capabilities on Entrepreneurial Intention: Mediating Effect of Entrepreneurship. *Behavioral Sciences*, 14(2), 121. <https://doi.org/10.3390/bs14020121>
- Li, Y., Cao, K., & Jenatabadi, H. S. (2023). Effect of entrepreneurial education and creativity on entrepreneurial intention in college students: mediating entrepreneurial inspiration, mindset, and self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1240910>
- Mohamad, Z., Alim, N. S. S. M., Rashid, N. K. Abd., Hassim, N. H. C., Anang, Z., Abdullah, S., & Nasir, A. (2025). The Impact of Digital Entrepreneurial Competencies, Digital Literacy and Government Support on Digital Entrepreneurship Using Regression Analysis. *ECONOMICS*, 13(1), 289–308. <https://doi.org/10.2478/eoik-2025-0025>
- Pham, M., Lam, B. Q., & Phuong Tran Le, V. (2023). The e-entrepreneurial intention of students: The role of self-efficacy and education. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 11(1), 127–143. <https://doi.org/10.15678/EBER.2023.110107>
- Sutiadiningsih, A., Dewi, I. H. P., Ratnasari, W., Taufiq, A., & Miranti, M. G. (2025). How do digital competencies promote entrepreneurial intention among vocational students? A mediation analysis of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial mindset. *Cogent Education*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2482486>
- Udekwe, E., & Iwu, C. G. (2024). The Nexus Between Digital Technology, Innovation, Entrepreneurship Education, and Entrepreneurial Intention and

- Entrepreneurial Motivation: A Systematic Literature Review. *Education Sciences*, 14(11), 1211. <https://doi.org/10.3390/educsci14111211>
- Wang, X.-H., You, X., Wang, H.-P., Wang, B., Lai, W.-Y., & Su, N. (2023). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention: Mediation of Entrepreneurial Self-Efficacy and Moderating Model of Psychological Capital. *Sustainability*, 15(3), 2562. <https://doi.org/10.3390/su15032562>
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9), e04922. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>
- Wardoyo, C., Narmaditya, B. S., Qurrata, V. A., Satrio, Y. D., & Sahid, S. (2025). Are students ready for digital business? Antecedents of entrepreneurial intentions among Indonesian students using a serial mediation. *Social Sciences & Humanities Open*, 11, 101213. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101213>
- 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. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.727826>