

221_12 cek plagiasi (1)

by Jurnal Wacana Ekonomi

Submission date: 08-Apr-2023 03:59AM (UTC-0400)

Submission ID: 2058927475

File name: 221_12_cek_plagiasi_1.docx (473.36K)

Word count: 3238

Character count: 22651



Peran *Digital Entrepreneurial Learning* dan *Entrepreneurial Orientation* Sebagai Moderasi Pengaruh *ICT Self-Efficacy* terhadap *Digital Entrepreneurial Intention* Mahasiswa

5 **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis dampak *ICT self-efficacy* terhadap *digital entrepreneurial intention* dengan variabel *digital entrepreneurial learning* dan *entrepreneurial orientation* sebagai variabel moderator. Metodologi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah penelitian survei eksplanatory dengan menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner dan observasi. Sampul dan sampel penelitian ini yaitu mahasiswa program studi Bisnis Digital S1 Fakultas Ekonomi Universitas Garut. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, tepatnya dengan jenis *Moderat Regression Analysis (MRA)*. Temuan kami menunjukkan bahwa i) *ICT self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *digital entrepreneurial intention*. ii) *Digital entrepreneurial learning* dan *entrepreneurial orientation* dapat menjadi variabel moderator untuk menguji pengaruh *ICT self-efficacy* terhadap *digital entrepreneurial intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Bisnis Digital S1 Fakultas Ekonomi Universitas Garut telah memiliki tingkat *digital entrepreneurial intention* yang memadai.

Kata kunci: *Digital entrepreneurial intention, digital entrepreneurial learning, entrepreneurial orientation, ICT self-efficacy.*

Abstract

6
The purpose of this research is to identify and analyze the impact of ICT self-efficacy on the digital entrepreneurial intention with digital entrepreneurial learning and entrepreneurial orientation as moderator variables. The methodology applied in this study is explanatory survey research using survey data collection and observation techniques. The population and sample of this research are students of the Digital Business S1 Study Program, Faculty of Economics, University of Garut. Data analysis techniques using double linear regression, specifically with the type of Moderate Regression Analysis (MRA). Our findings show that (i) ICT self-efficacy has a significant impact on digital entrepreneurial intention. (ii) Digital entrepreneurship learning and orientation can be a moderator variable to test the impact of ICT Self-efficiency on digital enterprise intentions. This indicates that students of Digital Business Study Program have had an adequate level of digital entrepreneurial intention.

Kata kunci: *Digital entrepreneurial intention, digital entrepreneurial learning, entrepreneurial orientation, ICT self-efficacy.*

1 Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan internet memberikan peluang untuk mengembangkan bisnis secara digital telah membuka pintu bagi orang untuk memulai bisnis mereka sendiri dengan biaya yang lebih murah dan memberikan kemudahan lebih dibandingkan dengan model bisnis tradisional.

Berdasarkan data *The Global Index of Digital Entrepreneurship Systems Scores* tahun 2022 bahwa negara Indonesia dapat dikatakan masih tertinggal jauh dengan negara lain mengenai kualitas lingkungan bagi pengusaha digital yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1: *The Global Index of Digital Entrepreneurship Systems (GIDES) Scores* Tahun 2022

Countries	Rank Out of 113 Global Economies	Score (0-100)
Singapore	1	81.3
United States	2	79.7
Swedes	3	79.6
Denmark	4	78.8
Switzerland	5	76.9
Netherlands	6	75.6
Finlad	7	73.3
Thailand	59	25.9
Azerbaijan	60	25.5
Vietnam	63	23.1
Indonesia	71	20.4
India	75	19.6
Philippines	79	18.5
Sri Lanka	82	17.5

Sumber: *Asian Development Outlook (ADO)*, 2022.

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa negara Indonesia perlu untuk membina kewirausahaan digital dengan mengamati tingkat digitalisasi yang mengacu pada konsep *Global Entrepreneurship Index* (GEI) bahwa perguruan tinggi termasuk salah satu institusi yang memiliki peranan penting dalam membangun lingkungan atau budaya kewirausahaan. Temuannya menunjukkan bahwa negara Indonesia, perguruan tinggi yang mampu melahirkan wirausaha-wirausaha baru masih terbilang terlalu sedikit dibandingkan negara lain. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020 terdapat 129.137 unit usaha perdagangan dengan pemilikan sekitar 39% merupakan lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA), lalu Sarjana sebesar 28%, Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebesar 10.8%, Sekolah Dasar (SD) sebesar 3.6%, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebesar 5.5%, Diploma sebesar 4.7%, dan Magister sebesar 2.4%. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran untuk berwirausaha pada kalangan perguruan tinggi lebih kecil dibandingkan lulusan SMA.

Banyak manfaat yang didapatkan mahasiswa jika memiliki *entrepreneurial intention* yang tinggi seperti kemampuan untuk berpikir kreatif dan inovatif, mengembangkan bakat dan keterampilan, pengembangan diri, kemampuan untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam menghadapi masa depan, berkontribusi untuk melindungi lingkungan (Suffian, et al., 2018), komunikasi yang efektif, kemampuan berpikir kritis, dan keterampilan mengambil keputusan yang baik (Entrialgo & Iglesias, 2017) sehingga tidak hanya bergantung pada aspek ekonomi saja tetapi lebih dari itu. Hal tersebut jika didukung dengan tingkat intensi yang tinggi dapat menjadi modal seorang mahasiswa untuk mampu mengembangkan ide bisnis untuk memulai usahanya yang sesuai dengan bidang keahliannya.

Permasalahan saat ini adalah kalangan terdidik memiliki tingkat intensi berwirausaha yang rendah (Sadewo, Iqbal, & Sanawiri, 2018), khususnya mahasiswa mengungkapkan bahwa masalah tersebut terjadi diakibatkan karena kesulitan menemukan ide dalam memulai berwirausaha, modal yang terbatas dengan dibayang-bayangi oleh resiko kegagalan (Sadewo, Iqbal, & Sanawiri, 2018; Oktaviana, et al., 2018), sulit mendapatkan tim, melakukan perencanaan usaha, dan pembinaan usaha (Rifa'i, Suprihatin, & Agustim, 2019). Selain itu, di era digitalisasi saat ini

kemampuan akan informasi dan teknologi dapat menjadi masalah baru bagi mereka yang tidak mampu menguasainya.

Rendahnya *digital entrepreneurial intention* mahasiswa dapat menyebabkan lulusan perguruan tinggi lebih banyak yang memilih untuk mencari pekerjaan daripada mencari peluang untuk berwirausaha, hal ini dikarenakan mayoritas lulusan lebih berorientasi mencari pekerjaan idealnya walaupun harus menghadapi masa tunggu kerja cukup lama sehingga akan berdampak pada tingkat pengangguran Indonesia yang terus bertambah setiap tahunnya. Selain itu, berdampak negatif pada pertumbuhan ekonomi di masa depan, terutama dalam era digital saat ini yang menuntut kemampuan digital sebagai salah satu keterampilan yang penting dalam dunia bisnis (Kautonen, Van Gelderen, & Tomikoski, 2013). Hal ini juga dapat mempengaruhi kesiapan mahasiswa untuk menghadapi tantangan dan peluang dalam era digital, serta membatasi kemampuan mereka untuk memulai usaha bisnis baru (Thompson, Byrne, & Le Roux, 2018; Liñán, Cohard, & Cantuche, 2011).

Digital entrepreneurial intention mahasiswa merupakan hal yang sangat penting dalam menghadapi tantangan era digital saat ini. Hal ini dikarenakan mahasiswa adalah generasi yang akan menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi di masa depan (Lee, Lim, & Kim, 2017), kemampuan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memulai bisnis digital akan menjadi kunci kesuksesan (Wang, Zhou, & Li, 2017), sebagai tolak ukur seberapa besar ketertarikan mahasiswa menjadi seorang *digitalpreneur*, dan tidak memprioritaskan diri untuk mencari kerja dikemudian harinya (Nurhayati & Machmud, 2019). Urgensi teknologi mampu membuat pejejaran kewirausahaan menjadi lebih sederhana untuk efisien dan efektif dan pemanfaatan teknologi yang semakin banyak ini memungkinkan untuk pengaturan usaha berbasis teknologi untuk kesejahteraan dan kemakmuran sosial masyarakat.

Konsep *entrepreneurial intention* menurut teorinya *entrepreneurial intention-based models* yang berasal dari Linan (2004) mengungkapkan bahwa terdapat tiga aspek penentu yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk melangsungkan pekerjaan yaitu persepsi atas kemampuannya, sikap, dan norma sosial. Ketiga aspek tersebut dipengaruhi atas pengetahuannya mengenai kewirausahaan. Berdasarkan teori *entrepreneurial intention* bahwa keputusan seseorang untuk memulai bisnis baru tergantung pada faktor pribadi dan lingkungan (Boyd & Vozikis, 1994; Liñán et al., 2013; Malebana, 2014; González, et al., 2020). Meskipun dipengaruhi oleh faktor kontekstual seperti budaya, masalah sosial, ekonomi, politik, demografi dan perkembangan teknologi (Low & MacMilan, 1988), ciri-ciri kepribadian dianggap sebagai penentu utama *entrepreneurial intention*.

Berdasarkan banyaknya penelitian sebelumnya mengenai faktor penentu tingkat *digital entrepreneurial intention*, terdapat beberapa penelitian yang penulis identifikasi bahwa salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah *ICT self-efficacy* (Akhter et al., 2022; Machmud, et al, 2020; Koe, et al, 2018; Hatlevik, et al, 2018; Hoque, Awang, & Siddiqui, 2017). *ICT self-efficacy* secara khusus berfokus mengenai kepercayaan pada kemampuan individu untuk melakukan aktivitas dengan sukses (Koe, et al, 2018; McGee et al., 2009; Bandura, 2010). *ICT self-efficacy* sebagai kepercayaan individu yang membantu melakukan tugas dan tanggung jawab untuk menjadi pengusaha yang optimis (Chen, et al., 1998).

Penelitian sebelumnya mengungkapkan hubungan mengenai pengetahuan, pendidikan, keterampilan atau kemampuan terhadap *digital entrepreneurial intention* (Qermane & Mancha, 2021; Karyaningsih et al 2020; Ni & Ye, 2018; Wibowo & Narmaditya, 2022; Koe, et al, 2018). *Digital entrepreneurial learning* mengacu pada peningkatan keterampilan kewirausahaan, pengetahuan, kemampuan, dan sikap melalui kursus pendidikan dan kegiatan (Mei et al., 2020).

Hal ini proses mengajar mahasiswa berdasarkan kewirausahaan yang mencakup peluang realistis berbeda untuk usaha komersial yang berhasil (Anwar & Saleem, 2019). *Digital entrepreneurial learning* mendukung terciptanya keterkaitan antara masyarakat, individu, ekonomi, dan pendidikan tinggi (Lingappa et al., 2020).

Beberapa penelitian menyatakan keberhasilan dalam menghasilkan seseorang yang berniat untuk menjadi seorang *entrepreneur* bukan hanya masalah pengetahuan dan keterampilan (Baum et al., 2007). Lebih dari itu, diperlukan pendekatan inovatif untuk merangsang pembentukan karakter kewirausahaan (Schmitt-Rodermund, 2004). Membangun orientasi merupakan salah satu aspek paling kritis yang berkontribusi dalam pembentukan *entrepreneurial intention* dibidang kemahasiswaan (Mei et al., 2017). Hal ini juga dikonfirmasi melalui kajian pustaka dari Triyono et al. (2023); Abbasianchavari & Moritz (2021); Kumar et al. (2020); Koe et al. (2018); Liñán & Fayolle (2015) yang menyimpulkan bahwa sebagian besar penelitian mengidentifikasi *entrepreneurial orientation* sebagai faktor yang merangsang tumbuhnya *intention* dalam diri seseorang.

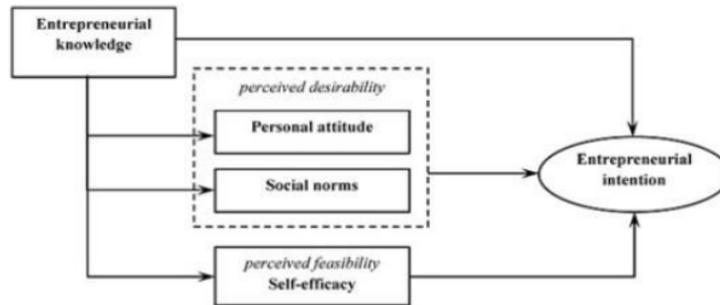
Hasil uraian tersebut, penulis tertarik untuk meneliti faktor *ICT self-efficacy*, *digital entrepreneurial learning*, dan *entrepreneurial orientation* karena menduga bahwa faktor tersebut kuat mempengaruhi tingkat *digital entrepreneurial intention* mahasiswa. Berdasarkan latar belakang penelitian, penulis melakukan penelitian dengan judul “Peran *Digital Entrepreneurial Learning* dan *Entrepreneurial Orientation* Sebagai Moderasi Pengaruh *ICT Self-Efficacy* terhadap *Digital Entrepreneurial Intention* Mahasiswa”.

2 Tinjauan Pustaka

2.1 *Digital Entrepreneurial Intention*

Pendekatan model yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Entrepreneurial Intention Based Models* hasil pemikiran Francisco Linan (2004) yang merupakan pengembangan model *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari Azjen (1991) dan *Theory of Entrepreneurial Event* (TEE) berasal dari Shapero & Sokol (1982). *Entrepreneurial intention* adalah keinginan atau kecenderungan untuk memulai dan mengembangkan bisnis baru (Anjum et al., 2022), berperan penting karena merupakan langkah awal dalam membentuk wirausaha, bahkan merupakan syarat untuk memulai usaha. Dalam penelitian (Kong et al., 2020), *entrepreneurial intention* dalam mempengaruhi kinerja bisnis di masa depan. Oleh karena itu, *entrepreneurial intention* disebut sebagai *core heart of entrepreneurship* (Triyono, et al. 2023).

Model *entrepreneurial intention-based models*, intensitas seseorang untuk berwirausaha dipengaruhi beberapa faktor yaitu sikapnya dalam memandang kewirausahaan (*personal attitude*), persepsinya mengenai norma sosial yang berlaku dalam memandang kewirausahaan (*perceived social norms*), serta persepsi akan kemampuan dirinya untuk berwirausaha (*perceived feasibility/self-efficacy*). Ketiga faktor tersebut merupakan hasil dari pemahaman seseorang mengenai kewirausahaan. Kemampuan kewirausahaan dapat secara signifikan mempengaruhi keputusan seseorang untuk merumuskan strategi yang efektif dalam menciptakan usahanya (Machmud & Nurhayati, 2020).



Gambar 1: *Entrepreneurial Intention-based Models*

Sumber: Linan, 2004.

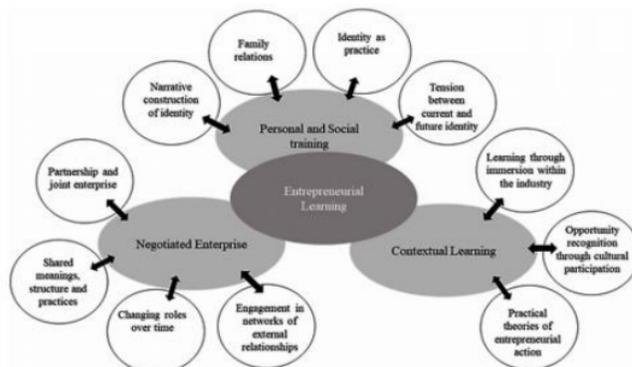
Digitalpreneur adalah orang yang menciptakan nilai dengan mengambil bagian dalam proses 'digitalisasi' kewirausahaan menciptakan produk baru, model bisnis baru, atau layanan baru yang memanfaatkan tren digital (Parviainen et al., 2017). *Digital entrepreneurial intention* merujuk pada kecenderungan atau niat individu untuk memulai dan mengembangkan bisnis digital (Hatak, Fink, & Mair, 2016). *Digital entrepreneurial intention* menjadi semakin relevan karena semakin banyak orang yang mengandalkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan melakukan aktivitas bisnis (Liñán, & Fayolle, 2015; Fernandez & Ariza, 2011).

2.2 ICT Self-Efficacy

Self-efficacy merupakan konsep yang berasal dari teori Bandura mengenai kognitif sosial yaitu sebuah konstruk yang menunjukkan kepercayaan akan kompetensinya untuk melaksanakan pekerjaan tertentu (Bandura, 2010). *Self-efficacy* adalah proses persepsi diri tentang keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan individu dalam membantu proses pengambilan keputusan untuk menjadi *digitalpreneur* (Wilson et al., 2007). Secara garis besar, *ICT self-efficacy* setidaknya melibatkan atas internet *self-efficacy* dan komputer *self-efficacy* (Papastergiou, 2010). Internet *self-efficacy* merupakan indikasi atas kepercayaan dalam mengoperasikan website mengenai penggunaan internet. Seseorang dengan harapan ¹³ kemahiran tinggi mungkin memiliki peluang lebih besar untuk sukses dalam melaksanakan berbagai macam tugas yang berhubungan dengan komputer dan internet (Ozcinar, 2010; Durmus & Kaya, 2010). *Self-efficacy* terkait komputer telah menjadi perpanjangan penting dari konsep *self-efficacy* (Hargittai & Shafer, 2006). Dalam domain teknologi informasi, studi menunjukkan peran penting kemandirian pada perilaku individu dalam penggunaan teknologi informasi (Hatlevik, et al, 2018).

2.3 Digital Entrepreneurial Learning

Konsep *entrepreneurial learning* atau yang sering dikenal pembelajaran kewirausahaan menurut teori Kolb (2014) mengemukakan sebagai proses pengalaman seseorang untuk mampu mengembangkan pengetahuannya melalui empat tingkatan kemampuan belajar yang berbeda yaitu mengalami, merefleksikan, berpikir, serta bertindak. Model *entrepreneurial learning* menurut (Rae, 2004) bahwa pembelajaran seseorang itu diintegrasikan ke dalam konteks sosial yang terdiri ¹⁴ as tiga faktor yaitu *personal and social training*, *contextual learning*, dan *negotiated enterprise*, yang dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2: Entrepreneurial Learning Model
Sumber: Rae, 2005.

Digital entrepreneurial learning terhadap digital entrepreneurial intention menunjukkan bahwa pembelajaran digital kewirausahaan dapat meningkatkan niat kewirausahaan di era digital (Drakopoulou & Anderson, 2016). Pembelajaran kewirausahaan digital memungkinkan individu untuk mampu memulai dan mengelola bisnis online sebagai hasil dari telah mempelajari berbagai macam pengetahuan serta keterampilan yang telah diberikan sebelumnya, serta dapat memberikan akses ke sumber daya yang diperlukan seperti mentor dan jaringan bisnis (Fayolle & Gailly, 2015).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa digital entrepreneurial learning dapat mempengaruhi niat kewirausahaan melalui peningkatan pengetahuan kewirausahaan, kepercayaan diri, motivasi, dan kesiapan untuk memulai bisnis (Souitaris, Zerbinati, & Al-Laham, 2007). Selain itu, pembelajaran kewirausahaan digital juga dapat membantu individu memperoleh keterampilan teknologi yang diperlukan untuk memulai dan mengelola bisnis online, yang merupakan aspek penting dalam era digital saat ini (Thompson, Byrne, & Le Roux, 2018).

2.4 Entrepreneurial Orientation

Entrepreneurial orientation adalah variabel yang awalnya disarankan oleh Miller (1983), selanjutnya dioperasionalkan oleh Covin dan Slevin (1989) dengan menyebutnya sebagai Entrepreneurial Strategic Posture (ESP). Pengukuran entrepreneurial orientation memilih tiga indikator yaitu tingkat inovasi untuk berwirausaha, orientasi pengambilan risiko, dan proaktif dalam menjalankan kewirausahaan (Triyono et al, 2023). Meningkatnya orientasi mahasiswa membuat mereka memiliki niat yang tinggi untuk mengambil keputusan dalam kewirausahaan (Şahin et al., 2019). Meneliti entrepreneurial orientation pada level individual unit analisis akan memberikan wawasan baru dan implikasi yang bermanfaat bagi berbagai pemangku kepentingan (Ferreira et al., 2017; Santos et al., 2020).

Entrepreneurial orientation adalah konsep yang digambarkan sebagai kecenderungan seseorang untuk mengambil risiko yang diperhitungkan, menjadi inventif, dan menampilkan proaktivitas strategis yang mewakili sikap perilaku individu untuk meningkatkan prediktabilitas niat individu untuk menjadi seorang wirausahawan (Zhao et al., 2011). Akibatnya, aspek kunci entrepreneurial orientation yang dapat mempelajari kecenderungan dan keinginan seseorang terhadap sikap dan aktivitas wirausaha, harus digunakan untuk mempromosikan keinginan menjadi wirausaha (Marques et al., 2018).

3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan melakukan survei explanatori yang menggunakan kuesioner dan studi literatur sebagai alat bantu dalam pengukuran data. Adapun objek penelitian yang terdiri dari variabel terikat yaitu *digital entrepreneurial intention* (Y) selanjutnya variabel bebas yaitu *ICT self-efficacy* (X), variabel *digital entrepreneurial learning* (M₁) dan variabel *entrepreneurial orientation* (M₂). Pengukuran akan dilakukan melalui setiap indikator variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian untuk disebarkan kepada sampel penelitian yaitu mahasiswa program studi Bisnis Digital S1 Fakultas Ekonomi Universitas Garut. Data terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda (SPSS) dengan jenis *Moderat Regression Analysis (MRA)*. Skala yang digunakan adalah skala numerikal (*likert*).

4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Tujuan dari analisis regresi pertama adalah untuk mengetahui pengaruh *ICT self-efficacy* terhadap *digital entrepreneurial intention*. Menurut hasil pengolahan data dari model regresi diperoleh koefisien variabel X terhadap Y sebagai berikut:

$$Y = 16.323 + 0.653X$$

Hasil model tersebut menunjukkan bahwa nilai R² sebesar 0.405 berarti bahwa tingkat *ICT self-efficacy* berpengaruh positif terhadap tingkat *digital entrepreneurial intention* sebesar 40.5% sehingga sisanya sebesar 59.5% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian ini.

Tujuan dari analisis regresi kedua adalah untuk mengetahui efek moderasi variabel *digital entrepreneurial learning* antara pengaruh *ICT self-efficacy* terhadap *digital entrepreneurial intention*. Menurut hasil pengolahan data dari model regresi diperoleh koefisien regresi variabel M₁ untuk variabel X terhadap Y yaitu:

$$Y = 15.735 + 0.581X + 0.558M_1 + 0.524XM_1$$

Berdasarkan hasil model diperoleh informasi bahwa setelah adanya interaksi variabel moderator maka variabel M₁ dapat menjadi moderator antara pengaruh variabel X dengan variabel Y karena nilai p sebesar 0,038 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa model ini lebih cocok untuk menjelaskan fenomena Y dan variabel *digital entrepreneurial learning* cocok digunakan sebagai variabel moderator.

Tujuan dari analisis regresi ketiga adalah untuk mengetahui efek moderasi *entrepreneurial orientation* untuk pengaruh *ICT self-efficacy* terhadap *digital entrepreneurial intention*. Menurut hasil pengolahan data dari model regresi diperoleh koefisien variabel M₂ untuk variabel X terhadap Y yaitu:

$$Y = 11.599 + 0.522X + 0.333M_2 + 0.204XM_2$$

Berdasarkan hasil model diperoleh informasi bahwa setelah adanya interaksi variabel moderator maka variabel M₂ dapat menjadi moderator antara pengaruh variabel X dengan variabel Y karena nilai p sebesar 0,041 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa model ini lebih cocok untuk menjelaskan fenomena Y dan variabel *entrepreneurial orientation* cocok digunakan sebagai variabel moderator.

4.2 Pembahasan

ICT self-efficacy berhubungan positif terhadap *digital entrepreneurial intention* berarti bahwa semakin tinggi tingkat *ICT self-efficacy* menyebabkan semakin tinggi juga tingkat *digital entrepreneurial intention* mahasiswa. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Akhter, et al, 2022; Douglas & Fitzsimmons, 2013; Prabhu, et al., 2012). Kepercayaan pada kemampuan *ICT self-efficacy* memiliki pengaruh kuat pada niatnya untuk membangun bisnis baru karena membantu untuk melakukan tugas dan tanggung jawab menjadi pengusaha yang optimis dalam mencapai tujuan. Mahasiswa dengan kecenderungan *ICT self-efficacy* yang lebih tinggi untuk memiliki strategi pemrosesan informasi *online* lebih baik sehingga dapat berpeluang lebih besar untuk sukses menjadi pengusaha dalam tugas-tugas yang berhubungan dengan komputer dan internet sebagai modalnya. Akibatnya, *ICT self-efficacy* menjadi elemen kunci dari perilaku yang efektif dengan membuka sikap dan pandangan terhadap kehidupan yang sukses untuk masa yang akan datang (Machmud, et al, 2020).

Digital entrepreneurial learning berpengaruh positif signifikan terhadap *digital entrepreneurial intention* berarti bahwa jika tingkat *digital entrepreneurial learning* semakin tinggi maka tingkat *digital entrepreneurial intention* mahasiswa akan semakin tinggi juga. *Digital entrepreneurial learning* dalam makna ini tidak hanya diukur dari proses pembelajaran atau kognitif saja yang berlangsung di perguruan tinggi tetapi aspek sosial dan lingkungan. Menurut Karyaningsih et al (2020) bahwa *digital entrepreneurial learning* memberikan bekal pengetahuan kewirausahaan digital yang cukup dan membuat mahasiswa lebih siap untuk segmentasi konsumen, menyusun *Business Model Canvas* (BMC), mengelola sumber daya, menggunakan berbagai fitur digital untuk pemasaran, dan mengevaluasi bisnis kontinuitas. Apalagi pengetahuan yang berkaitan dengan bisnis digital juga akan memudahkan mahasiswa dalam menghadapi berbagai macam kendala yang mungkin terjadi dalam menjalankan bisnis digital (Qermane & Mancha, 2021; Ni & Ye, 2018). Akan lebih efektif lagi jika pendidikan kewirausahaan digital juga dibarengi dengan kegiatan lintas kurikuler, magang di unit bisnis kewirausahaan digital, dan pelatihan bisnis yang lebih spesifik pada kreativitas dan inovasi produk (Wibowo & Narmaditya, 2022).

Entrepreneurial orientation berhubungan positif terhadap *digital entrepreneurial intention*. Studi sebelumnya mendukung hubungan ini seperti (Machmud, et al, 2020; Sahban & Syahchari, 2019; Koe, 2016; Ibrahim & Lucky, 2014; Krabel, 2013; Bolton & Lane, 2012) semakin tinggi tingkat *entrepreneurial orientation* maka semakin besar keinginan mahasiswa untuk menjadi pengusaha. Hal ini tepat ditunjukkan oleh beberapa peneliti bahwa keinginan untuk menjadi wirausaha tergantung pada kemampuan untuk mengambil risiko dan kemampuan untuk menjadi inovatif dan proaktif terhadap keterlibatan bisnis (Remeikiene, 2013). Menurut para ahli kewirausahaan, aspek terpenting dari metode proses pembelajaran adalah menanamkan *entrepreneurial orientation* mahasiswa (Nurhayati & Machmud, 2020). Oleh karena itu, pola pikir dan *self-efficacy* diperlukan untuk memungkinkan calon pengusaha untuk menghadapi dan mengubah tantangan menjadi lebih efektif.

5 Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

4. Temuan hasil penelitian serta pembahasan penelitian ini, penulis memberikan beberapa simpulan sebagai berikut:

1. *ICT self-efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *digital entrepreneurial intention* mahasiswa, artinya semakin tinggi tingkat *ICT self-efficacy* mahasiswa maka tingkat *digital entrepreneurial intention* mahasiswa pun semakin tinggi.
2. *Digital entrepreneurial learning* cocok sebagai variabel moderasi untuk menganalisis pengaruh *ICT self-efficacy* terhadap *digital entrepreneurial intention* mahasiswa, artinya dapat memperkuat hubungan antara *ICT self-efficacy* terhadap *digital entrepreneurial intention*.
3. *Entrepreneurial orientation* cocok sebagai variabel moderasi untuk menjelaskan pengaruh *ICT self-efficacy* terhadap *digital entrepreneurial intention* mahasiswa, artinya dapat memperkuat hubungan antara *ICT self-efficacy* terhadap *digital entrepreneurial intention*.

5.2 Saran

Temuan hasil penelitian serta pembahasan penelitian ini, maka penulis menawarkan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa, 1) perlu untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan atau kelas untuk mengembangkan pemahaman dan keterampilan kewirausahaan. 2) menggunakan berbagai sumber daya perguruan tinggi sebagai sarana peningkatan *skill* agar tidak berfokus mencari pekerjaan.
2. Bagi perguruan tinggi, 1) menggunakan prinsip pembelajaran yang kontekstual khususnya dalam pendidikan kewirausahaan. 2) adanya lembaga inkubator bisnis sebagai wadah untuk mahasiswa melakukan pelatihan atau magang kegiatan bisnis.
3. Bagi pemerintah, tetap dapat melanjutkan atau bahkan menambahkan pengembangan proyek-proyek yang terkait dengan kegiatan kewirausahaan mahasiswa.
4. Bagi peneliti, dapat melakukan penelitian mengenai *digital entrepreneurial intention* kepada alumni perguruan tinggi untuk mendukung teori yang menunjukkan bahwa intensitas bertindak sebagai prediktor munculnya para wirausaha baru.

221_12 cek plagiasi (1)

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.uniga.ac.id Internet Source	2%
2	ejournal.unikama.ac.id Internet Source	2%
3	Submitted to Sekolah Tinggi Teknologi Garut Student Paper	1%
4	repository.upi.edu Internet Source	1%
5	repository.unika.ac.id Internet Source	<1%
6	dspace.udpu.edu.ua Internet Source	<1%
7	ojs.unida.ac.id Internet Source	<1%
8	repository.uma.ac.id Internet Source	<1%
9	www.researchgate.net Internet Source	<1%

10	journal.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
11	docplayer.info Internet Source	<1 %
12	I Komang Wahyu Diana, I Komang Winatha, Suroto Suroto. "Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga dan Kebebasan Dalam Bekerja dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa", Jurnal Produktivitas, 2022 Publication	<1 %
13	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
14	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
15	id.scribd.com Internet Source	<1 %
16	indepth.id Internet Source	<1 %
17	repository.ut.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off