PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN EFIKSI DIRI TERHADAP *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP INTENTION* DENGAN *GROWTH MINDSET* SEBAGAI PEMODERASI

Prasetyo Adi Nugroho[1)], Sihar Tambun[2)], Davhina Resta Mevia[3)]
[1,3]Prodi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas 17 Agustus 1945
[2]Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas 17 Agustus 1945

Correspondence author: P.A. Nugroho, prasetyo.adinugroho@uta45jakarta.ac.id, Jakarta, Indonesia

Abstract

This study aims to prove whether digital literacy and self-efficacy influence digital entrepreneurship intention with a growth mindset as a moderator. This study uses a quantitative method with a structural equation modeling analysis method. Data quality testing in this study uses SmartPLS analysis. The results of this study indicate that digital literacy and self-efficacy have a positive and significant effect on digital entrepreneurship intention, which can be explained by the fact that the higher a person's level of digital literacy, the greater the chance that they will be involved in digital business activities, with self-confidence in motivation being able to strengthen this relationship. Meanwhile, a growth mindset on digital entrepreneurship intention positively and significantly affects the belief that abilities can develop through effort, openness to feedback, and resilience to failure. Thus, a growth mindset directly affects a person's interest in starting a business in the digital field. The existence of a growth mindset does not affect how much digital literacy influences a person's intention to become a digital entrepreneur. Even though digital literacy positively affects digital entrepreneurship intention, a growth mindset does not increase or change this influence, and a growth mindset does not provide moderating assistance in self-efficacy; increasing self-efficacy and digital entrepreneurship intention do not depend on a growth mindset.

Keywords: digital literacy, self-efficacy, entrepreneurship intention, growth mindset

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh literasi digital dan efiksi diri terhadap *digital entrepreneurship intention* dengan *growth mindset* sebagai pemoderasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis *structural equation modelling*. Pengujian kualitas data pada penelitian ini mengguanakan analisis SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital dan efiksi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital entrepreneurship intention* bisa dijelaskan dengan fakta bahwa semakin tinggi tingkat literasi digital seseorang, semakin besar peluang bahwa mereka akan terlibat dalam kegiatan berusaha digital, dengan kepercayaan diri akan motivasi bisa memperkuat hubungan ini. Sedangkan, *growth mindset* terhadap *digital entrepreneurship intention* berpengaruh positif

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 14 NOMOR 01 JUNI 2025
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

dan signifikan terhadap keyakinan bahwa kemampuan dapat berkembang melalui usaha, keterbukaan terhadap umpan balik, ketahanan menghadapi kegagalan. Demikian, *growth mindset* secara langsung mempengaruhi minat seseorang untuk memulai usaha di bidang digital. Keberadaan *growth mindset* tidak mempengaruhi seberapa besar pengaruh literasi digital terhadap niat seseorang untuk berwirausaha digital. Berarti meskipun literasi digital berpengaruh positif terhadap *digital entrepreneurship intention*, keberadaan *growth mindset* tidak meningkatkan atau mengubah pengaruh tersebut dan *growth mindset* tidak memberikan bantuan moderasi dalam efiksi diri, bahwa peningkatan efiksi diri dan digital entrepreneuship intention tidak bergantung pada *growth mindset*.

Kata Kunci: literasi digital, efiksi diri, *entrepreneurship intention*, *growth mindset*

A. PENDAHULUAN

Di era dunia yang semakin digital saat ini, transformasi bisnis sedang mempertimbangkan untuk mengubah model bisnis secara pesat karena perubahan perilaku konsumen dan kemajuan teknologi informasi. *Digital Entrepreneurship Intention (DEI)* konsep yang dibutuhkan untuk perkembangan teknologi dan informasi yang serba cepat. *Digital Entrepreneurship Intention* menunjukkan keingina individu untuk membangun bisnis yang berkempang pada platform digital, konsep yang menjadi terkenal karena kemajuan teknologi dan permintaan pasar yang terus meningkat. Tren ini sangat penting di kalangan mahasiswa, karena generasi yang mampu menggunakan perangkat digital dan memiliki potensi. Di era semakin digital model bisnis berubah dengan cepat sebagai akibat dari perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku konsumen.

Bedasarkan survei, sikap, norma, dan kontrol perilaku menjelaskan sekitar 52% variasi *digital entrepreneurship intention* pada mahasiswa, yang mencapai 6,26% pada Agustus 2022. Hal ini sangat penting bagi pengangguran di Indonesia. Karena tingkat pengangguran yang tinggi terutama di kalangan remaja, orang mulai mencari cara untuk mendapatkan pekerjaan, dan kewirausahaan digital tampaknya menjadi solusi yang mungkin. Sikap positif terhadap kewirausahaan dan norma masyarakat yang mendukung dapat membuat siswa lebih tertarik pada kewirausahaan digital, yang dapat menciptakan lebih banyak peluang lapangan kerja baru dan mengurangi pengangguran. Kewirausahaan digital juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan inovasi di era digital. Menurut data yang diberikan oleh penelitian yang sudah meneliti faktor penentu *Digital Entrepreneurship Intention* (Sartika & Santosa, 2023).

Munculnya teknologi digital telah membuka peluang bisnis yang belum pernah mereka lihat sebelumnya. Tren fenomena ini semakin meningkat sebagai akibat dari pandemi COVID-19, hal ini mendorong banyak orang untuk beralih ke model bisnis *online* karena model bisnis konvensional menghadapi gangguan yang signifikan. Akibatnya, institusi pendidikan berfokus pada penggabungan kewirausahaan digital ke dalam kurikulum mereka untuk menyediakan siswa lanskap yang berkembang ini. Selain itu, faktor motivasi memainkan peran penting dalam pembantukan DEI. Penelitian penentuan nasib sendiri menemukan bahwa kenikmatan dan tantangan sebagai motivasi intrinsik yang dapat menunjukkan keinginan siswa untuk berpatisipasi dalam kewirausahaan digital ini berdasarkan teori (Ridwan & Zaki, 2023).

Penelitian terdahulu mengatakan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital entrepreneurship*

intention dalam minat mahasiswa (Kusumaningrum & Kusnendi, 2022; Nasri, 2024). Penelitian terdahulu mengatakan bahwa efiksi diri berpengaruh positif terhadap *digital entrepreneurship intention* karena ini menjadi modal utama memulai suatu usaha dengan tindakan yang akan dipilih individu jika berkeinginan untuk berwirausaha (Asrib, 2021; Haliza, 2022). Sementara niat mahasiswa berpengaruh dalam *digital entrepreneurship* menunjukkan attitude, subjectif, norma dan perilaku konsumen (Sartika & Santosa, 2023). Penelitian terdahulu mengatakan bahwa *growth mindset* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan karena sikap mental cenderung menerima tantangan, melihat kegagalan sebagai peluang usaha dan menjadi semangat pembelajaran bagi individu yang melakukan wirausaha yang dilakukan (Nobelson & Suharyati, 2023).

Bedasarkan adanya *research gap* diatas, dibentuklah variabel baru seperti berikut Literasi Digital, Efiksi Diri, *Digital Entrepreneurship Intention*, dan *Growth Mindset* sebagai moderasi. Dalam penelitian ini belum ada penelitian yang menempatkan literasi digital dan efiksi diri terhadap *digital entrepreneurship intention*. Penelitian ini akan mencoba membentuk *growth mindset* sebagai variabel moderating yang akan di uji pengaruhnya secara langsung terhadap *digital entrepreneurship intention* maupun di uji posisinya sebagai variabel moderating memoderasi atau tidak pengaruh variabel literasi digital dan efiksi diri terhadap *digital entrepreneurship intention*.

Penelitian ini dilakukan untuk bertujuan membuktikan apakah terdapat pengaruh literasi digital dan efiksi diri terhadap *digital entrepreneurship intention* yang dimoderasi oleh *growth mindset*. Penelitian ini dapat membantu memberikan pengertian yang lebih baik tentang bagaimana meningkatkan *digital entrepreneurship intention*, dengan memperhatikan faktor literasi digital, efiksi diri, dan *growth mindset*. Berdasarkan penjelasan tentang kebaruan penelitian ini maka ditetapkanlah penelitian dengan membuktikan pengaruh dari literasi digital dan efiksi diri terhadap *digital entrepreneurship intention* dengan *growth mindset* sebagai pemoderasi.

B. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan *structural equation modelling (SEM)*. Model *SEM* relevan digunakan karena variabel yang diteliti memiliki indikator pengukuran variabel dan memiliki *moderating effect* penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efek langsung dari efek antar variabel itu sendiri. (Hair & Alamer, 2022). Model penelitian terdiri dari empat variabel. Pertama *Digital Entrepreneurship Intention* diukur dengan 3 indikator (Niat untuk memulai bisnis/ kewirausahaan digital, Ketertarikan terhadap inovasi digital, Rencana untuk memanfaatkan teknologi dalam bisnis) (Giones & Brem, 2017). Kedua Literasi Digital diukur dengan 4 indikator (Kemampuan pengguna media digital, Keterampilan digital, Pemahaman informasi digital, *E-safety* (keamanan) (Hague & Payton, 2011) (Syahfira, 2022). Ketiga Efiksi Diri diukur dengan 3 indikator (Keyakinan akan potensi diri, Keyakinan akan kesuksesan usaha, Keyakinan untuk tetap bertahan) (Linan 2004) (Suparyanto & Rosad, 2020). Keempat *Growth Mindset* dengan 3 indikator (Keyakinan bahwa kemampuan dapat berkembang melalui usaha, Keterbukaan terhadap umpan balik, Ketahanan menghadapi kegagalan) (Dweck 2006) (Hariadi et al., 2021).

Analisis yang dilakukan terdiri dari beberapa tahapan. Pertama, penyajian deskripsi data demografi responden, sehingga diketahui gambaran responden penelitian. Kedua, memberikan penjelasan tentang statistik deskriptif atas jawaban responden pada kuesioner penelitian. Statistik deskriptif menyajikan data penelitian yang terdiri dari *mean*, minimum,

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 14 NOMOR 01 JUNI 2025
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

maksimum dan standar deviasi. Statistik deskriptif bermanfaat untuk mendeskripsikan tingkat implikasi di lapangan dari setiap variabel yang diteliti (Hair Jr et al., 2021). Ketiga, uji validitas untuk menguji apakah kuesioner penelitian yang digunakan, valid atau tidak mewakili variabel yang diteliti. Validitas diukur dengan skor dari *loading factor*. Bila skor > 0,5 maka kuesioner sudah valid dan jika skor > 0,7 maka dianggap modelnya fit (Tambun & Sitorus, 2024). Keempat, uji reliabilitas untuk menguji keandalan data penelitian, serta menguji konsistensi jawaban responden. Data disebut reliabel dan terandalkan apabila skor dari rho, *cronbach alpha*, serta *composite reliability* masing-masing > 0,7 (Sitorus & Tambun, 2023). Kelima, uji hipotesis dan memberikan kesimpulan apakah hipotesis diterima atau hipotesis ditolak. Hipotesis penelitian ini menggunakan *one tailed*, sehingga hipotesis akan di terima apabila nilai t statistik > 1,65 dan nilai p values < 0,05 (Tambun et al., 2022). Keenam, menyajikan persamaan regresi yang dihasilkan serta interpretasinya. Interpretasi akan diuraikan terkait nilai koefisien pengaruh serta implikasi strateginya. Ketujuh, menjelaskan nilai koefisien determinasi yang dihasilkan dari model penelitian.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan 150 data yang dilakukan melalui form. Responden wanita memiliki jumlah 80 yaitu (53,3%) sedangkan responden pria sejumlah 70 yaitu (46,7%). Usia responden terbagi menjadi 4 kelompok usia yaitu < 20 Tahun memiliki jumlah 43 yaitu (28,7%), usia 20-25 Tahun memiliki jumlah 105 yaitu (70%), usia 26-30 Tahun memiliki jumlah 1 yaitu (0,7%), usia 31-35 Tahun memiliki jumlah 1 yaitu (0,7%) dan usia > 35 Tahun tidak memiliki jumlah responden. Jumlah responden mahasiswa sebanyak 140 yaitu (93,3%), berpendidikan D3 sebanyak 1 yaitu (0,7%), berpendidikan S1 sebanyak 8 yaitu (5,3%) dan berpendidikan S2 (magister) memiliki jumlah 1 yaitu (0,7%). Uji analisis *Partial Least Square* (PLS) adalah model dari persamaan (SEM) yang digunakan untuk menjadi pendekatan bedasarkan variasi atau komponen bedasarkan model persamaan struktur. Metode ini digunakan untuk menguji kualitas data penelitian.

Uji Statistik Deskriptif SmartPLS

Statistika deskriptif jenis analisis statistik yang populer untuk menyajikan data. Biasanya digunakan sebagai langkah awal dalam merapikan data sebelum diproses lebih lanjut, tetapi statistika deskriptif juga dapat digunakan sebagai analisis sendiri, yang dapat menyajikan data dan memberikan berbagai informasi tentang data yang diuji. Berbagai jenis deskripsi dapat dibuat dari berbagai jenis data, seperti tabel dan grafik atau dalam bentuk visual, seperti ukuran pemusatan, nilai tempat dan penyebaran Untuk menggunakan statistik, teknik yang berbeda diperlukan untuk berbagai jenis masalah. Sebagai dasar untuk perencanaan dan pengujian hipotesis statistik selalu menawarkan solusi alternatif untuk peramalan (Martias, 2021).

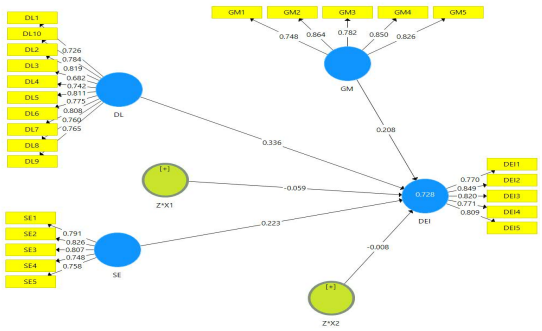
Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi	%
Literasi Digital	150	1	5	4,44	0,524	89%
Efiksi Diri	150	1	5	4,38	0,538	87,6%
Digital Entrepreneurship Intention	150	1	5	4,37	0,582	87,4%
Growth Mindset	150	1	5	4,44	0,573	89%

Dari Hasil Uji Statistik Deskriptif yang didapat maka disimpulkan sebagai berikut:

Hasil dari analisis statistik deskriptif variabel Literasi Digital dideskripsikan bahwa nilai minimum 1 sedangkan nilai maximum sebesar 5, memiliki nilai rata-rata 4,44 dan standar deviasi sebesar 0,524 atau setara dengan 89% . Hasil dari analisis statistik deskriptif variabel Efiksi Diri

dideskripsikan bahwa nilai minimum 1 sedangkan nilai maximum sebesar 5, memiliki nilai rata-rata 4,38 dan standar deviasi sebesar 0,538 atau setara 87,6%. Hasil dari analisis statistik deskriptif variabel *Digital Entrepreneurship Intention* dideskripsikan bahwa nilai minimum 1 sedangkan nilai maximum sebesar 5, memiliki nilai rata-rata 4,37 dan standar deviasi 0,582 atau setara 87,4%. Hasil dari analisis statistik deskriptif variabel *Growth Mindset* dideskripsikan bahwa nilai minimum 1 sedangkan nilai maximum sebesar 5, memiliki nilai rata-rata 4,44 dan standar deviasi 0,573 atau setara 89%.



Gambar 1. Hasil *Loading Factor*

Semua indikator variabel dalam penelitian ini adalah valid, seperti yang ditunjukkan oleh gambar hasil *loading factor*, karena semua angka berada di atas 0,5 yang menunjukkan bahwa semua indikator valid.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas biasanya digunakan untuk instrumen yang dimaksudkan untuk mengukur hal yang benar benar diukur. Validitas konstruk juga mempermasalahkan seberapa jauh butir-butir tes mampu mengukur apa yang benar-benar hendak diukur sesuai dengan konsep atau definisi konseptual yang telah ditetapkan. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud pengukuran tersebut, maka tes tersebut dianggap memiliki validitas yang tinggi. Tes yang berfungsi untuk tujuan atau pengambilan keputusan tertentu mungkin tidak berfungsi untuk tujuan atau pengambilan keputusan lain. Oleh karena itu, validitas suatu tes harus selalu dikaitkan dengan tujuan atau pengambilan keputusan tertentu. Uji reliabilitas berarti seberapa dapat dipercaya hasil suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Selama aspek yang diukur dalam kelompok subyek tetap tidak berubah, hasil pengukuran dapat dianggap dapat dipercaya apabila hasilnya relatif sama dalam beberapa kali pengujian terhadap kelompok subyek yang sama. Reliabilitas ukuran berkaitan dengan seberapa jauh skor deviasi individu, atau skor-z, relatif konsisten saat pengulangan pengadministrasian dilakukan dengan ujian yang sama atau ekivalen. Reliabilitas adalah salah satu karakteristik utama instrumen pengukuran yang baik, menurut (Matondang, 2009).

Beberapa metode digunakan untuk menguji validitas. Beberapa di antaranya adalah :

- *Cronch Alpha*, yang digunakan untuk mengukur nilai reliabilitas suatu variabel dan suatu kuesioner, jika diterima nilainya berada pada > 0,7.
- *Composite Realiability*, yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner, dan diterima jika nilainya lebih dari > 0,7.
- *Average Variance Extracted (AVE),* yang digunakan dalam penelitian, digunakan jika nilainya berada pada > 0,5.

Tabel 2. Validasi dan Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
DL	0.923	0.925	0.935	0.590
SE	0.846	0.846	0.890	0.619

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 14 NOMOR 01 JUNI 2025
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
DEI	0.863	0.865	0.901	0.647
GM	0.873	0.877	0.908	0.664
GM*DL	1.000	1.000	1.000	1.000
GM*SE	1.000	1.000	1.000	1.000

Hasil Ujivaliditas dan Reliabilitas menunjukkan nilai dari *Cronchbach's Alpha*, *Composite Realibility* dan *Average Variance Extractes* (AVE) dalam tabel 2 diatas bisa disimpulkan bahwa hasil dari nilai AVE menunjukkan variabel *Literasi Digital, Efiksi Diri, Digital Entrepreneurship Intention dan Growth Mindset* memperoleh nilai > 0,5 sehingga tabel diatas menunjukkan variabel sudah valid dan memadai atau bisa juga dikatakan bahwa variabel memiliki *discriminant validity* yang baik. Nilai *Composite Reability* dan *Cronchbach's Alpha* yang diperoleh > 0.7, sehingga ketepatan pada pengujian ini bisa dipercaya dan diterima. Hal ini sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan, dimana variabel berikut Literasi Digital, Efiksi Diri, *Digital Entrepreneurship Intention* dan *Growth Mindset* memperoleh angka > 0.7 sehingga bisa disimpulkan keseluruhan variabel mempunyai tingkat masing-masing reliabilitas yang tinggi.

Nilai R-Square yang dijelaskan untuk variabel berfungsi untuk menjelaskan variasi dalam data. Nilai R-Square berkisar antara 0 hingga 1, semakin tinggi nilai maka semakin baik model yang dihasilkan. Bedasrkan data yang tersedia, nilai R-Square untuk variabel *Digital Entrepreneurship Intention* yaitu 0.728. Perolehan ini menunjukkan bahwa presentase besarnya *digital entrepreneurship intention* jauh dipengaruhi oleh literasi digital, efiksi diri, *dan growth mindse*t sebesar 72,8% dan bisa dilihat dari nilai R-Adjust sebesar 0.718 atau sama dengan 71,8% angka ini dianggap baik karena nilai R-Adjust yang diperoleh lebih dari 50%.

Nilai yang terdapat pada F-square memiliki pengaruh untuk masing-masing variabel dengan *effect size*. Nilai F-square 0.02 (Kecil), 0.15 (Sedang), dan nilai 0.35 (Besar) apabila nilai yang dibandingkan kurang dari 0.02 maka bisa diabaikan atau tidak diterima. Nilai F-square yang ada dapat dikatakan bahwa variabel yang memiliki efek size besar dengan kriteria > 0.135 terletak pada literasi digital dimana mempunyai nilai 0.135 > 0.35.

Berdasarkan data dalam *moderating effect* dapat memperoleh dua hipotesis yaitu: (1) Moderasi *Growth Mindset* atas Pengaruh Literasi Digital terhadap *Digital Enterpreneurship Intention.*(2) Moderasi *Growth Mindset* atas Pengaruh Efiksi Diri terhadap *Digital Enterpreneurship Intention* tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa uji hipotesis yang diperoleh merupakan uji hipotesis diantara lima hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ada lima hipotesis yang diterima.

Pembuktian Hipotesis Pertama Pengaruh Literasi Digital Terhadap *Digital Entrepreneurship Intention*

Pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa nilai T statistic dari hubungan antara literasi digital terhadap digital entrepreneurship intention adalah sebesar 3.342 > 1.65 dan value 0.000< 0.05. Hal ini diartikan bahwa variabel Literasi Digital terhadap *Digital Entrepreneurship Intention* memiliki pengaruh yang positif atau signifikan pada hipotesis pertama. Dalam variabel Literasi Digital diukur dengan empat indikator pengukuran. Kemampuan pengguna media digital, Keterampilan digital, Pemahaman informasi digital dan *E-safety* (keamanan). Dalam indikator pertama yaitu hubungan antara kemampuan pengguna media digital dengan literasi digital adalah faktor yang memperkuat *digital entrepreneurship*

intention. Dengan meningkatkan pemahaman dalam memahami kemampuan menggunakan media digital, kemampuan seseorang bisa dilihat dalam menggunakan media digital yang bisa membantu seseorang untuk membuat produk secara online, mempromosikan bisnis melalui internet dengan pemahaman yang sudah dimiliki. Pada indikator kedua yaitu keterampilan digital dengan literasi digital adalah faktor yang memperkuat *digital entrepreneurship intention*. Keterampilan bisa membantu niat seseorang untuk memulai konsep bisnis secara digital dan menyampaikan ide dari memahami penggunaan teknologi dalam usaha. Pada indikator ketiga yaitu pemahaman informasi digital dengan literasi digital adalah faktor yang memperkuat *digital entrepreneurship intention*. Karena faktanya jika individu memahami informasi digital maka akan sadar pentingnya untuk meningkatkan kepercayaan diri dalam berwirausaha, yang mendukung bahwa orang yang memiliki pemahaman yang baik tentang informasi digital lebih mudah mendapatkan informasi tentang bisnis secara digital. Sedangkan pada indikator keempat yaitu e-safety (keamanan) literasi digital adalah faktor yang memperkuat *digital entrepreneurship intention*. Keamanan elektronik sangat penting bagi masyarakat untuk tetap aman saat mengakses internet. Hal ini menunjukkan bahwa e-safety meningkatkan keinginan untuk berwirausaha dengan melindungi data transaksi. Dengan pengetahuan tentang teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan kejelasan tanpa gangguan cyber.

Pembuktian Hipotesis Kedua Pengaruh Efiksi Diri terhadap *Digital Enterpreneurship Intention*

Pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa nilai T statistic dari hubungan antara efiksi diri terhadap *digital entrepreneurship intention* adalah sebesar 1.997 > 1.65 dan value 0.023 < 0.05. Hal ini diartikan bahwa variabel Efiksi Diri terhadap *Digital Entrepreneurship Intention* memiliki pengaruh yang positif atau signifikan pada hipotesis kedua. Dalam variabel Efiksi Diri diukur dengan tiga indikator pengukuran. Keyakinan akan potensi diri, keyakinan akan kesuksesan usaha dan keyakinan untuk tetap bertahan. Dalam indikator pertama yaitu keyakinan akan potensi diri dengan efiksi diri adalah faktor yang memperkuat *digital entrepreneurship intention*. Dengan keyakinan pada diri sendiri dapat lebih mudah meyakinkan individu terhadap kemampuan diri sendiri untuk menghadapi tantangan dan mengambil risiko dalam berwirausaha. Individu yang memiliki tingkat efiksi diri yang tinggi cenderung lebih optimis dalam mencari peluang bisnis. Karena meningkatkan kepercayaan diri dapat menjasi cara yang efektif untuk berwirausaha di era digital. Sedangkan pada indikator kedua yaitu keyakinan akan kesuksesan usaha dengan efiksi diri adalah faktor yang memperkuat *digital entrepreneurship intention.* Dengan mendorong niat seseorang untuk mengambil risiko dalam melihat peluang dalam bisnis untuk meningkatkan kemampuan seseorang dalam berwirausaha di dunia digital dengan kemampuan adaptasi yang baik menjadi modal utama dalam digital entrepreneurship intention yang kuat. Dan indikator ketiga yaitu keyakinan untuk tetap bertahan, efiksi diri adalah faktor yang memperkuat *digital entrepreneurship intention*. Dengan memastikan bahwa seseorang yang percaya pada kemampuan untuk bertahan di situasi tertentu akan lebih mudah menangani masalah yang sulit, karena mereka mempercayai diri sendiri untuk fokus pada tujuan tertentu.

Pembuktian Hipotesis Ketiga Pengaruh *Growth Mindset* terhadap *Digital Enterpreneurship Intention*

Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa nilai T statistic dari hubungan antara *growth mindset* terhadap *digital*

KOMPLEKSITAS
JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
VOLUME 14 NOMOR 01 JUNI 2025
ISSN 1978-8754 (p-issn) | 2964-8238 (e-issn)

entrepreneurship intention adalah sebesar 1.820 > 1.65 dan value 0.035 < 0.05. Hal ini diartikan bahwa variabel *Growth Mindset* terhadap *Digital Entrepreneurship Intention* memiliki pengaruh yang positif atau signifikan pada hipotesis ketiga. Dalam variabel *Growth Mindset* diukur dengan tiga indikator pengukuran. Keyakinan bahwa kemampuan dapat berkembang melalui usaha, keterbukaan terhadap umpan balik dan ketahanan menghadapi kegagalan. Dalam indikator pertama yaitu keyakinan bahwa kemampuan dapat berkembang melalui usaha dengan *growth mindset* adalah faktor yang memperkuat *digital entrepreneurship intention*. Karena hal ini menunjukkan bahwa *growth mindset* kemampuan seseorang untuk beradaptasi melalui pola pikir dalam usaha digital dan pembelajaran seseorang untuk melihat keyakinan peluang berkembang dalam usaha dan tantangan serta keterampilan dalam memulai usaha secara digital. Sedangkan pada indikator kedua growth mindset signifikan dalam keterbukaan terhadap umpan balik, sehingga ia menjadi faktor yang membantu memperkuat *digital entrepreneurship intention*. Karena jika seseorang memiliki *growth mindset*, umpan balik mendorong seseorang untuk menghadapi tantangan, merasa dihargai dan melihat kesalahan sebagai proses belajar dan terbuka terhadap kritik dan saran. Dan indikator ketiga *growth mindset* signifikan dalam meningkatkan ketahanan menghadapi kegagalan, sehingga ia menjadi faktor yang memperkuat *digital entrepreneurship intention*. Jika seseorang mampu menahan diri saat mendapatkan kegagalan, mereka akan tertarik untuk memulai mengembangkan bisnis mulai dari awal secara digital.

Pembuktian Hipotesis Keempat Moderasi *Growth Mindset* atas Pengaruh Literasi Digital terhadap *Digital Enterpreneurship Intention*

Pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa nilai T statistic dari hubungan antara *growth mindset* atas pengaruh literasi digital terhadap *digital entrepreneurship intention* adalah sebesar 0.794 < 1.65 dan value 0.214 > 0.05. Hal ini diartikan bahwa variabel *growth mindset* atas literasi digital terhadap *digital entrepreneurship intention* tidak terbukti memiliki pengaruh yang positif atau signifikan pada hipotesis keempat. *Growth mindset* melibatkan dalam beberapa indikator keyakinan bahwa kemampuan dapat berkembang melalui usaha, keterbukaan terhadap umpan balik, ketahanan menghadapi kegagalan. Indikator tersebut jika digabungan dengan indikator literasi digital yaitu kemampuan pengguna media digital, Keterampilan digital, Pemahaman informasi digital dan E-safety (keamanan) tidak dapat mempengaruhi *digital entrepreneurship intention*. Karena mereka yang memiliki literasi digital yang tinggi tidak selalu memiliki *digital entrepreneurship intention*, terlepas dari sikap mental pertumbuhan. Hasil menunjukkan mesikpun terdapat hubungan positif antara literasi digital dan *digital entrepreneurship intention*, keberadaan *growth mindset* sebagai variabel moderasi tidak memberikan dampak yang signifikan dalam memperkuat hubungan dan hal ini bisa terjadi karena kurangnya dukungan lingkungan atau terbatasnya seseorang untuk mendapatkan akses untuk usaha secara digital.

Pembuktian Hipotesis Kelima Moderasi *Growth Mindset* atas Pengaruh Efiksi Diri terhadap *Digital Enterpreneurship Intention*

Pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa nilai T statistic dari hubungan antara *growth mindset* atas pengaruh efiksi diri terhadap *digital entrepreneurship intention* adalah sebesar 0.104 > 1.65 dan value 0.458 < 0.05. Hal ini diartikan bahwa variabel growth mindset atas efiksi diri terhadap *digital entrepreneurship intention* tidak terbukti memiliki pengaruh yang positif atau

signifikan pada hipotesis keempat. *Growth mindset* melibatkan dalam beberapa indikator keyakinan bahwa kemampuan dapat berkembang melalui usaha, keterbukaan terhadap umpan balik, ketahanan menghadapi kegagalan. Indikator tersebut jika digabungan dengan indikator efiksi diri yaitu diukur dengan tiga indikator pengukuran, keyakinan akan potensi diri, keyakinan akan kesuksesan usaha dan keyakinan untuk tetap bertahan tidak dapat mempengaruhi *digital entrepreneurship intention*. Hasil ini menunjukkan bahwa *growth mindset* dianggap sebagai motivator utama, tetapi dalam hal ini tidak cukup kuat untuk mempengaruhi hubungan antara efiksi diri dan keinginan untuk berwirausaha digital.

D. PENUTUP

Hasil analisis data melalui pembuktian kelima hipotesis yang diajukan pada penelitian ini maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu literasi digital dan efikasi diri memiliki dampak positif dan signifikan terhadap *digital entrepreneurship intention*. Seseorang yang memiliki literasi digital yang tinggi lebih mungkin akan menemukan peluang bisnis dengan menggunakan teknologi, dan seseorang yang memiliki efikasi diri yang tinggi lebih yakin untuk mengambil risiko berwirausaha secara baik. *Growth mindset* tidak terbukti menjadi moderasi yang signifikan dalam hubungan ini karena menunjukkan bahwa, meskipun penting untuk pengembangan pribadi, dampak dari pola pikir tidak terlihat dalam keadaan ini. Hasil ini juga menunjukkan bahwa literasi digital dan efikasi diri perlu ditingkatkan dalam berwirausaha digital. Penelitian ini memiliki beberapa kendala waktu yang terbatas menyebabkan penelitian menjadi tidak efektif. Informasi yang diberikan kepada responden selama proses pengumpulan data mungkin tidak benar-benar mencerminkan keyakinan, asumsi, dan pemahaman yang berbeda dari responden.

Berdasarkan hasil penelitian ini saran untuk institusi memasukkan program literasi digital yang lebih baik ke dalam kurikulum, yang mencakup arahan yang praktis tentang penggunaan teknologi dan teknik pemasaran online. Selain itu, calon wirausaha dapat memperoleh kepercayaan diri melalui program yang berfokus pada meningkatkan kemampuan diri melalui mentoring dan simulasi bisnis langsung. Meskipun pemikiran pertumbuhan tidak terbukti sebagai moderator dalam penelitian ini, penting untuk melihat bagaimana hal ini berfungsi dalam berbagai situasi, serta mempertimbangkan dukungan sosial dan pengalaman. Untuk menciptakan kurikulum yang memenuhi kebutuhan pasar saat ini, kolaborasi antara pendidikan dan sektor industri perlu diperkuat. Ini harus didukung oleh kebijakan pemerintah yang mendukung kewirausahaan. Langkah-langkah ini diharapkan membuat calon wirausaha lebih siap untuk menghadapi tantangan dalam dunia bisnis online. Dan untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan metode yang lebih membantu dan praktis agar waktu penelitian menjadi lebih singkat. Selain itu disarankan untuk mencoba cara pengumpulan yang berbeda selain menggunakan google form agar mendapatkan hasil dari responden yang beragam. Hal ini diharapkan untuk penelitian yang akan datang untuk mendapatkan hasil akurat dan relevan dengan keadaan saat ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, *7*(5). https://doi.org/10.22215/timreview1076

Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and

education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, *1*(3), 100027. https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027

Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.

Hariadi, L., Putri, S. A. P., & Sunaryono, J. (2021). Hubungan Antara Growth Mindset dengan Grit pada Mahasiswa Unaki yang Telah Bekerja. *IMAGE*, *1*(2), 73–84. https://unaki.ac.id/ejournal/index.php/image/article/view/429

Kusumaningrum, A., & Kusnendi, K. (2022). Pengaruh Literasi Digital terhadap Intensi Kewirausahaan Digital Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). *JUSIE (Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi)*, *7*(01), 11–20. https://doi.org/10.36665/jusie.v7i01.603

Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, *16*(1), 40–59. https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59

Matondang, Z. (2009). Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian. *Jurnal Tabularasa*, *6*(1), 87–97. https://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/705

Nasri, B. S. (2024). Pengaruh Literasi Digital dan Penggunaan E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha Digital pada Generasi Z. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *3*(3), 305–316. https://doi.org/10.58192/profit.v3i3.2419.

Nobelson, & Suharyati. (2023). The Impact of Eentrepreneurial Growth Mindset on Eentrepreneurial Performance Mediated by Technopreneurial Competencies in SMEs. *Jurnal Ekonomi*, *12*(04), 1040–1052. https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/2981

Ridwan, M., & Zaki, A. (2023). Indonesian Students' Digital Entrepreneurial Intention from The Perspective of Self-Determination Theory. *Journal of Applied Business Administration*, *7*(2), 209–218. https://doi.org/10.30871/jaba.v7i2.6255

Sartika, S. H., & Santosa, A. D. (2023). Digital Entrepreneurship Intention on University Student using Theory of Planned Behavior. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, *14*(5). https://doi.org/10.36418/covalue.v14i5.3875

Sitorus, R. R., & Tambun, S. (2023). Pelatihan Aplikasi Smart PLS untuk Riset Akuntansi bagi Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) Wilayah Sumatera Utara. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, *4*(1), 18–26. https://doi.org/10.33394/jpu.v4i1.6624

Suparyanto, & Rosad. (2020). Pengaruh Efikasi Diri dan Konsep Diri Terhadap Keterlibatan Siswa. *Jurnal Kesehatan*, *5*(3), 248–253.

Syahfira, I. (2022). *Hubungan Literasi Digital Dengan Penggunaan Media Sosial Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Sekolah Tinggi Agama Islam "UISU" Pematangsiantar*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. https://doi.org/10.37108/shaut.v15i1.802

Tambun, S., Heryanto, H., Mulyadi, M., Sitorus, R. R., & Putra, R. R. (2022). Pelatihan Aplikasi Olah Data SmartPLS Untuk Meningkatkan Skill Penelitian Bagi Dosen Sekolah Tinggi Theologia Batam. *Jurnal Pengabdian Undikma*, *3*(2), 233–240. https://doi.org/10.33394/jpu.v3i2.5519

Tambun, S., & Sitorus, R. R. (2024). Pelatihan Riset Akuntansi Dengan Smart

PLS Bagi Mahasiswa Doktoral Akuntansi Universitas Trisakti. *Joong-Ki: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(2), 303–310. https://doi.org/https://doi.org/10.56799/joongki.v3i2.2918