



PENGARUH ENTREPRENEURIAL SELF EFFICACY DAN PERSONAL NETWORKS TERHADAP TECHNOPRENEURSHIP INTENTION DENGAN LITERASI DIGITAL SEBAGAI PEMODERASI.

¹Koerniawan Hidajat, ²Sihar Tambun, ³Sisman Prasetyo, ⁴Firmansyah
koerniawanhidajat1234@gmail.com, sihar.tambun@gmail.com,
sisman.prasetyo@uta45jakarta.ac.id, indramuara60@gmail.com

^{1,2,3}Dosen Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas 17 Agustus 1945
Jakarta, ⁴Mahasiswa Prodi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

Riwayat Artikel

Dikirim: 24-11-2024

Direvisi: 29-12-2024

Diterima: 30-12-2024

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh entrepreneurial self efficacy, personal networks dan literasi digital terhadap technopreneurship intention. Penelitian ini juga membuktikan moderasi literasi digital atas pengaruh entrepreneurial self efficacy dan personal networks terhadap technopreneurship intention. Metode penelitian yang digunakan adalah structural equation modelling, dengan bantuan Smart PLS. Data berasal dari survei kepada 150 responden. Hasilnya membuktikan bahwa entrepreneurial self efficacy, personal networks dan literasi digital berpengaruh positif terhadap technopreneurship intention. Literasi digital mampu memperkuat pengaruh positif dari entrepreneurial self efficacy terhadap technopreneurship intention. Namun, literasi digital gagal memperkuat pengaruh positif dari personal network terhadap technopreneurship intention. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan literasi digital dan kepercayaan diri kewirausahaan untuk mendorong technopreneurship yang lebih mandiri.

Kata kunci: Entrepreneurial Self Efficacy, Personal Networks, Literasi Digital, Technopreneurship Intention, Moderasi Literasi Digital

Abstract:

This study aims to examine the influence of entrepreneurial self-efficacy, personal networks and digital literacy on technopreneurship intention. This study also proves the moderation of digital literacy on the influence of entrepreneurial self-efficacy and personal networks on technopreneurship intention. The research method used is structural equation modeling, with the help of Smart PLS. Data comes from a survey of 150 respondents. The results prove that entrepreneurial self-efficacy, personal networks and digital literacy have a positive effect on technopreneurship intention. Digital literacy is able to strengthen the positive influence of entrepreneurial self-efficacy on technopreneurship intention. However, digital literacy fails to strengthen the positive influence of personal networks on technopreneurship intention. This study recommends increasing digital literacy and entrepreneurial self-confidence to encourage more independent technopreneurship.

Keywords: Entrepreneurial Self Efficacy, Personal Networks, Digital Literacy, Technopreneurship Intention, Digital Literacy Moderation

PENDAHULUAN

Technopreneurship, sebagai salah satu pendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi, semakin mendapatkan perhatian di era digital saat ini. Di Indonesia, jumlah startup teknologi yang berkembang cukup signifikan, mencapai lebih dari 2.300 perusahaan hingga tahun 2023, menunjukkan adanya minat yang kuat terhadap technopreneurship (Hartatik et al., 2023). Namun, meskipun potensinya besar, tingkat partisipasi generasi muda dalam technopreneurship masih relatif rendah dibandingkan dengan negara maju. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Global Entrepreneurship Monitor (GEM) pada 2021, hanya 12,3% dari penduduk dewasa Indonesia yang menunjukkan niat kuat untuk memulai bisnis berbasis teknologi, jauh lebih rendah dibandingkan negara tetangga seperti Singapura yang mencapai 18,9%. Salah satu faktor yang memengaruhi rendahnya niat ini adalah kurangnya kepercayaan diri dalam kemampuan entrepreneurial, atau yang dikenal sebagai Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE) (Jiatong et al., 2021). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ESE berperan penting dalam membentuk niat seseorang untuk menjadi technopreneur. Selain itu, jaringan pribadi atau personal networks juga menjadi faktor penting dalam membangun akses ke sumber daya, mentor, dan peluang bisnis. Namun, literasi digital, sebagai elemen kunci di era teknologi saat ini, belum sepenuhnya dipahami perannya dalam memperkuat hubungan antara ESE dan personal networks dengan niat technopreneurship. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2022 telah mencapai 77%, namun tingkat literasi digital masih menjadi tantangan dengan hanya sekitar 25% populasi yang memiliki literasi digital dasar hingga menengah. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah literasi digital dapat menjadi pemoderasi yang signifikan dalam meningkatkan niat technopreneurship di kalangan individu yang memiliki ESE dan jaringan personal yang kuat (Manullang, 2022).

Penelitian mengenai Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE) dan personal networks telah banyak dilakukan dalam konteks niat berwirausaha secara umum, termasuk dalam bidang technopreneurship. ESE sering kali ditemukan sebagai prediktor penting dalam membentuk keyakinan seseorang untuk memulai bisnis, khususnya di sektor teknologi, di mana tingkat kompleksitas yang lebih tinggi memerlukan keyakinan lebih besar terhadap kemampuan pribadi. Misalnya, sebuah studi oleh (Saoula et al., 2023) menunjukkan bahwa individu dengan ESE yang tinggi cenderung lebih inovatif dan bersedia mengambil risiko dalam usaha berbasis

teknologi . Di sisi lain, personal networks telah diidentifikasi sebagai elemen krusial dalam memberikan akses terhadap sumber daya, modal sosial, dan informasi yang dapat mendukung aktivitas technopreneurship. Jaringan ini tidak hanya memfasilitasi kolaborasi, tetapi juga memberikan peluang untuk belajar dari pengalaman orang lain dan memanfaatkan kontak profesional. Namun, meskipun ada banyak penelitian yang mengeksplorasi ESE dan personal networks dalam konteks kewirausahaan, studi yang menggabungkan kedua variabel ini dalam membentuk niat technopreneurship masih relatif terbatas. Lebih penting lagi, peran literasi digital sebagai pemoderasi dalam hubungan antara ESE dan personal networks terhadap niat technopreneurship jarang dijadikan fokus utama. Padahal, dengan semakin meningkatnya ketergantungan pada teknologi dan internet dalam dunia bisnis, literasi digital dapat menjadi faktor yang memperkuat atau bahkan memperlemah hubungan ini. Penelitian sebelumnya (Ndraha et al., 2024) mengindikasikan bahwa literasi digital memiliki dampak signifikan dalam mempercepat adopsi teknologi dalam bisnis , namun penelitian tersebut tidak secara spesifik melihat bagaimana literasi digital memoderasi niat technopreneurship. Research gap ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk mengkaji lebih dalam bagaimana literasi digital berperan dalam konteks technopreneurship, terutama ketika dikaitkan dengan ESE dan personal networks sebagai faktor penentu utama niat berwirausaha berbasis teknologi.

Penelitian ini memiliki beberapa keunikan yang membedakannya dari studi-studi sebelumnya. Pertama, penelitian ini tidak hanya mengkaji pengaruh Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE) dan personal networks secara individu terhadap niat technopreneurship, tetapi juga mengeksplorasi bagaimana kedua variabel ini berinteraksi secara bersamaan. Studi terdahulu sering kali memisahkan pengaruh ESE dan personal networks, tanpa mengeksplorasi sinergi antara keduanya dalam membentuk niat technopreneurship. Kedua, penelitian ini berfokus pada peran literasi digital sebagai variabel pemoderasi, yang belum banyak dibahas dalam literatur kewirausahaan, khususnya dalam konteks technopreneurship. Literasi digital di era teknologi 4.0 menjadi faktor penting yang dapat memperkuat hubungan antara ESE dan personal networks dengan niat technopreneurship. Ketiga, penelitian ini dilakukan di Indonesia, negara dengan pertumbuhan ekonomi digital yang pesat namun masih menghadapi tantangan besar dalam hal literasi digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kontekstual yang relevan bagi pengembangan technopreneurship di negara-negara berkembang, di mana tingkat literasi digital dan akses terhadap jaringan bisnis mungkin belum optimal.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, masalah utama yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah bagaimana Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE) dan personal networks mempengaruhi niat technopreneurship, serta apakah literasi digital dapat memperkuat hubungan tersebut. Meskipun berbagai studi telah meneliti peran ESE dan jaringan pribadi dalam kewirausahaan, masih terdapat kekosongan dalam memahami bagaimana literasi digital, sebagai kompetensi kunci di era teknologi modern, dapat memoderasi niat individu untuk menjadi technopreneur. Oleh karena itu, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: "Apakah literasi digital memoderasi hubungan antara Entrepreneurial Self-Efficacy dan personal networks terhadap niat technopreneurship?". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan tersebut dengan mengkaji secara empiris pengaruh ESE dan personal networks terhadap niat technopreneurship, serta untuk menguji peran literasi digital sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini juga bertujuan memberikan kontribusi teoritis dalam literatur kewirausahaan berbasis teknologi dan menawarkan implikasi praktis bagi pengembangan kebijakan dan program pendidikan kewirausahaan, khususnya yang berfokus pada peningkatan literasi digital di kalangan calon technopreneur.

Kajian Literatur dan Hipotesis

Grand Theory

Social Cognitive Theory (SCT) yang dikembangkan oleh Albert Bandura (1986) adalah teori yang menjelaskan bagaimana individu belajar dan mengembangkan perilaku melalui interaksi dinamis antara faktor personal (kognitif), perilaku, dan lingkungan, yang dikenal sebagai reciprocal determinism. Teori ini menekankan bahwa pembelajaran terjadi dalam konteks sosial dan individu dapat belajar melalui observasi, imitasi, dan pemodelan (Bandura, 2001). Salah satu konsep kunci dalam SCT adalah self-efficacy, yang mengacu pada keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk berhasil dalam situasi atau tugas tertentu. Self-efficacy mempengaruhi bagaimana seseorang berpikir, memotivasi diri, berperilaku, dan mengembangkan diri. Bandura berpendapat bahwa self-efficacy dikembangkan melalui empat sumber utama: pengalaman keberhasilan, pengalaman orang lain (vicarious experience), persuasi verbal, dan kondisi fisiologis serta emosional. Dalam konteks penelitian "Pengaruh Entrepreneurial Self Efficacy Dan Personal Networks Terhadap Technopreneurship Intention Dengan Literasi Digital Sebagai Pemoderasi", SCT memberikan landasan teoretis yang kuat

untuk memahami hubungan antar variabel. Entrepreneurial Self-Efficacy merupakan manifestasi langsung dari konsep self-efficacy Bandura dalam konteks kewirausahaan teknologi, menggambarkan keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk sukses sebagai technopreneur. Personal Networks mencerminkan aspek lingkungan sosial dalam SCT, dimana jaringan personal dapat menjadi sumber pembelajaran observasional dan dukungan sosial yang mempengaruhi self-efficacy.

Entrepreneurial Self-Efficacy

Menurut (McGee et al., 2009), entrepreneurial self-efficacy adalah suatu konstruk yang mengukur kepercayaan individu pada kemampuan yang dimiliki dalam berkecimpung dalam dunia kewirausahaan. Menurut (Mueller & Goic, 2003), keyakinan akan kemampuan yang dimiliki dalam berwirausaha juga mencakup keyakinan akan kemampuan yang dimiliki untuk menemukan ide unik dan mengidentifikasi kesempatan untuk berwirausaha; keyakinan akan kemampuan yang dimiliki untuk mengubah ide usaha menjadi rencana usaha yang dapat direalisasikan; keyakinan akan kemampuan yang dimiliki untuk mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk berwirausaha; dan keyakinan akan kemampuan untuk mengimplementasikan sumber daya dalam berwirausaha.

Personal Network

Networks (jaringan) merupakan hal yang penting bagi pendirian suatu bisnis baru melalui penyediaan sumber daya yang diperlukan (Triono, 2015). Menurut penelitian (Triono, 2015) jaringan pribadi (personal networks) merujuk pada seluruh kontak level pertama, atau yang dikenal secara langsung, tanpa mempertimbangkan jenis interaksinya

Technopreneurship Intention

(Hoque et al., 2017) Technopreneurship intention adalah keadaan pikiran yang memandu dan mempengaruhi upaya seseorang untuk mengembangkan dan menerapkan konsep dan teknologi bisnis baru (Koe, 2020) percaya bahwa niat teknologi mengacu pada sejauh mana dan intensitas keinginan seseorang untuk memulai suatu teknologi. Dari definisi intensi teknologi, peneliti dapat menyimpulkan bahwa intensi teknologi merupakan indikator kemampuan kondisi mental seseorang dalam mengarahkan dan membimbing tindakan setiap individu untuk memulai kegiatan teknis. Teknologi sendiri adalah kewirausahaan dalam konteks penggunaan teknologi dan proses menggabungkan bakat kewirausahaan, kemampuan teknis dan kemampuan untuk menciptakan nilai, barang, dan jasa baru (Hoque et al., 2017).

Literasi Digital

Literasi Digital adalah pemanfaatan teknologi untuk menemukan, menggunakan dan menyebarkan informasi dalam dunia digital. Literasi digital juga di definisikan sebagai kemampuan untuk memahami, menganalisis, menilai, mengatur dan mengevaluasi informasi dengan menggunakan teknologi digital. Ini artinya mengetahui tentang berbagai teknologi dan memahami bagaimana menggunakannya, serta memiliki kesadaran dampaknya terhadap individu dan masyarakat. Literasi digital memberdayakan individu untuk berkomunikasi dengan orang lain, bekerja lebih efektif, dan peningkatan produktivitas seseorang, terutama dengan orang-orang yang memiliki keterampilan dan tingkat kemampuan yang sama (Mohammadyari & Singh, 2015)

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Entrepreneurial self-efficacy terhadap technopreneurship intention.

Entrepreneurial self-efficacy memiliki pengaruh signifikan terhadap technopreneurship intention, hal ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan (Pirdaus, 2022) menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan diri wirausaha berpengaruh positif terhadap niat untuk memulai bisnis berbasis teknologi, dimana semakin tinggi self-efficacy seseorang, semakin kuat intensinya untuk menjadi technopreneur. Hal ini diperkuat oleh temuan (Manullang, 2022) yang mengungkapkan bahwa entrepreneurial self-efficacy berperan sebagai prediktor kuat dalam membentuk niat technopreneurship di kalangan mahasiswa teknologi. Sejalan dengan itu, studi longitudinal oleh (Nurhayati et al., 2020) menemukan bahwa individu dengan self-efficacy tinggi lebih cenderung mengembangkan ide-ide inovatif dan berani mengambil risiko dalam memulai usaha teknologi. Dapat diargumentasikan bahwa entrepreneurial self-efficacy memberikan fondasi psikologis yang kuat bagi calon technopreneur, meningkatkan keyakinan mereka dalam menghadapi tantangan, dan mendorong pengembangan visi bisnis berbasis teknologi yang lebih ambisius.

Berdasarkan pernyataan penelitian sebelumnya dan bukti-bukti di atas, maka hipotesis H₁ ditentukan: Entrepreneurial self-efficacy berpengaruh positif terhadap technopreneurship intention

Pengaruh personal networks terhadap technopreneurship intention.

Personal networks memiliki pengaruh signifikan terhadap technopreneurship intention, sebagaimana dibuktikan oleh sejumlah penelitian sebelumnya. Penelitian (Mustakim & Yulastri, 2024) menunjukkan bahwa jaringan personal yang kuat berpengaruh positif terhadap pembentukan niat technopreneurship, terutama dalam hal akses ke sumber daya dan mentoring.

Hasil ini didukung oleh studi (Nurhayati & Lestari, 2022) yang menemukan bahwa kekuatan jaringan personal berkontribusi signifikan terhadap pembentukan intensi technopreneurship melalui peningkatan akses ke informasi dan peluang bisnis. Lebih lanjut, penelitian (Arianty et al., 2020) mengonfirmasi bahwa personal networks yang luas dan beragam meningkatkan probabilitas pengembangan niat technopreneurship yang lebih kuat. Dapat diargumentasikan bahwa personal networks berperan sebagai katalis dalam pembentukan intensi technopreneurship dengan menyediakan dukungan sosial, pengetahuan teknis, dan akses ke sumber daya yang diperlukan untuk memulai usaha berbasis teknologi.

Berdasarkan pernyataan penelitian sebelumnya dan bukti-bukti di atas, maka hipotesis H₂ ditentukan: Personal networks berpengaruh positif terhadap technopreneurship intention.

Pengaruh literasi digital terhadap technopreneurship intention.

Literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap technopreneurship intention, sebagaimana ditunjukkan oleh berbagai penelitian empiris. Studi yang dilakukan oleh (Manullang, 2022) membuktikan bahwa tingkat literasi digital yang tinggi berkorelasi positif dengan pembentukan niat technopreneurship. Temuan ini diperkuat oleh penelitian (Sidik et al., 2023) yang mendemonstrasikan bahwa kemampuan literasi digital yang baik meningkatkan kepercayaan diri dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis teknologi. Sejalan dengan itu, studi (Gusdinar, 2023) mengonfirmasi bahwa literasi digital berperan penting dalam membentuk pemahaman mendalam tentang potensi teknologi dalam kewirausahaan. Dapat diargumentasikan bahwa literasi digital memberikan landasan pemahaman yang krusial bagi calon technopreneur untuk mengembangkan ide bisnis berbasis teknologi dan mengimplementasikannya secara efektif.

Berdasarkan pernyataan penelitian sebelumnya dan bukti-bukti di atas, maka hipotesis H₃ ditentukan: Literasi digital berpengaruh positif terhadap technopreneurship intention.

Moderasi literasi digital atas pengaruh entrepreneurial self-efficacy terhadap technopreneurship intention.

Literasi digital memoderasi pengaruh entrepreneurial self-efficacy terhadap technopreneurship intention, sebagaimana divalidasi oleh beberapa penelitian terdahulu. Studi yang dilakukan (Manullang et al., 2022) menunjukkan bahwa efek positif self-efficacy terhadap niat technopreneurship diperkuat ketika didukung oleh tingkat literasi digital yang tinggi. Penelitian longitudinal oleh (Megawati, 2024) mengonfirmasi bahwa kombinasi self-efficacy yang kuat dan literasi digital yang baik menciptakan sinergi yang signifikan dalam mendorong niat

technopreneurship. Hal ini didukung oleh (Sitepu et al., 2024) yang membuktikan bahwa literasi digital memperkuat hubungan antara kepercayaan diri wirausaha dan intensi technopreneurship. Dapat diargumentasikan bahwa ketika self-efficacy yang tinggi dipadukan dengan pemahaman digital yang baik, hal ini menciptakan fondasi yang lebih kuat untuk pengembangan niat technopreneurship

Berdasarkan pernyataan penelitian sebelumnya dan bukti-bukti di atas, maka hipotesis H₄ ditentukan: Literasi digital memoderasi pengaruh positif dari entrepreneurial self-efficacy terhadap technopreneurship intention.

Moderasi literasi digital atas pengaruh personal networks terhadap technopreneurship intention.

Literasi digital memoderasi pengaruh personal networks terhadap technopreneurship intention, sebagaimana dibuktikan oleh berbagai penelitian sebelumnya. Penelitian (Setyawati et al., 2024) menunjukkan bahwa efek positif jaringan personal terhadap niat technopreneurship menjadi lebih kuat ketika didukung oleh literasi digital yang memadai. Studi komprehensif yang dilakukan (Taka, 2024) mengonfirmasi bahwa literasi digital berperan sebagai katalisator yang memperkuat hubungan antara personal networks dan niat technopreneurship. Hal ini sejalan dengan temuan (Ratnasari et al., 2023) yang membuktikan bahwa kombinasi jaringan personal yang kuat dan literasi digital yang baik menciptakan efek sinergis dalam mendorong niat technopreneurship. Dapat diargumentasikan bahwa ketika kekuatan jaringan personal diperkuat dengan pemahaman digital yang baik, hal ini menciptakan lingkungan yang lebih kondusif untuk pengembangan niat technopreneurship.

Berdasarkan pernyataan penelitian sebelumnya dan bukti-bukti di atas, maka hipotesis H₅ ditentukan: Literasi digital memoderasi pengaruh positif dari personal networks terhadap technopreneurship intention.

Metode Penelitian

Metode penelitian 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* (Hair & Alamer, 2022). Model penelitian terdiri dari empat variabel. Variabel Pertama Technopreneurship Intention diukur dengan empat indikator, yaitu Ketertarikan untuk membangun bisnis sendiri, Tingkat kepastian untuk memiliki perusahaan sendiri, Kecenderungan untuk melakukan

komersialisasi dari penemuan sendiri, Tingkat kemungkinan untuk memulai bisnis sendiri dalam jangka 5 tahun kedepan (Triono, 2015). Variabel Kedua Entrepreneurial Self Efficacy terdiri dari empat indikator, yaitu Mengontrol biaya, Mendefinisikan peran organisasional, Memahami tanggung jawab, Mengembangkan sistem finansial (Triono, 2015). Variabel ketiga *personal networks* diukur dengan tiga indikator, yaitu Intensitas waktu melakukan diskusi mengenai bisnis dengan kontak yang sudah dikenal, Intensitas waktu mengembangkan kontak baru dalam melakukan diskusi mengenai bisnis, Banyaknya orang yang diajak untuk berdiskusi mengenai bisnis (Triono, 2015) Variabel literasi digital terdiri dari empat indikator yaitu kreativitas, berpikir kritis, memilih informasi, komunikasi (Dinata, 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, maksimum dan standar deviasi. Statistik deskriptif bermanfaat untuk mendeskripsikan tingkat implikasi di lapangan dari setiap variable maka dianggap modelnya fit (Tambun & Sitorus, 2024) 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 score dari loading factor. Bila score $> 0,5$ maka kuesioner sudah valid dan jika score $> 0,7$ maka Keempat, uji reliabilitas untuk menguji keandalan data penelitian, serta menguji konsistensi jawaban responden. Data disebut reliabel dan terandalkan apabila score 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.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 150 responden dengan bagian responden perempuan dan laki-laki. Responden perempuan sebanyak 64 responden (42,7%) dan responden laki-laki sebanyak 86 responden (57,3%). Usia responden dalam penelitian ini

dibagi menjadi 4 bagian usia yaitu <20 tahun sebanyak 81 responden (54%), usia 20-25 tahun sebanyak 41 responden (27,3%), usia 25-30 tahun sebanyak 16 responden (10,7%), dan usia >30 tahun sebanyak 12 responden (8%). Pendidikan responden SMA/SMK sederajat sebanyak 79 responden (52,7%), mahasiswa sebanyak 29 responden (19,3%), mahasiswa lulusan D3 sebanyak 9 responden (6%), mahasiswa lulusan S1 sebanyak 28 responden (18,7%), S2 Master sebanyak 3 responden (2%), S3 Doktor 2 responden (1,3%) Uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan analisis Partial Least Square (PLS), yang merupakan model persamaan Structural Equation Model (SEM) dengan pendekatan berdasarkan variance atau component based structural equation modeling. Software yang digunakan adalah SmartPLS (Partial Last Square).

Uji Statistik Deskriptif SmartPLS

Statistik deskriptif juga dapat dikatakan sebagai statistik komparatif, yaitu statistik yang tingkat kegunaannya adalah metode pengumpulan data, pengumpulan atau pengelolaan data, pengolahan data, penyajian data, dan analisis data numerik. Dalam hal ini dapat memberikan gambaran yang tepat, singkat dan jelas mengenai situasi, peristiwa atau tanda-tanda tertentu guna mencatat suatu pengetahuan atau kebudayaan. Dengan kata lain statistik deskriptif bersifat deskriptif, hanya menggambarkan ciri-ciri dan karakteristik suatu kelompok, kumpulan data (dua data sampel dan data populasi) dan tidak menggeneralisasi (yaitu menarik kesimpulan umum berdasarkan pola ekspresi data yang ada dalam tanda kurung). populasi).(Husnul et al., 2020). Teknik analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi dari masing-masing variabel yaitu Pengaruh Entrepreneurial Self Efficacy, Personal Networks, Technopreneurship Intention dan Literasi Digital.

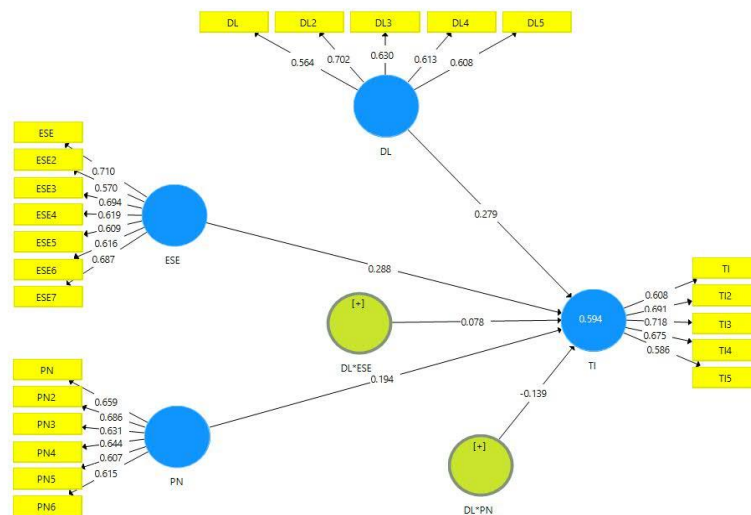
Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Standar Deviasi	Persentase
Entrepreneurial Self Efficacy	150	1	5	3.98	0.573	57.3%
Personal Networks	150	1	5	4.02	0.580	58.0%
Technopreneurship Intention	150	1	5	4.03	0.582	58.2%
Literasi Digital	150	1	5	4.01	0.544	54.4%

Berdasarkan Uji Statistik Deskriptif, dapat disimpulkan bahwa terdapat empat variabel yang diukur dengan menggunakan skala 1 hingga 5, yaitu Entrepreneurial Self Efficacy,

Personal Networks, Technopreneurship Intention, dan Literasi Digital. Jumlah responden untuk masing-masing variabel adalah 150. Rata-rata (mean) tertinggi terdapat pada variabel Technopreneurship Intention dengan nilai 4.03, diikuti oleh Personal Networks (4.02), Literasi Digital (4.01), dan Entrepreneurial Self Efficacy (3.98). Nilai standar deviasi berkisar antara 0.544 hingga 0.582, yang menunjukkan tingkat penyebaran data yang relatif homogen. Dari sisi persentase, Personal Networks dan Technopreneurship Intention memiliki persentase tertinggi, masing-masing sebesar 58.0% dan 58.2%, sedangkan Literasi Digital memiliki persentase terendah dengan 54.4%. Ini menunjukkan bahwa, meskipun rata-rata setiap variabel tinggi, tingkat keyakinan atau literasi responden terhadap aspek-aspek tertentu seperti Entrepreneurial Self Efficacy dan Literasi Digital lebih rendah dibandingkan dengan jaringan personal dan niat technopreneurship.

Gambar 1. Hasil Loading Factor



Berdasarkan gambar hasil loading factor diatas menunjukkan bahwa semua angka berada di atas 0.5. Hal ini membuktikan bahwa semua indikator valid. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator variabel yang ada dalam penelitian ini adalah sah.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah suatu percobaan yang tujuannya untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu alat ukur. Pada tahap ini alat pengukuran yang dibutuhkan adalah kuesioner. Konsep kebenaran merupakan pertimbangan tambahan. Pertanyaan utama mengenai reliabilitas adalah seberapa

mirip hasil penelitian jika peneliti yang berbeda melakukan metode dan wawancara yang sama pada waktu yang berbeda.

Uji validitas memiliki beberapa metode yaitu :

- *Cronch's Alpha* : untuk mengukur nilai reliabilitas dalam suatu variabel dan nilai akan diterima jika nilai diatas $> 0,7$
- *Composite Realiability* : mengukur konsistensi kuesioner dan akan diterima jika nilai berada diatas $> 0,7$
- *Average Variance Extracted (AVE)* : digunakan dalam penelitian jika nilai diatas $> 0,5$

Tabel 2. Validasi dan Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
ESE	0.766	0.773	0.833	0.417
PN	0.713	0.714	0.807	0.411
TI	0.673	0.680	0.791	0.433
DL	0.610	0.617	0.761	0.391
DL*ESE	1.000	1.000	1.000	1.000
DL*PN	1.000	1.000	1.000	1.000

Keterangan : Entrepreneurial Self Efficacy, Personal Networks, Technopreneurship Intention, Literasi Digital.

Berdasarkan data melalui hasil uji validitas yang dilakukan dengan melakukan pengujian perbandingan akar kuadrat AVE dengan nilai AVE lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa uji validitas konvergen lebih besar dari 0,7 yang merupakan hasil uji reliabilitas memenuhi syarat kriteria. Dapat disimpulkan bahwa variabel Entrepreneurial Self Efficacy variabel 0.766, nilai *Composite Reliability* adalah 0.833 dan *Average Variance Extracted (AVE)* 0.417 yang memiliki arti bahwa variabel ini diterima. Lalu, variabel Personal Networks variabel 0.713, nilai *Composite Reliability* adalah 0.807 dan *Average Variance Extracted (AVE)* 0.411, nilai ini menunjukkan bahwa variabel dapat diterima.

Lalu, variabel Technopreneurship intention variabel 0.673, nilai *Composite Reliability* adalah 0.791 dan *Average Variance Extracted (AVE)* 0.433, nilai ini menunjukkan bahwa variabel dapat ditolak. Selanjutnya variabel Literasi Digital variabel 0.610, nilai *Composite Reliability* adalah 0.761 dan *Average Variance Extracted (AVE)* 0.391, nilai ini menunjukkan bahwa

variabel dapat ditolak. Selanjutnya variabel moderasi atas pengaruh Literasi Digital dan Entrepreneurial Self Efficacy yaitu 1.000, 1.000, 1.000 artinya variabel tersebut memberikan hasil bahwa variabel ini dapat diterima. Dan variabel moderasi atas pengaruh Literasi Digital dan Personal Networks yaitu 1.000, 1.000, 1.000 artinya variabel tersebut memberikan hasil bahwa variabel ini dapat diterima. Uji model struktural atau inner model dapat menunjukkan hubungan antar variabel yang akan diukur menggunakan 3 kriteria yaitu R-square, dan Estimasi For Path Coefficient.

Berikut ini hasil penelitian :

Untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel eksternal terhadap variable endogen, R-square adalah indeks yang dapat digunakan. Berdasarkan penyajian data, diketahui nilai R-square Technopreneurship Intention yaitu 0,594. Data ini dapat diketahui bahwa persentase besar Technopreneurship Intention dijelaskan oleh pengaruh Entrepreneurial Self Efficacy, Personal Networks dan Literasi Digital sebesar 59,4% dan dapat dilihat dari R-Adjust sebesar 0,580 atau 58%, nilai angka ini termasuk baik karena berada diatas 50%. Dalam moderating effect koefisien menyatakan dari gambar tersebut maka diperoleh hipotesis : Literasi Digital (Z) dan Entrepreneurial Self Efficacy (X1) terhadap Technopreneurship Intention (Y) memiliki pengaruh tidak signifikan. Moderasi Literasi Digital (Z) berpengaruh Personal Networks (X2) terhadap Technopreneurship Intention (Y) memiliki pengaruh signifikan.

Nilai yang terdapat di F-square tentu juga memiliki pengaruh antar variabel dengan effect Size, nilai F-square 0.010 (kecil). 0.028 (sedang), dan nilai 0.040 (besar). Apabila nilai yang dibandingkan kurang dari 0.010 maka diabaikan atau tidak dapat diterima. Berdasarkan nilai Fsquare yang ada dapat dikatakan bahwa variabel yang ada efek size besar dengan kriteria yaitu > 0.040 terletak pada variabel Entrepreneurial Self Efficacy sebesar 0.088 dengan begitu Entrepreneurial Self Efficacy masuk ke dalam efek besar.

UJI HIPOTESIS

Selanjutnya, uji 5 hipotesis dalam penelitian, seperti yang ditunjukkan dalam tabel di bawah ini. Dari olah data yang dilakukan, temuan ini dapat digunakan untuk menentukan penelitian berikutnya. Uji hipotesis penelitian ini dilakukan dengan cara melihat nilai T-statistics dan nilai P-value. Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila nilai T-statistics $> 1,96$ dan P-Value $< 0,05$.

Tabel 3. Uji Hipotesis

Hypothesis	Nilai Koefisien	Sampel Mean	Standard Deviation	T Statistic	P Value	Decision
ESE -> TI	0.288	0.284	0.097	2.963	0.002	Diterima
PN -> TI	0.194	0.202	0.082	2.371	0.009	Diterima
DL -> TI	0.279	0.286	0.088	3.189	0.001	Diterima
DL*ESE -> TI	0.078	0.063	0.061	1.280	0.101	Ditolak
DL*PN -> TI	-0.139	-0.128	0.065	2.124	0.017	Diterima

Sumber: Hasil Olahan Data SmartPLS,2023

PEMBAHASAN

Berdasarkan data, uji hipotesis disimpulkan : dari lima hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, Empat variabel diterima dan Satu ditolak.

Pembuktian Hipotesis Pertama Pengaruh Entrepreneurial Self Efficacy Terhadap Technopreneurship Intention

Pembuktian hipotesis pertama mengenai pengaruh Entrepreneurial Self Efficacy (ESE) terhadap Technopreneurship Intention menunjukkan bahwa koefisien sebesar 0.288 dengan nilai T-statistic 2.963 dan P-value sebesar 0.002, yang berarti hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara Entrepreneurial Self Efficacy dengan niat technopreneurship. Secara sederhana, semakin tinggi keyakinan seseorang terhadap kemampuan kewirausahaan mereka, semakin besar niat mereka untuk terjun dalam technopreneurship.

Hasil ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh (Novariana & Andrianto, 2020) menunjukkan bahwa self-efficacy kewirausahaan berperan penting dalam membentuk niat seseorang untuk memulai usaha berbasis teknologi. Begitu juga dengan penelitian dari (Dessyana & Riyanti, 2017) yang menemukan bahwa individu dengan self-efficacy yang tinggi cenderung lebih berani mengambil risiko dan inovatif dalam konteks kewirausahaan teknologi. Namun, ada juga penelitian lain yang menekankan bahwa self-efficacy tidak selalu menjadi faktor penentu utama dalam niat technopreneurship. Misalnya, penelitian dari (Asmin, 2021) menunjukkan bahwa meskipun self-efficacy berpengaruh signifikan, faktor lain seperti akses ke jaringan bisnis dan literasi digital juga memainkan peran yang sangat penting. Oleh karena itu, meskipun penelitian ini mengonfirmasi pengaruh positif ESE terhadap TI, hal tersebut perlu

dipertimbangkan bersama faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi niat technopreneurship seseorang secara keseluruhan.

Pembuktian Hipotesis Kedua Pengaruh Personal Networks Terhadap Technopreneurship Intention

Pembuktian hipotesis kedua mengenai pengaruh Personal Networks terhadap Technopreneurship Intention menunjukkan koefisien sebesar 0.194 dengan nilai T-statistic 2.371 dan P-value sebesar 0.009, sehingga hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa jaringan personal berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat technopreneurship. Dengan kata lain, semakin luas dan kuat jaringan personal yang dimiliki seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk terlibat dalam technopreneurship.

Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya jaringan sosial dalam pengembangan niat kewirausahaan, terutama dalam sektor teknologi. Misalnya, penelitian dari (Dwi Ananda, 2023) menyatakan bahwa individu dengan jaringan personal yang lebih kuat memiliki akses lebih mudah terhadap sumber daya, peluang bisnis, serta dukungan sosial yang dapat meningkatkan niat mereka untuk berwirausaha. Jaringan yang luas juga dapat membuka pintu menuju kolaborasi, berbagi pengetahuan, dan peluang pasar, yang semuanya penting dalam lingkungan technopreneurship yang kompetitif. Di sisi lain, penelitian (Mustakim & Yulastri, 2024) juga menemukan bahwa personal networks memberikan efek tidak hanya pada niat, tetapi juga pada eksekusi usaha berbasis teknologi. Mereka menemukan bahwa pelaku technopreneurship yang sukses umumnya memiliki jaringan yang mendukung, baik dalam bentuk mentor, partner bisnis, maupun pelanggan potensial. Namun, meskipun pengaruh Personal Networks signifikan, faktor ini tidak selalu menjadi penentu utama dalam memotivasi niat technopreneurship. Dalam konteks tertentu, jaringan dapat membantu, tetapi tetap diperlukan kompetensi pribadi seperti self-efficacy dan literasi digital yang baik untuk memastikan keberhasilan dalam dunia technopreneurship.

Pembuktian Hipotesis Ketiga Pengaruh Literasi Digital Terhadap Technopreneurship Intention

Pengaruh Literasi Digital terhadap Technopreneurship Intention menunjukkan koefisien sebesar 0.279 dengan nilai T-statistic 3.189 dan P-value 0.001, yang berarti hipotesis ini diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh signifikan dan

positif terhadap niat technopreneurship. Semakin tinggi literasi digital seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk memiliki niat terlibat dalam usaha berbasis teknologi.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya literasi digital dalam dunia technopreneurship. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga memahami peluang pasar digital, melakukan pemasaran daring, serta memanfaatkan platform teknologi untuk inovasi produk atau layanan. Penelitian yang dilakukan oleh (Yuliana, 2021) mengindikasikan bahwa individu dengan literasi digital yang baik lebih mampu mengidentifikasi dan mengeksploitasi peluang bisnis dalam ekosistem digital yang terus berkembang. Selain itu, penelitian dari (Mi'raj, 2021) juga menunjukkan bahwa literasi digital memfasilitasi keberanian untuk berinovasi dan mencoba teknologi baru dalam kewirausahaan. Dalam dunia technopreneurship, yang sangat dinamis dan berbasis teknologi, literasi digital menjadi keterampilan yang penting untuk mengelola bisnis, menemukan solusi inovatif, serta beradaptasi dengan perkembangan teknologi terbaru. Meski demikian, literasi digital bukan satu-satunya faktor yang menentukan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam penelitian lain, kombinasi literasi digital dengan faktor-faktor lain seperti self-efficacy dan jaringan personal juga sangat penting untuk mencapai niat technopreneurship yang kuat dan berkelanjutan.

Pembuktian Hipotesis Keempat Moderasi Literasi Digital Atas Pengaruh Entrepreneurial Self Efficacy Terhadap Technopreneurship Intention

Pembuktian hipotesis keempat mengenai moderasi Literasi Digital terhadap pengaruh Entrepreneurial Self Efficacy terhadap Technopreneurship Intention menunjukkan koefisien sebesar 0.078 dengan nilai T-statistic 1.280 dan P-value 0.101. Karena nilai P-value lebih besar dari 0.05, hipotesis ini ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital tidak memoderasi secara signifikan hubungan antara Entrepreneurial Self Efficacy dan Technopreneurship Intention. Dengan kata lain, meskipun literasi digital mungkin penting, kemampuan kewirausahaan seseorang tidak diperkuat secara signifikan oleh literasi digital dalam hal mempengaruhi niat technopreneurship.

Penemuan ini sedikit bertentangan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa literasi digital seharusnya meningkatkan efek self-efficacy terhadap niat berwirausaha teknologi. Misalnya, penelitian dari (Harefa & Sirine, 2024) menyarankan bahwa literasi digital dapat memperkuat kepercayaan diri individu dalam memanfaatkan teknologi untuk

mengembangkan bisnisnya, sehingga meningkatkan niat technopreneurship. Hal ini karena penguasaan teknologi diharapkan mempermudah pengambilan keputusan dan pelaksanaan strategi bisnis digital. Namun, hasil yang menunjukkan bahwa moderasi literasi digital dalam konteks ini tidak signifikan mungkin mengindikasikan bahwa self-efficacy memiliki kekuatan yang cukup besar secara independen dalam membentuk niat tanpa memerlukan dukungan tambahan dari literasi digital. Artinya, mereka yang memiliki kepercayaan diri yang kuat dalam kemampuan kewirausahaan mereka sudah cukup terdorong untuk terjun ke technopreneurship tanpa tergantung pada literasi digital. Meski demikian, faktor literasi digital tetap penting secara umum untuk keberhasilan dalam usaha berbasis teknologi.

Pembuktian Hipotesis Kelima Moderasi Literasi Digital Atas Pengaruh Personal Networks Terhadap Technopreneurship Intention

Pembuktian hipotesis kelima mengenai moderasi Literasi Digital terhadap pengaruh Personal Networks terhadap Technopreneurship Intention menunjukkan koefisien sebesar -0.139 dengan nilai T-statistic 2.124 dan P-value sebesar 0.017. Karena P-value lebih kecil dari 0.05, hipotesis ini diterima, yang berarti bahwa literasi digital memoderasi pengaruh jaringan personal terhadap niat technopreneurship, tetapi dengan arah yang negatif. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi digital seseorang, pengaruh jaringan personal terhadap niat technopreneurship justru menurun.

Hasil ini mungkin tampak tidak sejalan dengan ekspektasi awal, tetapi dapat dijelaskan melalui beberapa perspektif. Dalam konteks technopreneurship, individu dengan literasi digital yang tinggi mungkin memiliki kemampuan untuk secara mandiri menemukan dan memanfaatkan peluang melalui platform digital, sehingga mengurangi ketergantungan mereka pada jaringan personal. Mereka dapat menggunakan teknologi untuk membangun jaringan yang lebih luas dan independen, misalnya melalui media sosial, forum profesional, atau komunitas digital, yang memberikan akses cepat ke informasi dan peluang tanpa terlalu bergantung pada koneksi personal langsung. Penelitian dari Bharadwaj et al. (Setyawati et al., 2024) mendukung temuan ini, di mana literasi digital memungkinkan individu untuk berinteraksi secara lebih otonom dalam lingkungan bisnis digital, mengurangi peran tradisional dari jaringan sosial. Sebaliknya, penelitian oleh (Setiawan et al., 2021) menegaskan bahwa dengan meningkatnya literasi digital, pelaku usaha dapat memanfaatkan teknologi untuk menggantikan atau memperluas jaringan sosial mereka, sehingga peran jaringan personal berkurang dalam memengaruhi

keputusan technopreneurship. Secara keseluruhan, meskipun literasi digital memperkuat kemampuan teknis, hal ini dapat mengurangi pentingnya jaringan personal dalam konteks technopreneurship bagi mereka yang sudah menguasai teknologi.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Entrepreneurial Self Efficacy, Personal Networks, dan Literasi Digital berpengaruh signifikan terhadap Technopreneurship Intention, dengan masing-masing faktor memiliki peranan penting dalam membentuk niat seseorang untuk terjun dalam dunia technopreneurship. Namun, moderasi literasi digital terhadap pengaruh Entrepreneurial Self Efficacy tidak signifikan, yang menunjukkan bahwa kepercayaan diri dalam kewirausahaan sudah cukup kuat secara mandiri tanpa didukung oleh literasi digital. Sebaliknya, literasi digital memoderasi pengaruh Personal Networks dengan arah negatif, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi literasi digital seseorang, semakin berkurang ketergantungan mereka pada jaringan personal dalam membangun niat technopreneurship.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan temuan ini adalah untuk meningkatkan literasi digital di kalangan calon technopreneur, terutama dalam hal keterampilan mandiri menggunakan teknologi untuk menemukan peluang bisnis. Program pelatihan literasi digital dapat menjadi fokus utama bagi universitas, inkubator bisnis, dan pemerintah untuk mendorong pengembangan technopreneurship di era digital ini. Selain itu, penting bagi individu untuk tetap membangun kepercayaan diri dalam kemampuan kewirausahaan mereka, karena self-efficacy terbukti menjadi salah satu faktor utama yang mendorong niat technopreneurship. Di sisi lain, meskipun jaringan personal penting, calon technopreneur juga harus belajar untuk lebih mandiri dan tidak terlalu bergantung pada jaringan tersebut, terutama dalam era yang semakin didorong oleh teknologi digital yang memungkinkan akses yang lebih luas dan cepat terhadap sumber daya bisnis.

Daftar Pustaka

Arianty, N., Julita, J., & Bahagia, R. (2020). Pengaruh Self Efficacy Dalam Upaya Meningkatkan Kemandirian Usaha UKM Di Kecamatan Percut Sei Tuan. *Jurnal Ekonomikawan*, 20(2), 231–242.

- Asmin, E. A. (2021). *Pengaruh Perilaku Keuangan, Financial-Self Efficacy Dan Entrepreneurial Mindset Terhadap Teknologi Informasi Dan Kinerja Keuangan (Studi Pada Ukm Di Kota Makassar)*. Universitas Hasanuddin.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 1–26.
- Dessyana, A., & Riyanti, B. P. D. (2017). The influence of innovation and entrepreneurial self-efficacy to digital startup success. *International Research Journal of Business Studies*, 10(1), 57–68.
- Dinata, K. B. (2021). Analisis kemampuan literasi digital mahasiswa. *Edukasi: Jurnal Pendidikan*, 19(1), 105–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.31571/edukasi.v19i1.2499>
- Dwi Ananda, K. (2023). *Pengaruh Literasi Digital dan Pengetahuan Technopreneurship Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2018-2019*. Universitas Jambi.
- Gusdinar, I. R. (2023). *Peran Self-Efficacy Dalam Memoderasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Technopreneurship intention (Survei Pada Siswa SMKN di Kota Bandung)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- 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.
- 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.
- Harefa, P. K., & Sirine, H. (2024). Pengaruh Self Efficacy dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa yang Kuliah Sambil Bekerja dengan Norma Subjektif sebagai Variabel Moderasi. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 886–903.
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hoque, A., Awang, Z., & Siddiqui, B. A. (2017). Technopreneurial intention among university students of business courses in Malaysia: A structural equation modeling. *International*

- Journal of Entrepreneurship and Small & Medium Enterprise (IJESME)*, 4(7), 1–16.
- Husnul, N. R. I., Prasetya, E. R., Ajimat, A., & Purnomo, L. I. (2020). Statistik Deskriptif. *Universitas Pamulang: Banten*.
- 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, 724440.
- Koe, W.-L. (2020). Data on technopreneurial intention among male and female university students: A comparison. *Data in Brief*, 33, 106423. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.dib.2020.106423>
- Manullang, D. R. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Technopreneurship Intention Dimoderasi Oleh Self Efficacy dan Literasi Digital (Survei Pada Siswa SMK Negeri di Jakarta Timur)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Manullang, D. R., & Waspada, I. (2022). Peran self efficacy dalam memoderasi pengaruh digital literacy terhadap entrepreneurial intention. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 118–129.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965–988. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x>
- Megawati, A. (2024). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan DAN Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Di DKI Jakarta*. UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA.
- Mi'raj, N. (2021). *Entrepreneur muda dan penguatan ekonomi berbasis komunitas: studi kasus di Pondok Pesantren Unwanul Falah NW Paok Lombok*. UIN Mataram.
- Mohammadyari, S., & Singh, H. (2015). Understanding the effect of e-learning on individual performance: The role of digital literacy. *Computers & Education*, 82, 11–25. <https://doi.org/>. <http://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.10.025>
- Mueller, S. L., & Goic, S. (2003). East-West differences in entrepreneurial self-efficacy: Implications for entrepreneurship education in transition economies. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(4), 613–632.
- Mustakim, W., & Yulastri, A. (2024). Entrepreneurial Intention of Vocational High School Students: Does Technopreneurship Insight, Self-Efficacy and Locus of Control? *Educational Insights*, 2(1), 9–18.

- Ndraha, A. B., Zebua, D., Zega, A., & Zebua, M. K. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Umkm Di Era Industri 4.0. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 27–32.
- Novariana, N. W., & Andrianto, S. (2020). Entrepreneurial self-efficacy dan intensi kewirausahaan: Peran mediasi perilaku inovatif pada mahasiswa di yogyakarta. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 3(1), 26–34.
- Nurhayati, D., & Lestari, N. S. (2022). Peran Digital Entrepreneurial Learning dan Entrepreneurial Orientation Sebagai Moderasi Pengaruh ICT Self-Efficacy terhadap Digital Entrepreneurial Intention Mahasiswa. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 22(1), 86–97.
- Nurhayati, D., Machmud, A., & Waspada, I. (2020). Technopreneurship Intention: Studi Kasus Pada Mahasiswa Dipengaruhi Entrepreneurial Learning. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), 79–92.
- Pirdaus, R. Y. (2022). *Peran ICT Self Efficacy Dalam Memediasi Pengaruh Entrepreneurial Knowledge Terhadap Technopreneurship Intention Yang Dimoderasi Technological Pedagogical Content Knoeledge Guru (Studi Korelasional pada Siswa SMK Negeri Se-Kabupaten Ciamis)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ratnasari, K., Damayanti, D., Charviandi, A., Fachrurazi, F., Abdurohim, A., & Prasetyo, T. (2023). *Kewirausahaan (Era Transformasi Digital)*.
- Saoula, O., Shamim, A., Ahmad, M. J., & Abid, M. F. (2023). Do entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial motivation, and family support enhance entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 17(1), 20–45.
- Setiawan, T., Susetyo, D. P., & Pranajaya, E. (2021). Edukasi Literasi Digital: Pendampingan Transformasi Digital Pelaku UMKM Sukabumi Pakidulan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(7), 1599–1606.
- Setyawati, A., Augustinah, F., Faradilla, C., Lie, D., Rosharita, R., Haryati, T., Huda, M., Wijaya, A., Bagenda, C., & Pasaribu, L. N. (2024). *Menuju Transformasi Digital Eksistensi Kewirausahaan Digital*.
- Sidik, R., Sukoco, D. S., Nurmala, W. E., & Santihosi, R. E. (2023). Peran Literasi Digital Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Intensi Teknopreneur. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(2), 209–222.
- Sitepu, R., Soeparto, W. H., Pranoto, H. S., Dewi, G. C., & Dewi, L. (2024). *Voyage Of*

- Visionaries: Exploring global entrepreneurship landscapes*. Getpress Indonesia.
- 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.
- Taka, H. (2024). Role of Influencer and Service Excellent on Brand Performance in Healthcare Industries. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 3(1), 3113–3142.
- 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.
- 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.
- Triono, S. P. H. (2015). Pengaruh Entrepreneurial Self Efficacy Dan Personal Networks Terhadap Niat Mahasiswa Untuk Menjadi Technopreneur. *Jurnal Indonesia Membangun*, 14(3), 1–25.
- Yuliana, Y. (2021). Peningkatan Daya Saing Bisnis melalui Technopreneurship. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 103–113.