

BAB II

TINJAUAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Entrepreneurship*

Entrepreneurship atau Kewirausahaan pada dasarnya merupakan proses membangun dan mengembangkan suatu usaha. Menurut Karimi et al. (2016) dalam (Akhter et al., 2022), proses pengembangan usaha bisnis yang lebih berbasis kewirausahaan sangat penting karena usaha bisnis kewirausahaan dapat menawarkan peluang bisnis baru, mendorong inovasi, dan membawa perubahan positif pada lingkungan bisnis.

Dengan berwirausaha juga dapat berkontribusi dalam upaya meningkatkan perekonomian negara. Berdasarkan penelitian terdahulu Baumol et al. (2007) pada Zanabazar & Jigjiddorj (2020), para peneliti menganggap kewirausahaan sebagai komponen penting bagi pembangunan negara yang memungkinkan tercapainya pertumbuhan ekonomi yang memadai dan berfungsi sebagai kekuatan pendorong pembangunan. Selain itu, kewirausahaan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja baru (Liñán & Fayolle, 2015).

2.1.2 *Digital Entrepreneurship*

Digital Entrepreneurship atau Kewirausahaan Digital muncul sebagai respons terhadap perubahan teknologi, dengan memanfaatkan kekuatan teknologi untuk menciptakan peluang usaha baru yang inovatif. Kewirausahaan digital merupakan sebuah terobosan baru dalam dunia bisnis, dimana para pengusaha bisnis yang dulunya tradisional dalam artian aktif secara fisik, kini bertransformasi menjadi bentuk usaha baru dengan memanfaatkan teknologi digital (Prendes-Espinosa et al., 2021).

Menurut Youssef et al. (2021) dalam Akhter et al. (2022), proses digitalisasi dalam aktivitas bisnis telah memainkan peran penting dalam mengubah operasi bisnis saat ini. Hal ini membuka peluang bisnis untuk tumbuh dan memperluas jangkauannya melampaui batas wilayahnya atau geografis. Menurut Allen (2019) dalam Sartika & Santosa (2023), hal ini

juga mendorong lahirnya model bisnis baru seperti layanan berlangganan, pasar online, bisnis berbasis platform, dan lain-lain.

Menurut Mursaini et al (2020) dalam buku Digital Business, bisnis digital terbagi menjadi 4 yaitu, (1) Digital murni, yang mana menawarkan produk dan layanan seperti pembuatan *software* untuk pendidikan, bisnis dan sebagainya; (2) Digital dari bisnis non-digital, bisnis yang menjual versi digital dari produk atau jasa yang biasanya tersedia dalam bentuk fisik, seperti penjualan buku elektronik (*e-book*), jurnal elektronik (*e-journal*), dan komik (*e-comic*); (3) Fasilitator digital dari bisnis non-digital, bisnis yang memungkinkan penjualan barang dan jasa melalui teknologi digital, seperti toko online; (4) *Hybrid*, kombinasi dari berbagai penggunaan jenis bisnis digital untuk memaksimalkan pendapatan.

Para peneliti sangat tertarik untuk mempelajari kewirausahaan digital, karena menyadari potensinya dalam mengubah model kewirausahaan tradisional menjadi model digital (Leong et al., 2022; Li et al., 2020). Selain itu, beberapa penelitian terbaru juga menyatakan bahwa bisnis digital terkait dengan konsep yang berfokus pada penggunaan teknologi dan platform digital dapat menciptakan, mengelola, dan mempromosikan bisnis mereka (Kraus et al., 2017; Kraus et al., 2018; Parida et al., 2019). Dalam hal ini, peran kewirausahaan digital memungkinkan wirausahawan untuk terhubung dengan pelanggannya dengan mudah dan cepat (Nambisan, 2017; Kraus et al., 2018; Sahut et al., 2021).

2.1.3 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah teori psikologis yang menjelaskan bagaimana sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan dapat memprediksi perilaku seseorang. Teori ini dikemukakan oleh Icek Ajzen pada tahun 1991 sebagai pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang sebelumnya telah dia ciptakan bersama Martin Fishbein. Theory of Planned Behavior atau Teori Perilaku Terencana (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) menjelaskan cara mengukur dan memprediksi perilaku seseorang berdasarkan intensinya terhadap suatu

pilihan. TPB mengemukakan bahwa pembentukan perilaku (*behavior*) dipengaruhi oleh tiga faktor utama

1. Sikap (*Attitude*): Pandangan dan perasaan seseorang atau keyakinan individu tentang konsekuensi positif dan negatif dari melakukan suatu perilaku. Sikap positif terhadap suatu perilaku meningkatkan kemungkinan individu untuk melakukan perilaku tersebut.
2. Norma Subjektif (*Subjective Norm*): Persepsi seseorang tentang norma sosial di lingkungannya terhadap suatu perilaku. Norma sosial yang mendukung suatu tindakan meningkatkan kemungkinan orang tersebut melakukan tindakan tersebut.
3. Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (*Perceived Behavioral Control*): Keyakinan seseorang tentang kemampuannya untuk melakukan suatu tindakan. Keyakinan bahwa seseorang dapat melakukan suatu tindakan meningkatkan kemungkinan orang tersebut melakukan tindakan tersebut.

Ketiga faktor ini saling memengaruhi dan menentukan intensitas (niat) seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Intensitas yang tinggi meningkatkan kemungkinan tindakan tersebut dilakukan dan menjadi perilaku (*behavior*). TPB membantu memahami dan mengendalikan faktor-faktor yang memengaruhi intensitas dan perilaku seseorang, sehingga dapat digunakan untuk memprediksi dan mendorong perilaku yang positif dalam berbagai konteks. Selain itu, menurut Li et al (2020) dalam Darmanto et al (2023) upaya dalam menciptakan wirausaha baru di bidang digital menggunakan pendekatan teori perilaku terencana atau *theory of planned behavior* bertujuan untuk mewujudkan perilaku wirausaha digital, dalam artian lain sebagai tindakan yang ditunjukkan oleh seseorang dalam memilih keputusan untuk berwirausaha.

2.1.4 Risk Propensity

Menurut Antoncic et al. (2012) & Gantar et al. (2013) dalam Antoncic et al (2018), *Risk-taking Propensity* atau kecenderungan mengambil risiko

didefinisikan sebagai sebuah elemen dari sifat pribadi seorang wirausahawan yang penting bagi keputusan untuk memasuki karir kewirausahaan, mendirikan perusahaan startup baru, atau pengembangan dan kesuksesan usaha. Sebagaimana didefinisikan juga oleh Harnett dan Cuings dalam Laksono et al (2022), *risk-taking propensity* adalah gagasan bahwa pengambil keputusan memiliki kecenderungan untuk memilih atau menahan diri dari tindakan yang dianggap merugikan.

Dalam menghadapi suatu situasi yang berisiko, seorang wirausaha harus berani mengambil keputusan yang dapat menyebabkan potensi kegagalan ataupun keberhasilan terhadap bisnisnya (Galuh & Eny, 2018). Toleransi risiko yang tinggi diperlukan dalam kewirausahaan, yang mana untuk mengambil risiko diperlukan keberanian untuk menguji atau mendapatkan ide-ide baru (Lestyorini et al., 2021) dalam (Laksono et al., 2022).

2.1.5 Digital Entrepreneurial Knowledge

Dalam lingkup kewirausahaan digital di Indonesia saat ini yang dibentuk oleh kemajuan teknologi, menghadirkan peluang yang menjanjikan bagi pembangunan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, namun untuk sepenuhnya memanfaatkan potensi ini, diperlukan pemahaman (*knowledge*) yang berbeda tentang hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan kewirausahaan digital (Purwandari & Sadik, 2024).

Digital Entrepreneurial Knowledge didefinisikan pengetahuan kewirausahaan digital berkaitan dengan kemampuan individu dalam menyerap data, informasi, kecerdasan, dan keterampilan selama keterlibatan mereka dalam kursus digital (Darmanto et al, 2023). Pengukuran pengetahuan kewirausahaan digital terdiri dari pemahaman dasar terkait desain *website*, perumusan strategi saluran pemasaran *e-shop*, dan cara menawarkan produk ke target pasar yang sesuai dengan keinginan yang mereka butuhkan (Wang et al, 2020) dalam (Darmanto et al, 2023).

2.1.6 Digital Competence

Digital Competence didefinisikan sebagai keterampilan, pengetahuan dan sikap yang diperlukan pada saat Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan media digital digunakan untuk memecahkan masalah, mengelola informasi, membuat dan berbagi konten serta membangun pengetahuan (Ferrari, 2021) dalam (Salas-Delgado et al., 2023).

Dalam hal ini, terdapat 5 kunci komponen yang dibutuhkan individu untuk menjadi kompeten di era digital sebagaimana yang diuraikan dalam The Digcomp Framework menurut Vuorikari et al (2022) sebagai berikut:

1. *Information and Data Literacy*

Kemampuan untuk mencari, menemukan, menganalisis, mengevaluasi, dan menginterpretasi informasi digital, serta mengidentifikasi informasi yang salah.

2. *Communication and collaboration*

Kemampuan untuk berkomunikasi dan berkolaborasi secara efektif dengan orang lain menggunakan teknologi digital, serta untuk berbagi dan mempublikasikan konten digital.

3. *Digital content creation*

Kemampuan untuk proses pembuatan konten digital, seperti teks, gambar, video, audio, dan interaktif, dengan menggunakan berbagai alat dan platform digital.

4. *Safety*

Kemampuan untuk melindungi diri sendiri dan orang lain dari bahaya online, serta untuk memahami dan menerapkan praktik keamanan digital yang baik.

5. *Problem Solving*

Kemampuan untuk menggunakan teknologi digital untuk menyelesaikan masalah secara kreatif dan inovatif, serta untuk mengembangkan dan menerapkan solusi digital.

Di era digital saat ini, kemampuan dalam menggunakan teknologi atau digital dapat memungkinkan para wirausaha untuk tetap *up-to-date* dengan

perkembangan teknologi terbaru sehingga dapat mengadopsi inovasi, dan menjaga daya saing dalam berbisnis. Menurut Barazandeh et al (2015) dalam Darmanto et al (2023), wirausahawan harus lebih kompeten dan terampil, yang memungkinkan mereka bersaing dan bertahan secara efektif.

2.1.7 Digital Entrepreneurial Self-Efficacy

Self Efficacy menurut Bandura (2010) dalam (Dessyana & Dwi, 2017) merupakan keyakinan terhadap kemampuan individu dalam melakukan suatu tugas atau tindakan untuk mencapai tujuan tertentu. Seseorang yang memiliki efikasi diri yang tinggi akan cenderung bekerja lebih keras dan gigih menghadapi suatu hambatan serta mencari jalan keluar dari kesulitan tersebut hingga mencapai kesuksesan (Dessyana & Dwi, 2017).

Semakin tinggi keyakinan seseorang dalam melakukan kegiatan usaha, semakin besar juga pengaruh mereka terhadap perilaku perkembangan usaha nya sendiri. Hal ini disampaikan juga oleh Drnovsek et al (2010) dalam Dessyana & Dwi (2017) bahwa seseorang mempunyai keyakinan terhadap kemampuannya dalam menjalankan bisnis maka semakin besar pengaruhnya terhadap perkembangan bisnis individu.

Digital Entrepreneurial Self-Efficacy menurut Darmanto et al (2023) merupakan suatu proses peningkatan kemampuan wirausaha digital yang baru lahir hingga mereka mempunyai keyakinan untuk mewujudkan harapannya sebagai wirausaha digital, berdasarkan kemampuan mengidentifikasi peluang bisnis digital baru, menghasilkan produk digital baru, mengembangkan dan mengkomersialkan bisnis baru. Ide-ide digital, membangun pendekatan dengan mitra bisnis, dan kepercayaan diri untuk berhasil mewujudkan bisnis digital (Kassim et al., 2020; Li et al., 2020) dalam (Darmanto et al, 2023).

2.1.8 Digital Entrepreneurial Behavior

Entrepreneurial Behavior atau Perilaku Kewirausahaan merupakan perilaku pengusaha dalam menjalankan kegiatan usahanya yang meliputi kecermatan terhadap peluang usaha, keberanian mengambil resiko, inovasi dalam menghasilkan produk dan daya saing usahanya (Aslam, 2023).

Artinya pengusaha yang memiliki pola perilaku wirausaha adalah mereka yang senantiasa berupaya melakukan kombinasi sumber daya ekonomi yang tersedia, mampu menciptakan produk dan teknik usaha baru (*innovative*), mampu mencari peluang baru (*opportunity*), bekerja dengan lebih efektif dan metode kerja yang efisien, cepat mengambil keputusan dan berani mengambil resiko.

Digital Entrepreneurial Behavior atau Perilaku Kewirausahaan Digital sendiri pada dasarnya sama seperti perilaku kewirausahaan, hanya saja perilaku kewirausahaan digital lebih mengacu pada tindakan dan perilaku individu dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan peluang dan inovasi baru. Menurut (Jung et al., 2001; Monsen et al., 2010; Sequeira et al., 2007; Wang dkk., 2020) dalam (Darmanto et al, 2023) *Digital Entrepreneurial Behavior* didefinisikan sebagai tindakan dan aktivitas praktik individu yang secara otonom menggunakan dan menghasilkan kombinasi sumber daya yang inovatif untuk mengidentifikasi dan menjangkau peluang bisnis digital.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Temuan Inti
1.	Darmanto et al. (2023)	Taylor & Francis	Investigating the development of entrepreneurial behavior among nascent digital entrepreneurs	Sebagai jurnal acuan untuk model penelitian, tinjauan pustaka dan instrumen pertanyaan.
2.	Wijaya & Mahendro (2015)	Jurnal Siasat Bisnis	Intensi Bewirausaha Mahasiswa: Perspektif Pengambilan Risiko	Penelitian ini menunjukkan kecenderungan berani mengambil risiko (<i>risk propensity</i>) lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan bisnis, yang mana hal ini

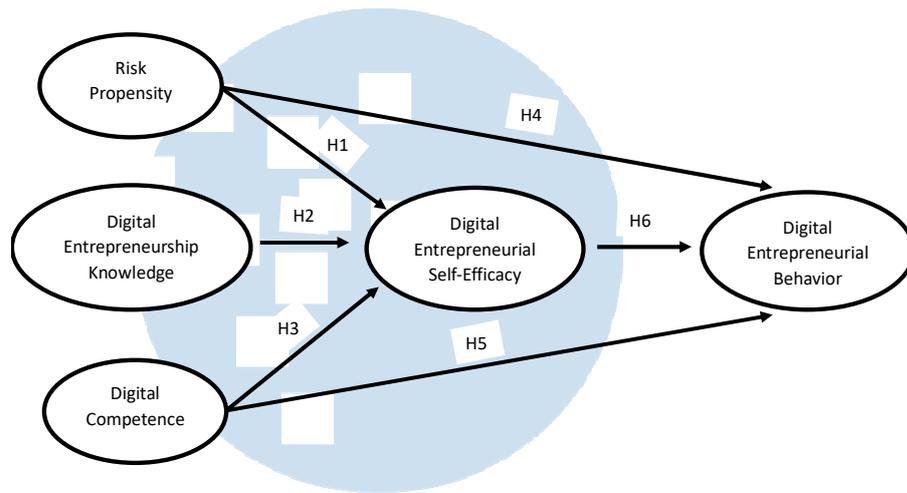
No.	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Temuan Inti
				dapat memotivasi seseorang untuk memulai atau mengembangkan bisnisnya sendiri.
3.	Laksono et al. (2022)	Jurnal Pendidikan Ekonomi, Administrasi Perkantoran Dan Akuntansi	The Influence Of Need For Achievement And Risk Taking Propensity On Students' Entrepreneurial Intention.	Risk-taking Propensity secara positif berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan pada mahasiswa, sehingga memiliki intensi untuk memulai usaha.
4.	Farani et al. (2017)	International Journal of Professional Business Review	The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students' career intentions to start a new digital business	Entrepreneurship Knowledge dapat meningkatkan intensi mahasiswa secara tidak langsung untuk memulai bisnis digital melalui peningkatan sikap positif (ATB) dan kontrol perilaku (PBC) yang dirasakan.
5.	Onjewu et al. (2021)	Sage Journals	The effect of entrepreneurship education on nascent entrepreneurship.	Pendidikan kewirausahaan dapat membantu calon wirausahawan meningkatkan kompetensi digital mereka untuk memulai dan mengembangkan bisnis di era digital.
6.	Darmanto et al. (2022)	Research Gate	Development of digital entrepreneurial intention model in Uncertain Era	Model intensi kewirausahaan digital yang dikembangkan dalam penelitian ini

No.	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Temuan Inti
				dapat membantu memahami dan mendorong individu untuk memulai bisnis digital. Keterampilan dan pengetahuan digital memiliki kemampuan untuk menggunakan teknologi digital dan memahami peluang bisnis di era digital.
7.	Prendes-Espinosa et al. (2021)	Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI)	Endigital to promote digital entrepreneurship: The relation with open innovation	Program pelatihan dapat membantu pengusaha muda mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memulai dan mengembangkan bisnis digital yang inovatif.
8.	Nambisan (2017)	Sage Journals	Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship	Penelitian ini menunjukkan bahwa kewirausahaan digital merupakan fenomena penting dengan potensi besar untuk mengubah ekonomi dan masyarakat.
9.	Zhao et al. (2005)	Research Gate	The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelajaran dari mata kuliah terkait kewirausahaan, pengalaman wirausaha sebelumnya, dan kecenderungan

No.	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Temuan Inti
				terhadap risiko terhadap niat wirausaha sepenuhnya dimediasi oleh self-efficacy wirausaha.
10.	Atmono et al. (2023)	Dinamika Pendidikan	The Effect of Risk Propensity, Entrepreneurial Intention and Entrepreneurial Self-Efficacy on Students' Entrepreneurial Behavior	Risk propensity memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat kewirausahaan dan entrepreneurial self-efficacy. Selain itu, entrepreneurial self-efficacy juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kewirausahaan.
11.	Galindo-Domínguez & Bezanilla, (2021)	Contemporary Educational Technology (CET)	Promoting Time Management and Self-Efficacy Through Digital Competence in University Students: A Mediatonal Model	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri.
12.	Rosniawati et al (2023)	Journal of Entrepreneurship Review	The Association between Entrepreneurial Knowledge and Family Environment on Entrepreneurial Interest through Self-Efficacy of Indonesian Youth	Hasil penelitian menunjukkan bahwa entrepreneurial knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap entrepreneurial self-efficacy.

2.3 Model Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mengadopsi model penelitian dari jurnal acuan yang berjudul “Investigating The Development of Entrepreneurial Behavior among Nascent Digital Entrepreneurs” oleh Susetyo Darmanto, Adi Ekopriyono, Hikmah & Andalan Tri Ratnawati pada tahun 2023. Berdasarkan hipotesis yang diuraikan oleh peneliti dalam jurnal, maka model penelitian yang dihasilkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Model Penelitian

Sumber: Adaptasi dari penelitian Darmanto et al. (2023)

Model penelitian yang digunakan dalam oleh penulis pada Gambar 2.1 ini mengacu pada Darmanto et al. (2023), dengan judul baru yang dibuat yaitu: “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan *Digital Entrepreneurial Behavior* pada UMKM Yang Mengadopsi Digital di Kota Tangerang Selatan”.

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 *Risk Propensity* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Digital Entrepreneurial Self Efficacy*

Para wirausahawan umumnya memiliki karakteristik berani mengambil risiko, hal ini dikarenakan mereka yakin dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya, serta mampu menghadapi kegagalan bisnis (Zhao et al., 2005). Mereka yang memiliki kecenderungan berani

mengambil risiko (*risk propensity*) lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan bisnis, yang mana hal ini dapat memotivasi mereka untuk memulai atau mengembangkan bisnisnya sendiri (Wijaya & Mahendro Kuncoro, 2015).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu Brown et al (2011) dalam Darmanto et al (2023) yang melibatkan 420 mahasiswa Savannah State University meneliti persepsi tentang intensi berwirausaha, kecenderungan mengambil risiko (*risk taking tendencies*), dan *self-efficacy* kewirausahaan. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kemauan mengambil risiko memiliki pengaruh positif terhadap *self-efficacy* kewirausahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Atmono et al (2023) terhadap 114 mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat dari beberapa fakultas yang pernah mengikuti kursus kewirausahaan atau sudah mempunyai usaha sendiri. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *risk propensity* terhadap *entrepreneurial self-efficacy*.

Mengacu pada penelitian Darmanto et al (2023), yang melakukan penelitian kepada 70 wirausaha digital muda menunjukkan bahwa pengaruh kecenderungan risiko (*risk propensity*) terhadap efikasi diri wirausaha digital (*digital entrepreneurial self-efficacy*) menunjukkan hasil yang signifikan secara empiris, artinya peningkatan kecenderungan risiko lebih besar kemungkinannya untuk meningkatkan motivasi.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

H1: Risk propensity berpengaruh signifikan terhadap digital entrepreneurial self-efficacy.

2.4.2 *Digital Entrepreneurial Knowledge* memiliki pengaruh positif terhadap *Digital Entrepreneurial Self-Efficacy*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosniawati et al (2023) kepada 300 mahasiswa dari berbagai jurusan di Universitas Trunojoyo Madura yang mengeksplorasi hubungan antara pengetahuan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dalam membentuk efikasi diri kewirausahaan pada calon pengusaha muda di Indonesia. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan (*entrepreneurial knowledge*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri kewirausahaan (*entrepreneurial self-efficacy*).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Waldyatri et al (2021) pada 100 orang yang merupakan pengusaha di Pusat Pasar Medan. Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat kewirausahaan melalui efikasi diri.

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Darmanto et al (2023), kepada 70 orang yang merupakan pengusaha digital pemula yang sebelumnya mengikuti program keterampilan kewirausahaan di bidang teknologi digital, menunjukkan bahwa pengetahuan digital yang diperoleh melalui pembelajaran khusus terbukti mempengaruhi efikasi diri wirausaha digital secara signifikan. Individu yang mempunyai pengetahuan tentang kewirausahaan akan menentukan rasa percaya dirinya dalam meningkatkan prestasinya, karena keyakinan batin yang baik akan menentukan kesuksesan melalui ilmu yang didapat (Rosniawati et al, 2023).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

H2: Digital entrepreneurial knowledge berpengaruh positif terhadap digital entrepreneurial self-efficacy.

2.4.3 *Digital Competence* memiliki pengaruh positif terhadap *Digital Entrepreneurial Self-Efficacy*

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ulfert-Blank & Schmidt, 2022) kepada 1.000 orang yang merupakan pekerja profesional dari berbagai bidang dan tingkat pendidikan di Belanda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *digital self-efficacy* (DSE) memiliki reliabilitas dan validitas yang baik terhadap lima dimensi *digital competence* (DigComp 2.1) yaitu informasi, komunikasi, penciptaan konten, keselamatan, dan pemecahan masalah.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Galindo-Domínguez & Bezanilla (2021), menguji hubungan antara kompetensi digital, manajemen waktu, dan efikasi diri pada 200 mahasiswa dari berbagai jurusan dan universitas di Spanyol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri.

Mengacu pada hasil penelitian Darmanto et al (2023), pada 70 orang yang merupakan pengusaha digital pemula di Jawa Tengah, menunjukkan bahwa kompetensi digital yang diperoleh melalui pembelajaran dan tes digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri wirausaha digital. Artinya, kemampuan menguasai teknologi digital meningkatkan rasa percaya diri seseorang dalam mewujudkan keinginannya menjadi wirausaha digital (Darmanto et al, 2023).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

H3: *Digital competence* berpengaruh positif terhadap *digital entrepreneurial self-efficacy*.

2.4.4 Risk Propensity memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap *Digital Entrepreneurial Behavior*

Kecenderungan mengambil risiko merupakan salah satu ciri kewirausahaan yang keberadaannya sangat penting dalam pengambilan keputusan dalam mendirikan usaha baru guna keberhasilan kewirausahaan (Antoncic et al., 2018) dalam (Darmanto et al., 2023). Individu yang berani mengambil risiko cenderung berjiwa wirausaha karena merasa percaya diri, mampu menjalankan dan mengembangkan usaha, serta menghadapi kegagalan usaha (Zhao et al, 2005).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Darmanto et al (2023), melibatkan 70 orang yang merupakan pengusaha digital pemula di Jawa Tengah. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *risk propensity* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial behavior*. Bisnis digital memerlukan dorongan yang kuat berupa kecenderungan risiko, karena aspek individu mempunyai pengaruh paling kuat dalam membentuk perilaku wirausaha digital yang diwujudkan dalam *start-up digital* (Darmanto et al, 2023).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

H4: Risk propensity tidak berpengaruh signifikan terhadap digital entrepreneurial behavior.

2.4.5 Digital Competence memiliki pengaruh positif terhadap *Digital Entrepreneurial Behavior*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Darmanto et al (2023), pada 70 orang yang merupakan pengusaha digital pemula yang sebelumnya mengikuti program keterampilan kewirausahaan di bidang teknologi digital untuk mendapatkan kompetensi digital dan mendapatkan dana awal digital di Jawa Tengah, menunjukkan hasil bahwa kompetensi digital berpengaruh

positif dan signifikan terhadap perilaku kewirausahaan digital. Perilaku kewirausahaan bergantung pada peluang pasar, memasuki pasar baru, dan menawarkan produk baru (Zaenal, et al., 2017) yang bersumber dari kompetensi digital (Darmanto et al, 2023).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

H5: Digital competence berpengaruh positif terhadap digital entrepreneurial behavior.

2.4.6 Digital Entrepreneurial Self-Efficacy memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Digital Entrepreneurial Behavior

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dessyana, A., & Riyanti, B. P. D. (2017), kepada 64 *founder startup digital* yang tersebar di berbagai kota di Indonesia untuk menguji pengaruh inovasi dan efikasi diri kewirausahaan terhadap keberhasilan *startup digital* di Indonesia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa efikasi diri kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan *startup digital*.

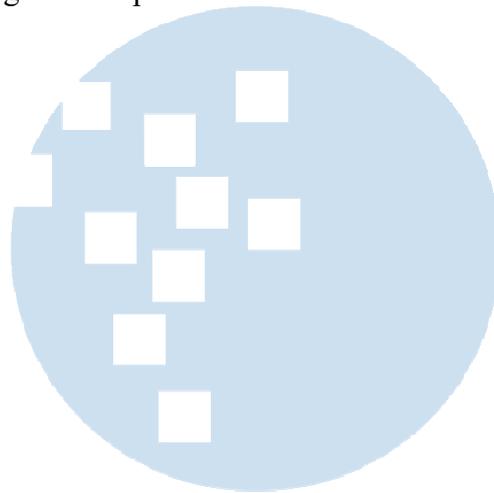
Dalam penelitian yang dilakukan Li et al (2020), kepada 346 mahasiswa dari berbagai universitas di Jiangsu, China. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* berpengaruh secara positif terhadap *entrepreneurial behavior*.

Para peneliti sebelumnya menggambarkan bahwa tindakan kewirausahaan adalah praktik perilaku kewirausahaan sebagai pemahaman tentang niat kewirausahaan dalam berwirausaha, dan bahwa efikasi diri kewirausahaan berkontribusi terhadap niat kewirausahaan dan perilaku kewirausahaan (Darmanto dan Yuliari, 2018; Neneh, 2019b) dalam (Li et al, 2020). Disamping itu, telah diketahui bahwa pengusaha dengan efikasi diri yang luar biasa untuk suatu usaha tertentu lebih mungkin untuk

menindaklanjuti dan melanjutkan aktivitas tersebut dibandingkan wirausaha dengan efikasi diri yang lebih rendah (Darmanto dan Yuliari, 2018).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

H6: Digital entrepreneurial self-efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap digital entrepreneurial behavior.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA