

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) diperkenalkan oleh Ajzen (1991) dan menjadi salah satu teori perilaku yang banyak digunakan untuk menjelaskan apa yang memengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan melakukan suatu tindakan. Dalam TPB, niat seseorang dianggap sebagai faktor paling penting yang menentukan apakah perilaku tertentu akan dilakukan. Niat ini terbentuk melalui tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), serta persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Sikap terhadap perilaku mencerminkan penilaian individu apakah perilaku tersebut dianggap menguntungkan atau merugikan. Norma subjektif berkaitan dengan pandangan individu mengenai sejauh mana orang-orang terdekat atau lingkungan sosial mendukung atau tidak mendukung perilaku tersebut. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku merujuk pada keyakinan individu mengenai kemampuan diri dan ketersediaan sumber daya yang diperlukan untuk melakukan tindakan tersebut.

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan kerangka psikologis yang digunakan untuk memprediksi niat dan perilaku individu berdasarkan tiga komponen utama: sikap (evaluasi pribadi terhadap perilaku), norma subyektif (tekanan sosial yang dirasakan), dan kontrol perilaku yang dirasakan (keyakinan pada kemampuan seseorang untuk melakukan perilaku (Pedrinelli et al., 2024).

Berikut adalah beberapa penerapan *Theory of Planned Behavior (TPB)* dalam konteks kewirausahaan:

1. *Attitude toward the behavior*

Sikap terhadap kewirausahaan adalah prediktor signifikan dari niat kewirausahaan. Penelitian telah menunjukkan bahwa sikap positif terhadap kewirausahaan, yang sering dipengaruhi oleh pendidikan kewirausahaan, dapat meningkatkan niat kewirausahaan di kalangan siswa dan individu di berbagai negara, termasuk Indonesia dan Sudan (Astuti & Solihin, 2024);(Abdelrahim, 2020).

2. *Subjective norms*

Norma subyektif mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku kewirausahaan.

Dalam konteks kewirausahaan, norma subyektif dapat dipengaruhi oleh faktor budaya dan relasional. Misalnya, pada pemuda Oman, dukungan relasional yang dirasakan secara positif mempengaruhi norma-norma subjektif, sehingga mempengaruhi niat kewirausahaan (Tahir & Kutpudeen, 2023).

3. *Perceived behavioral control*

Kontrol perilaku yang dirasakan, mirip dengan efikasi diri, secara konsisten ditemukan sebagai prediktor kuat niat kewirausahaan. Ini mencerminkan persepsi individu tentang kemampuan mereka untuk melakukan tugas-tugas kewirausahaan. Studi di Sudan dan Indonesia menyoroti bahwa pengendalian perilaku yang dirasakan secara signifikan meningkatkan niat kewirausahaan, seringkali berfungsi sebagai mediator antara pendidikan dan niat (Abdelrahim, 2020)(Astuti & Solihin, 2024).

Dengan demikian, *Theory of Planned Behavior* menjadi kerangka konseptual dalam penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku bersama-sama memengaruhi niat kewirausahaan digital mahasiswa.

2.1.2 Digital Entrepreneurship Education

Digital Entrepreneurship Education mengacu pada program dan inisiatif pendidikan yang dirancang untuk membekali siswa dengan keterampilan digital, pola pikir kewirausahaan, dan pengetahuan teknologi yang diperlukan untuk berkembang dalam ekonomi digital (Pop-Cohuț & Dodescu, 2023). Ini mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh kemajuan teknologi yang pesat dan mempersiapkan kaum muda untuk berkarir di e-bisnis dan *e-commerce*.

Pendidikan kewirausahaan digital sangat penting karena meningkatkan niat kewirausahaan digital siswa dengan memberi mereka pengetahuan dan keterampilan penting. Studi tersebut menunjukkan bahwa pendidikan ini tidak hanya mempromosikan niat kewirausahaan tetapi juga berinteraksi secara signifikan dengan kewaspadaan kewirausahaan digital, yang berfungsi sebagai faktor mediasi. Dengan menumbuhkan pengetahuan dan kewaspadaan, pendidikan kewirausahaan digital memainkan peran penting dalam mempersiapkan siswa untuk terlibat secara efektif dalam ekonomi digital, yang pada akhirnya berkontribusi pada inovasi dan pertumbuhan ekonomi (Wibowo, Narmaditya, Saptono, et al., 2023).

Pendidikan ini menekankan integrasi alat digital dan praktik yang inovatif. Alat digital seperti Moodle, Capsim, Tableau, dan Kahoot digunakan untuk meningkatkan pelatihan kewirausahaan dengan menyediakan platform untuk komunikasi, kolaborasi, simulasi, dan gamifikasi. Alat-alat ini

memfasilitasi pembelajaran berdasarkan pengalaman, menghubungkan pengetahuan teoretis dengan aplikasi praktis (Ali et al., 2025).

Penggunaan teknologi digital dalam pendidikan kewirausahaan telah mengubah cara siswa belajar dan berinteraksi, menawarkan akses mudah ke informasi, simulasi bisnis virtual, dan peluang kolaborasi global (Sulistianingsih, 2023).

Di negara berkembang, DEE telah dikaitkan dengan peningkatan niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa, menunjukkan potensinya untuk mengatasi masalah pengangguran dengan menumbuhkan keterampilan dan pola pikir kewirausahaan (AL-MAMUN et al., 2022).

Terlepas dari manfaatnya, DEE menghadapi tantangan seperti kurangnya infrastruktur, kesenjangan keterampilan digital, dan penolakan terhadap perubahan. Mengatasi masalah ini membutuhkan strategi manajemen perubahan yang kuat dan akses yang adil ke sumber daya (Ali et al., 2025).

Dengan demikian, *digital entrepreneurship education* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai proses pembelajaran terstruktur yang memadukan teknologi digital dan materi kewirausahaan untuk mengembangkan keterampilan, pengetahuan, dan pola pikir kewirausahaan digital pada mahasiswa.

2.1.3 Entrepreneurial Intuition

Intuisi kewirausahaan atau *entrepreneurial intuition* mengacu pada kemampuan pengusaha untuk membuat keputusan berdasarkan perasaan dan wawasan naluriah daripada hanya mengandalkan penalaran analitis. Ini sering digambarkan sebagai proses cepat dan tidak sadar yang diambil dari pengalaman pribadi dan akumulasi pengetahuan (Manesh et al., 2022). Intuisi memainkan peran penting dalam proses kewirausahaan, terutama dalam pengambilan peluang, evaluasi, dan pengelolaan (Sadler-Smith, 2016a). Penekanan pada proses intuitif menumbuhkan lingkungan yang merangsang kreativitas, yang sangat penting untuk perilaku kewirausahaan (Lauar et al., 2023).

Menurut Wibowo et al. (2025) ada beberapa faktor yang mempengaruhi intuisi kewirausahaan seseorang, antara lain:

1. *Sustainability*: Intuisi dapat memandu pengusaha dalam membuat keputusan yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga berkelanjutan dalam jangka panjang.
2. *Technology usage*: Integrasi teknologi dalam praktik bisnis dapat meningkatkan pengambilan keputusan intuitif dengan memberikan data dan wawasan waktu nyata.

3. *Cognitive Processes*: Memahami bagaimana proses kognitif memengaruhi intuisi dapat membantu dalam mengembangkan program pelatihan yang meningkatkan keterampilan intuitif di antara calon wirausahawan

Dengan demikian, *entrepreneurial intuition* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk secara cepat dan naluriah membuat keputusan kewirausahaan berdasarkan pengalaman, persepsi, dan wawasan intuitif yang terakumulasi.

2.1.4 Social Media

Media sosial mengacu pada *platform* online yang memungkinkan pengguna membangun jejaring sosial dan hubungan berdasarkan minat, aktivitas, atau latar belakang yang sama. Layanan ini ditandai dengan konten buatan pengguna, profil yang dikelola oleh *platform*, dan kemampuan untuk terhubung dengan orang lain. Media sosial memfasilitasi komunikasi melalui berbagai alat, termasuk perpesanan dan forum, dan memungkinkan pengguna untuk berbagi ide, foto, dan pembaruan. Ini telah mengubah interaksi sosial, membuatnya lebih mudah untuk terhubung dengan orang-orang secara global, di mana pun lokasinya (Tahir & Kutpudeen, 2023).

Media sosial diakui sebagai kemampuan strategis untuk startup, meningkatkan kinerja melalui pemasaran hemat biaya dan akumulasi pengetahuan (K, 2024). Para pengusaha dapat memanfaatkan media sosial untuk menyajikan dan memproyeksikan identitas bisnis mereka menggunakan teknik seperti penyajian konten dan narasi yang menarik untuk melibatkan audiens dalam membangun *brand awareness* yang kuat (Aslam et al., 2024). Media sosial juga memungkinkan pengusaha untuk terhubung dengan *audiens* yang lebih luas dan mempromosikan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara lingkungan dan sosial (Gupta et al., 2024).

Dengan demikian, *social media* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai *platform digital* yang digunakan oleh individu untuk berbagi informasi, menjalin komunikasi, mempromosikan ide bisnis, dan membangun jejaring sosial secara daring guna mendukung aktivitas kewirausahaan digital.

2.1.5 Digital Entrepreneurial Intention

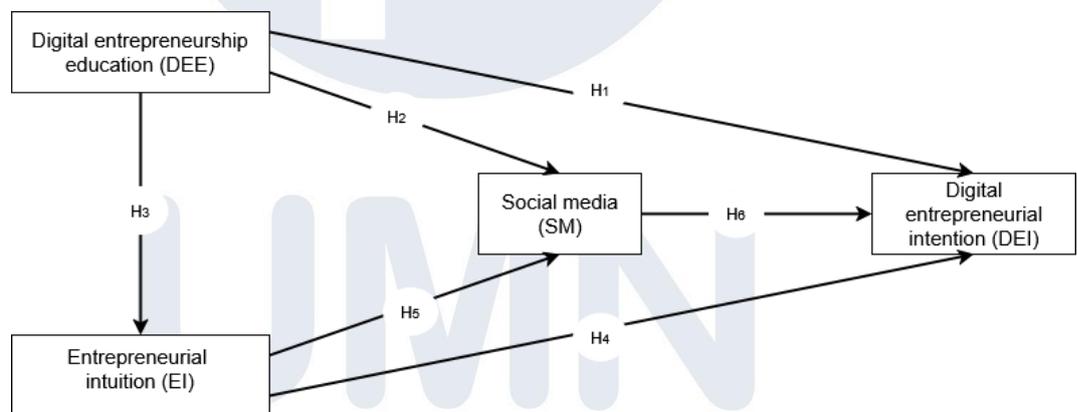
Niat kewirausahaan mengacu pada keyakinan dan rencana individu untuk memulai bisnis dalam waktu dekat, yang mencakup keinginan dan kemauan untuk memulai usaha bisnis baru (Cekule et al., 2023). Menurut ("Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intention: Case Study of Business Students in Tianjin, China," 2023) niat kewirausahaan mengacu pada keputusan sadar dan terencana individu untuk terlibat dalam kegiatan

kewirausahaan, yang mencerminkan keinginan mereka untuk memulai usaha baru atau mengejar peluang.

Dalam konteks digital, entrepreneurial intention atau niat kewirausahaan digital didefinisikan sebagai rencana atau keinginan individu untuk memulai bisnis baru menggunakan teknologi digital (Zulwisli et al., 2024). Niat kewirausahaan digital dapat juga diartikan sebagai kecenderungan atau motivasi individu untuk mengejar peluang dalam kewirausahaan digital, ditandai dengan keinginan untuk menciptakan dan menerapkan usaha digital baru (Mir et al., 2023).

Dengan demikian, *digital entrepreneurial intention* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai niat atau keinginan individu untuk memulai dan mengembangkan usaha baru berbasis teknologi digital, sebagai hasil dari motivasi, perencanaan sadar, dan identifikasi terhadap peluang di era digital.

2.2 Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian

Sumber: Peneliti (2025), Diadaptasi dari Wibowo, Narmaditya, Suparno, et al., (2023)

Berdasarkan Gambar 2.1, adapun hipotesis yang ingin di uji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H1: Digital entrepreneurship education berpengaruh positif terhadap digital entrepreneurial intention.
2. H2: Digital entrepreneurship education berpengaruh positif terhadap social media.
3. H3: Digital entrepreneurship education berpengaruh positif terhadap entrepreneurial intuition.

4. H4: Entrepreneurial intuition berpengaruh positif terhadap digital entrepreneurial intention.
5. H5: Entrepreneurial intuition berpengaruh positif terhadap social media.
6. H6: Social media berpengaruh positif terhadap digital entrepreneurial intention

2.3 Hipotesis

Mengacu pada rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah dirancang sebelumnya, peneliti merumuskan enam hipotesis yang selaras dengan permasalahan yang telah diidentifikasi, yaitu:

2.3.1 Pengaruh digital entrepreneurship education terhadap digital entrepreneurial intention

Studi penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wibowo & Narmaditya (2022) terhadap 340 mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan digital memiliki dampak positif pada niat mahasiswa untuk menekuni kewirausahaan digital. Ini berarti bahwa ketika siswa menerima pendidikan dalam kewirausahaan digital, mereka cenderung ingin memulai bisnis digital mereka sendiri.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Nguyen & Nguyen (2024) menunjukkan adanya hubungan positif antara pendidikan kewirausahaan digital dan niat berwirausaha digital di kalangan mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin banyak mahasiswa memperoleh pengetahuan terkait kewirausahaan digital, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan..

Lalu dalam penelitian terdahulu Mir et al. (2023) menunjukkan bahwa penyediaan pendidikan kewirausahaan digital secara efektif mampu meningkatkan keinginan individu untuk memulai usaha di bidang digital. Dengan memberikan keterampilan penting, pengalaman praktis, dan menumbuhkan pola pikir yang berorientasi pada tujuan, program pendidikan secara signifikan berkontribusi pada kesiapan siswa untuk terlibat dalam kewirausahaan digital.

Demikian dengan penelitian yang dilakukan pada 250 mahasiswa Malaysia menjelaskan terdapat pengaruh yang menguntungkan dari pendidikan kewirausahaan digital terhadap peningkatan niat untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan digital. Pendidikan ini diidentifikasi sebagai prediktor penting, yang berarti bahwa siswa yang terlibat dalam pendidikan kewirausahaan lebih cenderung

mengembangkan niat untuk menekuni kegiatan kewirausahaan digital (Kee et al., 2024).

Berdasarkan temuan dari studi terdahulu, peneliti merumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: *Digital entrepreneurship education* berpengaruh positif terhadap *digital entrepreneurial intention*.

2.3.2 Pengaruh digital entrepreneurship education terhadap social media

Sulistianingsih (2023) memaparkan pendidikan kewirausahaan digital membekali siswa dengan keterampilan penting, termasuk pemasaran digital dan strategi media sosial. Memahami cara menggunakan platform media sosial secara efektif sangat penting bagi pengusaha modern, karena *platform* ini sangat penting untuk pemasaran dan keterlibatan pelanggan. Dengan akses mudah ke informasi melalui platform digital, siswa dapat tetap mendapat informasi terbaru tentang tren terbaru dalam pemasaran media sosial. Pengetahuan ini sangat penting untuk mengembangkan strategi efektif yang dapat berdampak positif pada usaha kewirausahaan mereka

Penelitian sebelumnya oleh Dwi Lestari et al. (2024) menunjukkan bahwa pemberian pendidikan kewirausahaan digital berpengaruh positif terhadap perilaku individu terhadap kegiatan kewirausahaan berbasis teknologi, yang meliputi penggunaan media sosial untuk tujuan bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa ketika siswa menerima pendidikan yang berfokus pada kewirausahaan digital, mereka lebih cenderung terlibat dengan media sosial dalam konteks komersial. Dengan membekali siswa dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan melalui pendidikan kewirausahaan digital, mereka lebih cenderung memanfaatkan media sosial secara efektif, sehingga menumbuhkan pola pikir kewirausahaan yang lebih kuat. Keterlibatan ini sangat penting untuk memanfaatkan peluang besar yang tersedia dalam ekonomi digital, khususnya di negara seperti Indonesia, di mana penggunaan media sosial lazim.

Sebuah penelitian Papageorgiou et al. (2021) menekankan bahwa pendidikan kewirausahaan harus berkembang untuk memasukkan kompetensi digital yang penting dalam dunia yang saling terhubung saat ini. Ini termasuk fokus pada keterampilan pemasaran digital, yang sangat penting untuk penggunaan media sosial yang efektif. Dengan membekali pengusaha dengan keterampilan ini, program pendidikan meningkatkan kemampuan mereka untuk menavigasi platform media sosial secara efektif.

Berdasarkan temuan dari studi terdahulu, peneliti merumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H2: *Digital entrepreneurship education* berpengaruh positif terhadap *social media*.

2.3.3 Pengaruh digital entrepreneurship education terhadap entrepreneurial intuition

Pendidikan kewirausahaan digital telah menunjukkan efek yang menjanjikan pada intuisi dan niat kewirausahaan, khususnya di kalangan siswa Generasi Z. Penggunaan alat digital seperti KABADA dalam pendidikan kewirausahaan telah menunjukkan dampak yang sebagian besar positif pada niat kewirausahaan, meskipun tidak semua komponen signifikan secara statistik (Lesinskis et al., 2023).

Selanjutnya Penelitian oleh Wibowo, Narmaditya, Saptono, et al. (2023) mengungkapkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap berkembangnya intuisi kewirausahaan. Temuan tersebut menekankan peran penting pembelajaran kewirausahaan, proses kognitif, dan dinamika tren pendidikan. Secara keseluruhan, elemen-elemen tersebut menunjukkan bahwa program pendidikan yang dirancang secara sistematis mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk dan meningkatkan keterampilan intuitif dalam konteks kewirausahaan.

Lalu menurut penelitian oleh (Muhamad Himami Firdaus et al. (2023) yang dilakukan pada mahasiswa Universitas Brawijaya menunjukkan bahwa *entrepreneurship education* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *entrepreneurial intuition*. Artinya, semakin sering mahasiswa terlibat dalam pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman, seperti studi kasus dan simulasi bisnis, semakin berkembang kemampuan mereka untuk mengenali peluang dan mengambil keputusan secara cepat. Pendidikan ini bukan hanya memperkaya pengetahuan, tetapi juga membantu membentuk pola pikir intuitif yang penting saat menghadapi tantangan bisnis.

Berdasarkan temuan dari studi terdahulu, peneliti merumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H3: *Digital entrepreneurship education* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intuition*.

2.3.4 Pengaruh entrepreneurial intuition terhadap digital entrepreneurial intention

Intuisi kewirausahaan dicirikan oleh pemrosesan yang bermuatan afektif, cepat, dan tidak sadar yang membantu dalam mengenali dan mengevaluasi peluang bisnis. Ini melibatkan keahlian intuitif, gaya kognitif, dan heuristik pengaruh, yang sangat penting untuk pengenalan peluang dan pengambilan keputusan dalam kewirausahaan (Sadler-Smith, 2016).

Penelitian terdahulu oleh Vinsensius & Ryandra (2024), menyatakan intuisi kewirausahaan memiliki peran krusial dalam membentuk niat individu untuk berwirausaha. Intuisi ini merupakan bagian integral dari pola pikir kewirausahaan yang mencakup aspek-aspek seperti inovasi, sikap proaktif, serta kecenderungan mengambil risiko. Mahasiswa yang memiliki pola pikir kewirausahaan yang kuat tercermin dari orientasi terhadap peluang dan rasa percaya diri sehingga cenderung menunjukkan tingkat niat berwirausaha yang lebih tinggi.

Lalu dalam penelitian terdahulu oleh Castellano et al. (2014) pada mahasiswa Prancis dan AS, ditemukan bahwa gaya kognitif intuitif secara signifikan berkontribusi terhadap niat berwirausaha. Artinya, kemampuan mahasiswa untuk cepat mengenali peluang dan membuat keputusan berdasarkan “*good feeling*” berkorelasi positif dengan keinginan mereka untuk memulai usaha.

Berdasarkan temuan dari studi terdahulu, peneliti merumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H4: *Entrepreneurial intuition* berpengaruh positif terhadap *digital entrepreneurial intention*.

2.3.5 Pengaruh entrepreneurial intuition terhadap social media

Dalam penelitian oleh Wibowo, Narmaditya, Suparno, et al. (2023) menunjukkan bahwa intuisi kewirausahaan berperan penting dalam mendorong pemanfaatan media sosial dalam aktivitas bisnis digital. Mahasiswa dengan tingkat intuisi yang tinggi cenderung lebih aktif dan strategis dalam menggunakan media sosial untuk merancang promosi, membangun relasi pelanggan, serta mengenali tren pasar secara spontan. Intuisi wirausaha membantu individu menyesuaikan konten dan strategi digital tanpa bergantung sepenuhnya pada analisis formal, sehingga media sosial menjadi saluran yang efektif untuk mewujudkan ide kewirausahaan.

Lalu penelitian terdahulu oleh Tajpour et al. (2023) menunjukkan bahwa entrepreneurial intuition berperan penting dalam mendorong penggunaan media sosial dalam bisnis. Pelaku usaha dengan intuisi wirausaha yang kuat cenderung lebih cepat mengenali peluang dan lebih kreatif memanfaatkan media sosial untuk promosi, interaksi dengan pelanggan, serta menyesuaikan diri dengan tren pasar. Intuisi ini membantu mereka mengambil keputusan strategis secara spontan, sehingga media sosial menjadi sarana yang efektif untuk mendukung aktivitas kewirausahaan.

Media sosial secara signifikan memengaruhi pengakuan peluang kewirausahaan dan pengembangan bisnis di era digital. Ini secara langsung berdampak pada kemampuan pengusaha untuk menemukan peluang baru (Ceptureanu et al., 2020) dan memengaruhi pengakuan peluang kewirausahaan mahasiswa (Nam & Xiong, 2021). Pengusaha digital memanfaatkan jejaring sosial untuk membangun kemampuan kewirausahaan dan mengembangkan usaha, dengan jaringan online yang mendorong pertumbuhan bisnis dan jaringan offline yang mendukung pengembangan diri (Zhao et al., 2022). Adopsi media sosial secara positif memengaruhi kinerja usaha kecil dan menengah (UKM), dengan orientasi kewirausahaan memainkan peran penting dalam hubungan ini (Fan et al., 2021). Faktor-faktor seperti kewaspadaan kewirausahaan, pengetahuan sebelumnya, dan modal sosial memediasi atau memoderasi dampak media sosial terhadap pengenalan peluang (Ceptureanu et al., 2020; Nam & Xiong, 2021). Selain itu, kemampuan inovasi memoderasi hubungan antara adopsi media sosial dan kinerja UKM (Fan et al., 2021).

Berdasarkan temuan dari studi terdahulu, peneliti merumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H5: *Entrepreneurial intuition* berpengaruh positif terhadap *social media*.

2.3.6 Pengaruh social media terhadap digital entrepreneurial intention

Penelitian oleh Sutrisno et al. (2023) pada mahasiswa di Semarang menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan niat berwirausaha. Media sosial bukan hanya menjadi sumber informasi dan sarana promosi, tetapi juga membantu mahasiswa membangun motivasi, menemukan inspirasi dari figur wirausaha, dan memperkuat norma sosial yang mendukung aktivitas bisnis. Dengan terciptanya ekosistem digital yang positif, penggunaan media sosial terbukti mendorong mahasiswa untuk lebih yakin memulai usaha.

Lalu dalam penelitian oleh Seyed Reza Mirvahedi et al. (2019) menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam mendorong munculnya niat berwirausaha pada mahasiswa. Melalui platform seperti Instagram dan Facebook, mahasiswa bisa melihat berbagai contoh kisah sukses, belajar dari pengalaman orang lain, dan merasa lebih percaya diri untuk memulai usaha sendiri. Selain itu, interaksi dengan komunitas digital turut membentuk lingkungan sosial yang mendorong mereka untuk berpikir positif tentang dunia kewirausahaan. Artinya, media sosial bukan hanya tempat berbagi informasi, tetapi juga sarana efektif untuk membangun dorongan psikologis dan sosial dalam merintis bisnis.

Studi terbaru telah mengeksplorasi dampak media sosial terhadap niat kewirausahaan, terutama di kalangan mahasiswa. Adopsi media sosial telah ditemukan untuk memoderasi hubungan antara sikap terhadap kewirausahaan berkelanjutan dan niat kewirausahaan berkelanjutan (El-Gohary et al., 2023). Selain itu, media sosial secara langsung dan positif memengaruhi pengenalan peluang kewirausahaan, dengan kewaspadaan kewirausahaan dan jejaring sosial sebagian memediasi efeknya (Ceptureanu et al., 2020). Baik jejaring sosial online maupun tatap muka, serta afektivitas disposisi positif, telah terbukti memengaruhi niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa pendidikan tinggi (Pérez-Fernández et al., 2020). Menariknya, jejaring sosial ini sebagian dapat memediasi hubungan antara afektivitas disposisi positif dan niat kewirausahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial dan jaringan online memainkan peran penting dalam membentuk niat kewirausahaan, terutama dalam konteks transformasi digital dan kewirausahaan berkelanjutan (El-Gohary et al., 2023; Ceptureanu et al., 2020; Pérez-Fernández et al., 2020).

Berdasarkan temuan dari studi terdahulu, peneliti merumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H6: *Social media* berpengaruh positif terhadap *digital entrepreneurial intention*.

2.4 Penelitian Terdahulu

Table 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Publikasi/Jurnal	Topik Penelitian	Implikasi Penelitian
1	Wibowo & Narmaditya (2022)	Dinamika Pendidikan	Predicting Students' Digital Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of Knowledge and Inspiration	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara digital entrepreneurs hip education terhadap digital entrepreneurial intention
2	Nguyen & Nguyen (2024)	Technological Forecasting and Social Change	Unveiling the link between digital entrepreneurs hip education and intention among university students in an emerging economy	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara digital entrepreneurs hip education terhadap digital entrepreneurial intention

3	Mir et al. (2023)	International Journal of Emerging Markets	Understanding digital entrepreneurial intentions: A capital theory perspective	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara digital entrepreneurs hip education terhadap digital entrepreneurial intention
4	Kee et al. (2024)	International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific	Pioneering Digital Ventures: Investigating Proactive Personality, Education, and Opportunity in Malaysian Higher Education	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara digital entrepreneurs hip education terhadap digital entrepreneurial intention
5	Dwi Lestari et al. (2024)	Problems Perspectives and Management in	A framework to nurturing digital entrepreneurs : Demystifying critical factors that influence tech-driven business behavior	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara digital entrepreneurs hip education terhadap social media

6	Sulistianingsih (2023)	Indo-MathEdu Intellectuals Journal	Use of Digital Technology to Support the Entrepreneurship Education Process	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara digital entrepreneurship education terhadap social media
7	Papageorgiou et al. (2021)	Book	Entrepreneurship Education in an Era of Digital Communications	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara digital entrepreneurship education terhadap social media
8	Lesinskis et al. (2023)	Sustainability	Digital Transformation in Entrepreneurship Education: The Use of a Digital Tool KABADA and Entrepreneurial Intention of Generation Z	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara digital entrepreneurship education terhadap entrepreneurial intuition

9	Wibowo, Narmaditya, Saptono, et al. (2023)	Cogent Education	Does Digital Entrepreneurship Education Matter for Students' Digital Entrepreneurial Intentions? The Mediating Role of Entrepreneurial Alertness	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara digital entrepreneurs hip education terhadap entrepreneurial intuition
10	Muhamad Himami Firdaus et al. (2023)	Hong Kong Journal of Social Sciences	The Effect of Entrepreneurship Education, Family Environment, and Self-Concept on Interest in Entrepreneurship through the Entrepreneurial Institution as the Mediation Variable	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara digital entrepreneurs hip education terhadap entrepreneurial intuition
11	Sadler-Smith (2016)	European Journal of Work and Organizational Psychology	The role of intuition in entrepreneurs hip and business venturing decisions	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara entrepreneurial intuition terhadap digital entrepreneurial intention

12	Vinsensius & Ryandra (2024)	TECHBUS (Technology, Business and Entrepreneurship)	Exploring the Entrepreneurial Mindset: The Impact of Innovation, Proactiveness, and Risk-Taking on ITBSS Students Entrepreneurial Interest	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara entrepreneurial intuition terhadap digital entrepreneurial intention
13	Castellano et al. (2014)	International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management	Linking intuition and entrepreneurial intention: a comparative study among French and US student entrepreneurs	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara entrepreneurial intuition terhadap digital entrepreneurial intention
14	Wibowo, Narmaditya, Suparno, et al. (2023)	Social Sciences & Humanities Open	How does digital entrepreneurship education promote entrepreneurial intention? The role of social media and entrepreneurial intuition	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara entrepreneurial intuition terhadap social media

15	Tajpour et al., (2023)	Sustainability	The Role of Entrepreneurial Thinking Mediated by Social Media on the Sustainability of Small and Medium-Sized Enterprises in Iran	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara entrepreneurial intuition terhadap social media
16	Ceptureanu et al. (2020)	Entropy	Analysis of Social Media Impact on Opportunity Recognition. A Social Networks and Entrepreneurial Alertness Mixed Approach	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara entrepreneurial intuition terhadap social media
17	Fan et al. (2021)	PLOS ONE	Effects of entrepreneurial orientation on social media adoption and SME performance: The moderating role of innovation capabilities	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara entrepreneurial intuition terhadap social media

18	Sutrisno et al. (2023)	Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran	The Effect of Entrepreneurship Education and Social Media on Student's Entrepreneurial Intention : The Perspective of Theory of Planned Behaviour and Social Media Use Theory	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara social media terhadap digital entrepreneurial intention
19	Syed Reza Mirvahedi et al. (2019)	Innovation Management and Sustainable Economic Development	The role of social media on entrepreneurship intention	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara social media terhadap digital entrepreneurial intention
20	El-Gohary et al. (2023)	Sustainability	Shaping Sustainable Entrepreneurial Intentions among Business Graduates in Developing Countries through Social Media Adoption: A Moderating-Mediated Mechanism in Pakistan	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara social media terhadap digital entrepreneurial intention

21	Pérez-Fernández et al. (2020)	Frontiers in Psychology	Online and Face-to-Face Social Networks and Dispositional Affectivity. How to Promote Entrepreneurial Intention in Higher Education Environments to Achieve Disruptive Innovations?	Sebagai literatur pendukung, memberikan bukti adanya hubungan positif antara social media terhadap digital entrepreneurial intention
----	-------------------------------	-------------------------	---	--

