

## Self-Efficacy sebagai Prediktor Intensi Kewirausahaan Digital Mahasiswa Akuntansi

Hikmayani Subur<sup>1</sup> , Sri Utami<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Akuntansi, Universitas Negeri Makassar, Makassar,  
Sulawesi Selatan, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Pendidikan Akuntansi, Universitas Negeri Makassar, Makassar,  
Sulawesi Selatan, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: hikmayani.subur@unm.ac.id

**Abstract.** *This study aims to examine the influence of self-efficacy on digital entrepreneurial intention among accounting students. The study focuses on students' beliefs in their ability to start a business, make decisions, use business technology, solve problems, and deal with risks in a digital business context. A quantitative explanatory design was employed involving 150 accounting students at the Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Makassar, selected using purposive sampling. Data were collected through a closed-ended questionnaire using a five-point Likert scale and analyzed with Structural Equation Modeling-Partial Least Squares. The findings show that self-efficacy has a positive and significant effect on students' digital entrepreneurial intention, with a path coefficient of 0.288, a t-statistic of 3.951, and a p-value of 0.000. The effect size of 0.094 indicates that the unique contribution of self-efficacy is small, yet empirically meaningful in explaining students' psychological readiness to enter the digital entrepreneurship ecosystem. These findings imply that strengthening digital entrepreneurial intention should not rely solely on technological mastery, but should also involve experiential learning that enhances students' confidence in managing digital business activities.*

**Keywords:** *accounting students; digital entrepreneurial intention; digital entrepreneurship; self-efficacy; SEM-PLS*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh self-efficacy terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa akuntansi. Fokus penelitian diarahkan pada keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya untuk memulai usaha, mengambil keputusan, menggunakan teknologi bisnis, menyelesaikan masalah, dan menghadapi risiko dalam konteks usaha berbasis digital. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Responden penelitian berjumlah 150 mahasiswa Jurusan Ilmu Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berbasis skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares. Hasil pengujian menunjukkan bahwa self-efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa, dengan koefisien jalur sebesar 0,288, nilai t-statistic sebesar 3,951, dan p-value sebesar 0,000. Nilai effect size sebesar 0,094 menunjukkan bahwa kontribusi unik self-efficacy berada pada kategori kecil, tetapi tetap bermakna secara empiris dalam menjelaskan kesiapan psikologis mahasiswa untuk memasuki ekosistem kewirausahaan digital. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan intensi kewirausahaan digital tidak cukup hanya melalui penguasaan teknologi, tetapi juga memerlukan pembelajaran berbasis pengalaman yang mampu meningkatkan keyakinan diri mahasiswa dalam mengelola aktivitas bisnis digital.

**Kata kunci:** intensi kewirausahaan digital; kewirausahaan digital; mahasiswa akuntansi; self-efficacy

### 1. LATAR BELAKANG

Transformasi ekonomi digital telah mengubah cara individu merancang, memulai, dan mengembangkan kegiatan usaha. Aktivitas kewirausahaan tidak lagi hanya bergantung pada kepemilikan ruang fisik atau modal besar, tetapi semakin ditentukan

oleh kemampuan individu menggunakan platform digital, membaca peluang pasar daring, mengelola interaksi dengan konsumen, dan mengambil keputusan bisnis berbasis teknologi. Dalam konteks pendidikan tinggi, perubahan ini menjadikan intensi kewirausahaan digital sebagai isu penting karena mahasiswa tidak hanya dipersiapkan untuk memasuki pasar kerja, tetapi juga diharapkan mampu menciptakan peluang usaha baru dalam ekosistem ekonomi digital.

Mahasiswa akuntansi merupakan kelompok yang relevan untuk dikaji dalam isu kewirausahaan digital. Secara akademik, mahasiswa akuntansi memperoleh pengetahuan mengenai pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, pengendalian biaya, analisis usaha, dan pengambilan keputusan ekonomi. Kompetensi tersebut dapat menjadi modal awal untuk membangun usaha. Namun, penguasaan pengetahuan bisnis dan keuangan belum tentu secara otomatis membentuk niat untuk memulai usaha digital.

Permasalahan tersebut semakin penting ketika mahasiswa belum memiliki pengalaman usaha secara langsung. Dalam data penelitian ini, sebagian besar responden belum pernah memiliki pengalaman usaha. Kondisi ini menunjukkan adanya jarak antara potensi akademik mahasiswa dengan kesiapan psikologis mereka untuk memasuki dunia kewirausahaan digital. Oleh karena itu, penjelasan mengenai intensi kewirausahaan digital tidak cukup hanya diarahkan pada kemampuan teknologi atau pengetahuan bisnis, tetapi perlu menempatkan faktor psikologis sebagai determinan penting.

Salah satu faktor psikologis yang banyak digunakan untuk menjelaskan niat dan perilaku kewirausahaan adalah self-efficacy. Bandura (1977) menjelaskan self-efficacy sebagai keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengorganisasi dan menjalankan tindakan yang diperlukan guna mencapai hasil tertentu. Dalam konteks kewirausahaan, Boyd dan Vozikis (1994) menegaskan bahwa self-efficacy berperan dalam membentuk intensi dan tindakan kewirausahaan karena individu yang percaya terhadap kemampuannya lebih siap menghadapi ketidakpastian, hambatan, dan risiko usaha.

Meskipun kajian mengenai self-efficacy dan entrepreneurial intention telah berkembang, masih terdapat ruang untuk memperkuat pemahaman pada konteks mahasiswa akuntansi dan kewirausahaan digital. Pertama, sejumlah penelitian masih membahas entrepreneurial intention secara umum, sehingga belum secara khusus

menempatkan intensi kewirausahaan digital sebagai fokus utama. Kedua, banyak penelitian menguji berbagai determinan secara simultan, tetapi belum cukup mendalami self-efficacy sebagai faktor psikologis utama yang menjelaskan keberanian mahasiswa untuk memulai usaha digital. Ketiga, konteks mahasiswa akuntansi masih penting dikaji karena kelompok ini memiliki bekal pengetahuan bisnis dan keuangan, tetapi belum tentu memiliki keberanian psikologis dan pengalaman praktis untuk memulai usaha berbasis teknologi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh self-efficacy terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa akuntansi. Self-efficacy diposisikan sebagai keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya untuk menggunakan teknologi bisnis, mengambil keputusan, menyelesaikan masalah, memulai usaha, dan menghadapi risiko. Sementara itu, intensi kewirausahaan digital dipahami sebagai keinginan, rencana, kesiapan, dan komitmen mahasiswa untuk memulai serta mengembangkan usaha berbasis platform dan teknologi digital.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Self-efficacy merupakan konstruk utama dalam Social Cognitive Theory. Bandura (1977) menyatakan bahwa keyakinan diri memengaruhi cara individu berpikir, memotivasi diri, memilih tindakan, dan bertahan ketika menghadapi hambatan. Dalam konteks kewirausahaan, self-efficacy menjelaskan sejauh mana individu merasa mampu mengenali peluang, mengelola sumber daya, mengambil keputusan, dan menanggung risiko dalam proses pembentukan usaha.

Hubungan antara self-efficacy dan intensi kewirausahaan juga dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior. Ajzen (1991) menjelaskan bahwa intensi seseorang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan perceived behavioral control. Self-efficacy berkaitan erat dengan perceived behavioral control karena keduanya menggambarkan persepsi individu mengenai kemampuan untuk melakukan tindakan tertentu. Dalam konteks kewirausahaan digital, mahasiswa yang merasa mampu menggunakan platform bisnis, mengelola transaksi digital, memahami konsumen daring, dan menyelesaikan masalah usaha akan memiliki persepsi kontrol yang lebih kuat.

Kajian kewirausahaan juga menempatkan entrepreneurial self-efficacy sebagai prediktor penting intensi kewirausahaan. Boyd dan Vozikis (1994) menunjukkan bahwa self-efficacy dapat memperkuat hubungan antara sikap, persepsi peluang, dan intensi kewirausahaan. Chen et al. (1998) menunjukkan bahwa entrepreneurial self-efficacy dapat membedakan individu yang memiliki orientasi kewirausahaan lebih kuat dari kelompok nonwirausaha. Zhao et al. (2005) juga menemukan bahwa self-efficacy berperan dalam pembentukan intensi kewirausahaan mahasiswa.

Penelitian terbaru pada konteks pendidikan tinggi mendukung posisi self-efficacy sebagai faktor psikologis penting. Wu et al. (2022), Al-Qadasi et al. (2023), Wang et al. (2023), dan Ferreira-Neto et al. (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan entrepreneurial self-efficacy yang lebih tinggi memiliki intensi kewirausahaan yang lebih kuat. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keyakinan diri tidak hanya berfungsi sebagai atribut personal, tetapi juga sebagai mekanisme yang menghubungkan pembelajaran, pengalaman, dan kesiapan bertindak.

Pada konteks digital, intensi kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan keinginan memulai usaha, tetapi juga dengan kesiapan menggunakan teknologi untuk menciptakan dan mengelola nilai ekonomi. Akhter et al. (2022), Alferaih (2022), Al-Mamary dan Alraja (2022), Pham et al. (2023), Sutiadiningsih et al. (2025), dan Wardoyo et al. (2025) menegaskan bahwa keyakinan diri, kesiapan digital, dukungan pembelajaran, dan persepsi kontrol berkontribusi terhadap pembentukan niat berwirausaha digital. Berdasarkan landasan teori dan temuan empiris tersebut, hipotesis penelitian ini adalah self-efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa akuntansi.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara self-efficacy sebagai variabel independen dan intensi kewirausahaan digital sebagai variabel dependen. Penelitian dilaksanakan pada mahasiswa Jurusan Ilmu Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar.

Populasi penelitian mencakup mahasiswa aktif pada jurusan tersebut. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling karena penelitian membutuhkan responden yang memiliki pengalaman atau paparan terhadap penggunaan media dan platform digital. Kriteria responden meliputi mahasiswa aktif, pernah menggunakan media atau platform digital dalam aktivitas akademik maupun nonakademik, serta bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Berdasarkan proses pengumpulan data, jumlah sampel akhir yang dianalisis sebanyak 150 responden.

Data penelitian merupakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner tertutup berbasis skala Likert lima poin, mulai dari 1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju. Variabel self-efficacy diukur melalui indikator keyakinan memulai usaha, kemampuan menyelesaikan masalah bisnis, kemampuan mengambil keputusan, kemampuan menggunakan teknologi bisnis, dan kesiapan menghadapi risiko. Indikator tersebut disusun dengan mengacu pada konsep self-efficacy dalam kewirausahaan sebagaimana digunakan dalam penelitian Boyd dan Vozikis (1994), Chen et al. (1998), Zhao et al. (2005), Wu et al. (2022), dan Al-Qadasi et al. (2023).

Variabel intensi kewirausahaan digital diukur melalui indikator keinginan memulai usaha digital, rencana menggunakan platform digital untuk bisnis, kesiapan mengembangkan usaha berbasis teknologi, dan komitmen untuk menjalankan aktivitas kewirausahaan digital. Pengukuran variabel ini mengacu pada kajian intensi kewirausahaan dan intensi kewirausahaan digital sebagaimana dikembangkan oleh Krueger et al. (2000), Linan dan Chen (2009), Akhter et al. (2022), Alferaih (2022), Al-Mamary dan Alraja (2022), serta Pham et al. (2023).

Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares dengan bantuan SmartPLS. Evaluasi model meliputi model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran diuji melalui outer loading, Average Variance Extracted, composite reliability, Cronbach alpha, dan validitas diskriminan. Model struktural dianalisis melalui koefisien jalur, t-statistic, p-value, dan effect size. Hipotesis dinyatakan diterima apabila koefisien jalur bernilai positif, t-statistic lebih besar dari 1,96, dan p-value lebih kecil dari 0,05.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 150 mahasiswa Jurusan Ilmu Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar. Ringkasan karakteristik responden disajikan pada Tabel 1. Responden didominasi oleh perempuan sebanyak 96 orang atau 64,0%, sedangkan laki-laki sebanyak 54 orang atau 36,0%. Berdasarkan angkatan, responden terbanyak berasal dari angkatan 2022 dan 2023, masing-masing sebanyak 42 orang atau 28,0%. Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang 20-21 tahun sebanyak 76 orang atau 50,7%. Dari sisi pengalaman usaha, sebagian besar responden belum pernah memiliki pengalaman usaha, yaitu sebanyak 132 orang atau 88,0%.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	54	36,0%
	Perempuan	96	64,0%
Angkatan	2021	28	18,7%
	2022	42	28,0%
	2023	42	28,0%
	2024	38	25,3%
Usia	18-19 tahun	30	20,0%
	20-21 tahun	76	50,7%
	22-24 tahun	44	29,3%
Pengalaman usaha	Pernah	18	12,0%
	Belum pernah	132	88,0%

*Sumber: Hasil Olah Data*

### B. Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan mampu merefleksikan konstruk self-efficacy dan intensi kewirausahaan digital secara memadai. Hasil pengujian convergent validity pada Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh indikator pada kedua konstruk memiliki nilai outer loading di atas 0,70. Dengan demikian, semua indikator dinyatakan valid dan layak digunakan dalam pengujian model struktural.

**Tabel 2. Hasil Pengujian Convergent Validity**

Indikator	Self-Efficacy	Intensi Kewirausahaan Digital
SE1	0,776	
SE2	0,767	
SE3	0,790	

SE4	0,755	
SE5	0,752	
SE6	0,788	
IKD1		0,712
IKD2		0,796
IKD3		0,813
IKD4		0,769
IKD5		0,722
IKD6		0,754

Sumber: Output SmartPLS 4.0.

Selain validitas indikator, pengujian reliabilitas dan validitas konstruk juga menunjukkan hasil yang memadai. Nilai Average Variance Extracted pada self-efficacy sebesar 0,595 dan pada intensi kewirausahaan digital sebesar 0,580. Kedua nilai tersebut melampaui batas minimum 0,50. Nilai Cronbach alpha dan composite reliability juga berada di atas 0,70 sehingga kedua konstruk dapat dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi internal yang baik.

**Tabel 3. Hasil Uji AVE, Cronbach Alpha, dan Composite Reliability**

Konstruk	AVE	Cronbach Alpha	Composite Reliability (rho a)	Composite Reliability (rho c)
Self-Efficacy	0,595	0,864	0,867	0,898
Intensi Kewirausahaan Digital	0,580	0,855	0,856	0,892

Sumber: Output SmartPLS 4.0.

Validitas diskriminan juga menunjukkan hasil yang baik. Berdasarkan kriteria Fornell-Larcker, akar kuadrat AVE pada konstruk self-efficacy dan intensi kewirausahaan digital lebih besar daripada korelasi antarkonstruk. Nilai HTMT antara self-efficacy dan intensi kewirausahaan digital sebesar 0,528, lebih rendah dari batas 0,90. Dengan demikian, kedua konstruk dapat dibedakan secara empiris meskipun memiliki hubungan konseptual yang relevan.

**Tabel 4. Hasil Validitas Diskriminan**

Kriteria	Nilai	Interpretasi
Akar AVE Self-Efficacy	0,771	Memadai
Akar AVE Intensi Kewirausahaan Digital	0,762	Memadai
Korelasi Self-Efficacy dengan Intensi Kewirausahaan Digital	0,457	Lebih kecil daripada akar AVE
HTMT Self-Efficacy dan Intensi Kewirausahaan Digital	0,528	Di bawah 0,90

Sumber: Output SmartPLS 4.0.

### C. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur bootstrapping. Hasil pengujian pada Tabel 5 menunjukkan bahwa self-efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa akuntansi. Koefisien jalur sebesar

0,288 menunjukkan arah hubungan positif, artinya semakin tinggi self-efficacy mahasiswa, semakin tinggi pula intensi kewirausahaan digital mereka. Nilai t-statistic sebesar 3,951 lebih besar dari 1,96 dan p-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis penelitian dinyatakan diterima.

**Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis**

Hipotesis	Hubungan Antarvariabel	Original Sample	STDEV	T Statistics	P Values	Keputusan
H1	Self-Efficacy -> Intensi Kewirausahaan Digital	0,288	0,073	3,951	0,000	Diterima

*Sumber: Output SmartPLS 4.0.*

Nilai effect size self-efficacy terhadap intensi kewirausahaan digital sebesar 0,094. Berdasarkan kriteria Cohen (1988), nilai tersebut termasuk kategori kecil. Meskipun demikian, effect size kecil tidak berarti pengaruhnya tidak penting. Dalam konteks mahasiswa yang sebagian besar belum memiliki pengalaman usaha, kontribusi self-efficacy tetap penting karena menunjukkan bahwa keyakinan diri merupakan modal psikologis awal yang dapat mendorong mahasiswa membangun niat untuk memasuki aktivitas kewirausahaan digital.

#### **D. Pembahasan**

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa self-efficacy berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa akuntansi. Hasil ini mendukung pandangan Bandura (1977) bahwa keyakinan terhadap kemampuan diri berperan penting dalam menentukan pilihan tindakan, intensitas usaha, dan ketekunan individu ketika menghadapi hambatan. Mahasiswa yang memiliki self-efficacy tinggi lebih percaya diri untuk memulai usaha digital, mengelola ketidakpastian, menggunakan teknologi bisnis, serta mengambil keputusan dalam situasi yang belum sepenuhnya pasti.

Dalam perspektif Theory of Planned Behavior, temuan ini dapat dijelaskan melalui konsep perceived behavioral control. Ajzen (1991) menegaskan bahwa intensi individu dipengaruhi oleh persepsi mengenai kemudahan atau kesulitan dalam menjalankan perilaku tertentu. Pada konteks kewirausahaan digital, mahasiswa yang merasa mampu menggunakan platform digital, mengelola transaksi, memahami konsumen daring, dan menghadapi risiko bisnis akan memiliki persepsi kontrol yang lebih kuat. Persepsi tersebut kemudian memperbesar peluang terbentuknya intensi untuk memulai usaha digital.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Boyd dan Vozikis (1994), Chen et al. (1998), serta Zhao et al. (2005) yang menempatkan self-efficacy sebagai faktor penting dalam pengembangan intensi dan tindakan kewirausahaan. Dalam konteks pendidikan tinggi, Wu et al. (2022), Al-Qadasi et al. (2023), Wang et al. (2023), dan Ferreira-Neto et al. (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan entrepreneurial self-efficacy yang lebih tinggi memiliki intensi kewirausahaan yang lebih kuat. Konsistensi temuan ini memperkuat posisi self-efficacy sebagai konstruk psikologis yang relevan untuk menjelaskan kesiapan mahasiswa dalam membangun orientasi kewirausahaan.

Pada konteks kewirausahaan digital, self-efficacy menjadi semakin penting karena aktivitas usaha digital menuntut kombinasi antara keberanian berwirausaha dan kemampuan beradaptasi dengan teknologi. Akhter et al. (2022) menunjukkan bahwa intensi kewirausahaan digital dipengaruhi oleh faktor kemampuan dan psikologis. Alferaih (2022) serta Al-Mamary dan Alraja (2022) juga menegaskan bahwa intensi berwirausaha pada platform digital berkaitan dengan persepsi kontrol, sikap, dan kesiapan individu. Sementara itu, Pham et al. (2023) memperlihatkan bahwa self-efficacy berperan dalam konteks e-entrepreneurial intention mahasiswa.

Konteks mahasiswa akuntansi memberikan makna khusus terhadap temuan ini. Mahasiswa akuntansi memiliki pengetahuan mengenai informasi keuangan, perencanaan usaha, dan evaluasi kinerja bisnis. Namun, pengetahuan tersebut tidak selalu menghasilkan keberanian untuk memulai usaha digital. Temuan bahwa self-efficacy berpengaruh signifikan menunjukkan bahwa perguruan tinggi perlu membangun jembatan antara kompetensi akademik dan kesiapan psikologis. Pembelajaran akuntansi dan kewirausahaan digital perlu diarahkan agar mahasiswa tidak hanya memahami konsep usaha, tetapi juga memperoleh pengalaman yang membuat mereka merasa mampu menjalankannya.

Nilai effect size yang berada pada kategori kecil menunjukkan bahwa self-efficacy bukan satu-satunya faktor yang membentuk intensi kewirausahaan digital. Intensi mahasiswa kemungkinan juga dipengaruhi oleh pendidikan kewirausahaan, literasi digital, pengalaman usaha, dukungan keluarga, dukungan kampus, akses modal, jejaring sosial, dan ekosistem bisnis digital. Namun, self-efficacy tetap menjadi faktor penting

karena berfungsi sebagai mekanisme psikologis awal yang dapat mengubah pengetahuan dan keterampilan menjadi niat tindakan.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya desain pembelajaran kewirausahaan digital yang memperkuat pengalaman keberhasilan mahasiswa. Bandura (1977) menjelaskan bahwa self-efficacy dapat dibangun melalui pengalaman langsung, pengalaman vikarius, persuasi sosial, dan pengelolaan kondisi emosional. Dalam pendidikan tinggi, prinsip ini dapat diterjemahkan melalui proyek usaha digital berbasis tim, simulasi bisnis daring, mentoring dengan pelaku usaha digital, studi kasus kegagalan dan keberhasilan usaha, serta inkubasi bisnis mahasiswa.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa self-efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa akuntansi. Semakin tinggi keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya untuk memulai usaha, menggunakan teknologi bisnis, mengambil keputusan, menyelesaikan masalah, dan menghadapi risiko, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memiliki niat berwirausaha digital. Temuan ini menjawab tujuan penelitian dan menegaskan bahwa pembentukan intensi kewirausahaan digital tidak hanya ditentukan oleh penguasaan teknologi, tetapi juga oleh kesiapan psikologis mahasiswa.

Secara praktis, perguruan tinggi perlu merancang pembelajaran kewirausahaan digital yang mampu meningkatkan self-efficacy mahasiswa. Program pembelajaran sebaiknya tidak hanya berbentuk penyampaian teori, tetapi juga menghadirkan pengalaman langsung melalui proyek bisnis digital, praktik penggunaan platform usaha, simulasi pengambilan keputusan, mentoring, dan inkubasi usaha mahasiswa. Strategi tersebut penting agar mahasiswa akuntansi tidak hanya memahami aspek keuangan dan bisnis, tetapi juga merasa mampu menerapkannya dalam konteks usaha digital.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menguji satu variabel prediktor pada satu kelompok responden, sehingga hasilnya perlu dibaca secara hati-hati. Penelitian lanjutan disarankan untuk menguji model yang lebih luas dengan menambahkan variabel literasi digital, pendidikan kewirausahaan, dukungan kampus, pengalaman usaha, entrepreneurial mindset, literasi kecerdasan artifisial, atau akses terhadap ekosistem

bisnis digital. Penelitian berikutnya juga dapat membandingkan mahasiswa yang sudah dan belum memiliki pengalaman usaha agar peran self-efficacy dalam pembentukan intensi kewirausahaan digital dapat dipahami secara lebih mendalam.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akhter, A., Islam, K. M. A., Karim, M. M., & Bin Latif, W. (2022). Examining determinants of digital entrepreneurial intention: A case of graduate students. *Problems and Perspectives in Management*, 20(3), 153-163. [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(3\).2022.13](https://doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.13)
- Alferaih, A. (2022). Starting a new business? Assessing university students' intentions towards digital entrepreneurship in Saudi Arabia. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100087. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100087>
- Al-Mamary, Y. H. S., & Alraja, M. M. (2022). Understanding entrepreneurship intention and behavior in the light of TPB model from the digital entrepreneurship perspective. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100106. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100106>
- Al-Qadasi, N., Zhang, G., Al-Awlaqi, M. A., Alshebami, A. S., & Aamer, A. (2023). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in Yemen: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 14, 1111934. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1111934>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Batool, H., Rasheed, H., Malik, M. I., & Hussain, S. (2015). Application of partial least square in predicting e-entrepreneurial intention among business students: Evidence from Pakistan. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4, 6. <https://doi.org/10.1186/s13731-015-0019-3>
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77. <https://doi.org/10.1177/104225879401800404>
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Ferreira-Neto, M. N., de Carvalho Castro, J. L., de Sousa-Filho, J. M., & de Souza Lessa, B. (2023). The role of self-efficacy, entrepreneurial passion, and creativity in

- developing entrepreneurial intentions. *Frontiers in Psychology*, 14, 1134618. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1134618>
- 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. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Linan, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Pham, M., Lam, B. Q., & Tran Le, V. P. (2023). The e-entrepreneurial intention of students: The role of self-efficacy and education. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 11(1), 127-143. <https://doi.org/10.15678/EBER.2023.110107>
- Sutiadiningsih, A., Dewi, I. H. P., Ratnasari, W., Taufiq, A., & Miranti, M. G. (2025). How do digital competencies promote entrepreneurial intention among vocational students? A mediation analysis of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial mindset. *Cogent Education*, 12(1), 2482486. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2482486>
- Wang, X. H., You, X., Wang, H. P., Wang, B., Lai, W. Y., & Su, N. (2023). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention: Mediation of entrepreneurial self-efficacy and moderating model of psychological capital. *Sustainability*, 15(3), 2562. <https://doi.org/10.3390/su15032562>
- Wardoyo, C., Narmaditya, B. S., Qurrata, V. A., Satrio, Y. D., & Sahid, S. (2025). Are students ready for digital business? Antecedents of entrepreneurial intentions among Indonesian students using a serial mediation. *Social Sciences & Humanities Open*, 11, 101213. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101213>
- Wu, L., Jiang, S., Wang, X., Yu, L., Wang, Y., & Pan, H. (2022). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of college students: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy and the moderating role of entrepreneurial competition experience. *Frontiers in Psychology*, 12, 727826. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.727826>
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>