

ABSTRAK

Di era industri ke-4 ini, media sosial adalah salah satu teknologi layanan Internet yang paling banyak diakses karena memungkinkan orang berkomunikasi dan mendapatkan berbagai informasi. Saat ini, banyak pengusaha menggunakan media sosial untuk membantu mereka dalam menjalankan bisnis, sementara banyak sarjana percaya media sosial dapat menghasilkan niat individu untuk memulai bisnis dengan bantuan digital ini. Namun, pertumbuhan pengguna media sosial tidak sejalan dengan jumlah wirausahawan digital di Indonesia. Jumlah wirausahawan itu sendiri terutama di kota Bandung masih kecil, sedangkan mahasiswa pascasarjana dari universitas diharapkan untuk mengatasi masalah ini. Kurangnya wirausaha adalah karena rendahnya minat masyarakat untuk memilih wirausaha sebagai karier, apalagi sebagai wirausaha digital.

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur pengetahuan sebelumnya (X1) dan self-efficacy (X2) sebagai variabel independen, media sosial (X3) sebagai moderator, dan niat wirausaha digital (Y) sebagai variabel dependen. Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh kausal media sosial sebagai variabel pemoderasi pada niat individu untuk menjadi wirausaha digital. Meskipun demikian, niat berwirausaha digital (DEI) masih jarang dibahas di antara penulis sebelumnya.

Data didistribusikan kepada 356 mahasiswa aktif akhir tahun Universitas Telkom, Universitas Widyatama, dan Universitas Katolik Parahyangan yang terdaftar dalam program manajemen bisnis S1. Data dikumpulkan melalui kuesioner online di media sosial (Instagram, Line, Whatsapp, dan Twitter) dengan menggunakan formulir google. 356 data yang valid dianalisis dengan menggunakan analisis SEM dengan perangkat lunak Lisrel 8.70.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa self-efficacy memiliki skor tertinggi dibandingkan dengan variabel lain, itu berarti siswa memiliki self-efficacy yang baik pada kewirausahaan digital. Media sosial juga menunjukkan skor yang sangat tinggi, sedangkan niat wirausaha digital dan pengetahuan sebelumnya memiliki skor tinggi. Berdasarkan hasil empiris, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan sebelumnya mempengaruhi niat kewirausahaan digital di mana nilai-t lebih besar dari nilai kritis ($6,833 > 1,96$) dengan efek signifikan paling positif, efikasi diri mempengaruhi niat wirausaha digital ($4,216 > 1,96$), dan self-efficacy juga dipengaruhi oleh pengetahuan sebelumnya ($9,866 > 1,96$). Namun, media sosial memiliki nilai negatif pada memoderasi pengetahuan sebelumnya ($-3,052 < -1,96$) dan self-efficacy ($-0,953 < -1,96$) terhadap niat wirausaha digital.

Terbukti, media sosial sebagai moderator pada pengetahuan sebelumnya dan self-efficacy memberikan pengaruh negatif terhadap niat wirausaha digital. Media sosial sebagai alat pembelajaran eksternal mungkin tidak memengaruhi seseorang untuk memiliki niat untuk menjadi wirausahawan digital. Seperti dalam hasil deskriptif, penelitian ini menyarankan universitas swasta Bandung dan komunitas kewirausahaan untuk memaksimalkan potensi mahasiswa sarjana untuk dunia wirausaha, karena tingkat kemandirian diri, pengetahuan awal, dan niat wirausaha digital di antara para siswa ini tinggi.

Kata kunci: *Media Sosial, Pengetahuan Sebelumnya, Self-Efficacy, Digital Entrepreneurial Intention, Analisis SEM.*