

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

SMK Negeri di Kota Bandung yang memiliki bidang keahlian bisnis dan manajemen terdiri dari tiga sekolah yakni SMKN 1 Kota Bandung, SMKN 3 Kota Bandung dan SMKN 11 Kota Bandung.

1. SMKN 1 Kota Bandung

SMKN 1 Kota Bandung berlokasi di Jl.Wastukencana No.3 Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung. SMKN 1 Kota Bandung memiliki 4 program keahlian yakni: a) Akuntansi dan Keuangan Lembaga, b) Pemasaran, c) Manajemen Perkantoran dan Layanan Bisnis, d) Usaha Layanan Pariwisata. SMKN 1 Kota Bandung sudah terakreditasi A sejak 2021.

2. SMKN 3 Kota Bandung

SMKN 3 Kota Bandung berlokasi di Jl.Solontongan No.10, Turangga, Kec. Lengkong, Kota Bandung. SMKN 3 Kota Bandung memiliki 7 program keahlian yakni: a) Akuntansi dan Keuangan, b) Manajemen Perkantoran, c) Desain Komunikasi Visual, d) Usaha Layanan Wisata, e) Manajemen Logistik, f) Ritel g) DGL. SMKN 3 Kota Bandung merupakan sekolah kejuruan negeri terbaik di Kota Bandung karena memiliki Pusat Keunggulan SMK yang merupakan program pengembangan SMK agar mengalami peningkatan kualitas dan kinerja, yang diperkuat melalui kemitraan dan penyelarasan dengan Dunia Usaha, Dunia Industri dan Dunia Kerja (DUDIKA). Melalui pendekatan *multiple treatment* yang diterapkan dalam program yang kemudian di implementasikan ke dalam sebuah konsep pengembangan sekolah sebagai *Digipreneur Ecosystem Learning and Training Academy* (DELTA 3).

3. SMKN 11 Kota Bandung

SMKN Kota Bandung berlokasi di Jl. Budi Jl. Raya Cilember, Sukaraja, Kec. Cicendo, Kota Bandung. SMKN 11 memiliki 7 program keahlian: a) Akuntansi dan

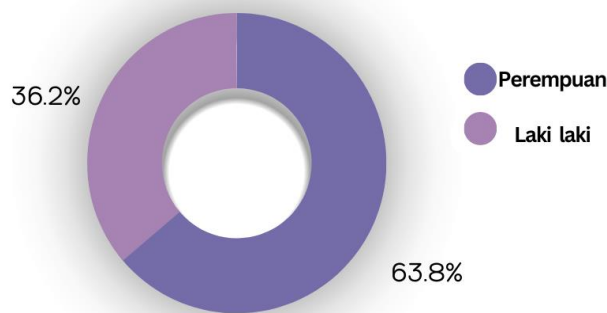
Keuangan Lembaga, b) Otomatisasi dan tata kelola perkantoran c) Pemasaran, d) Manajemen Logistik, e) Pengembangan perangkat lunak dan gim, f) Desain Komunikasi Visual dan g) Teknik jaringan komputer dan telekomunikasi. SMKN 11 Kota Bandung telah terakreditasi A sejak 2019.

4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah siswa SMK Negeri Bidang Keahlian dan Bisnis dan Manajemen di Kota Bandung, yakni SMKN 1 Kota Bandung, SMKN 3 Kota Bandung dan SMKN 11 Kota Bandung. Responden yang dipilih adalah siswa kelas XI tahun ajaran 2022/2023 dengan kompetensi Akuntansi dan Keuangan, Manajemen Perkantoran, Desain Komunikasi Visual, Usaha Layanan Wisata, Manajemen Logistik, Ritel DGL, Teknik jaringan komputer dan telekomunikasi sebanyak 401 responden. Responden ini dipilih karena sudah mendapatkan mata pelajaran Simulasi dan Komunikasi Digital dan Ekonomi Bisnis pada kelas X dan Produk Kreatif dan Kewirausahaan (PKK) pada kelas XI. Berikut gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan latar belakang keluarga.

1.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran umum mengenai responden bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden akan keadaan, sifat dan ciri khusus. Dalam hal ini karakteristik pertama akan dilihat berdasarkan jenis kelamin responden disajikan pada Gambar 4.1.

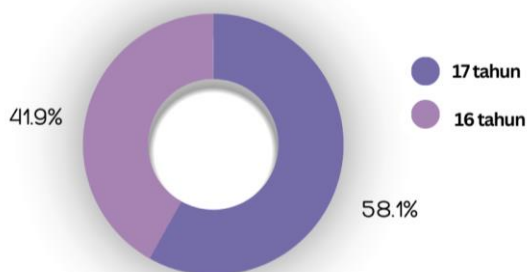


Gambar 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 4.1 diketahui bahwa jumlah responden perempuan sebanyak 250 orang atau setara 64 % dan responden laki – laki sebanyak 142 orang atau setara 36%. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden penelitian didominasi oleh siswa perempuan.

1.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Gambaran umum mengenai responden bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden akan keadaan, sifat dan ciri khusus. Dalam hal ini karakteristik kedua akan dilihat berdasarkan usia responden disajikan pada Gambar 4.2

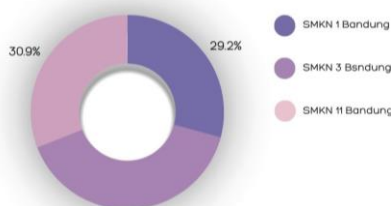


Gambar 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia

Berdasarkan Gambar 4.2 diketahui bahwa jumlah responden dengan usia 16 tahun sebanyak 168 orang atau 42% dan jumlah responden dengan usia 17 tahun sebanyak 133 orang atau 58%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa komposisi usia responden didominasi oleh responden usia 18 tahun.

1.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Sekolah

Gambaran umum mengenai responden bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden akan keadaan, sifat dan ciri khusus. Dalam hal ini karakteristik ketiga akan dilihat berdasarkan sekolah asal responden disajikan pada Gambar 4.3.



Gambar 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan Sekolah

Berdasarkan Gambar 4.3 diketahui bahwa responden yang berasal dari SMKN 1 Kota Bandung sebanyak 29,2% atau 117 orang, jumlah responden yang berasal dari SMKN 3 Kota Bandung sebanyak 39,9% atau 160 orang dan responden yang berasal dari SMKN 11 Kota Bandung sebanyak 30,9% atau 124 orang. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa komposisi asal sekolah responden didominasi oleh responden dari SMKN 3 Kota Bandung.

4.1.3 Gambaran Umum Variabel Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi variabel penelitian adalah *Technopreneurship Intention* sebagai variabel dependen, pengetahuan kewirausahaan dan literasi digital sebagai variabel independen, *Self-Efficacy* sebagai variabel moderator yang diukur dari penyebaran angket/kuesioner. Angket yang disebar terdiri dari 34 item pernyataan yang didasarkan pada skala likert dengan rentang skala 1-5. Data yang diperoleh dari penelitian tersebut dalam bentuk interval sehingga data yang relevan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 401 siswa SMKN di Kota Bandung.

4.1.3.1 Gambaran Umum Tingkat *Technopreneurship Intention*

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian adalah *technopreneurship intention*. Berikut data yang memuat kategori tingkat *technopreneurship intention* siswa kelas XI SMKN Kota Bandung.

Tabel 4. 1 Kategori Tingkat *Technopreneurship Intention* Siswa Kelas XI SMKN Kota Bandung

Kategori	Rentang	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X > 40$	192	48%
Sedang	$26 \leq X \leq 40$	168	42%
Rendah	$X < 26$	41	10%
Jumlah		401	100%

Sumber: Lampiran E

Berdasarkan Tabel 4.1 kategori *Technopreneurship Intention* siswa kelas XI SMKN Kota Bandung terbanyak berada pada kategori tinggi sebesar 192 responden atau 48%, selanjutnya pada kategori sedang sebanyak 168 responden atau 42% dan pada

kategori rendah sebanyak 41 responden atau 10%. Dapat disimpulkan bahwa siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki tingkat *Technopreneurship Intention* yang tinggi, artinya siswa sudah memiliki keinginan berwirausaha digital yang baik. *Technopreneurship Intention* dalam penelitian ini memiliki 4 indikator yakni *Desires*, *Preferemces*, *Plans* dan *Behavior Expectancies*. Berikut merupakan gambaran umum tingkat *Technopreneurship Intention* siswa.

Tabel 4. 2 Gambaran Umum Tingkat *Technopreneurship Intention* per Indikator Siswa Kelas XI SMKN Kota Bandung

Indikator	Skor rata - rata	Kategori
<i>Desires</i>	6,96	sedang
<i>Preferences</i>	7,11	tinggi
<i>Plans</i>	15,28	tinggi
<i>Behavior Expectancies</i>	10,83	sedang
Jumlah	40.18	tinggi

Sumber: Lampiran G

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa terdapat dua indikator berkategori tinggi yakni *preferences*, *plans* dan dua indikator berkategori sedang yakni *desires*, *behavior expectancies*. Secara keseluruhan siswa kelas XI SMKN Kota Bandung berada pada kategori tinggi. Berikut ini merupakan penjelasan lebih rinci mengenai tingkat *Technopreneurship Intention* siswa kelas XI SMKN Kota Bandung:

1. Indikator *Desires*

Indikator pertama adalah *desires* mengukur keinginan atau hasrat seseorang untuk memulai usaha digital yang dapat dicerminkan melalui kegiatan mengamati dan menganalisis informasi usaha digital secara berkala. Pengukuran indikator dilakukan melalui angket dengan 2 pertanyaan yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 4.3

. Tabel 4. 3 Deskripsi *Technopreneurship Intention* Dilihat dari Indikator *Desires*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Memiliki keinginan kuat untuk berwirausaha digital untuk membuka usaha yang menggunakan peralatan komputer	3,72	tinggi
2	Selalu mengikuti informasi terbaru tentang perkembangan dunia bisnis digital	3,24	sedang
Total		6,96	sedang

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa indikator *desires* berada pada kategori sedang. Dapat disimpulkan bahwa siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki tingkat keinginan dan hasrat mengenai bisnis digital yang cukup, artinya siswa cukup sering menganalisis dan mengamati informasi terbaru terkait bisnis digital.

2. Indikator *Preferences*

Indikator kedua adalah *preferences* yang mengukur harapan dan rencana yang ada dalam diri individu untuk memulai suatu usaha digital dimasa depan. Hal tersebut dapat dicerminkan melalui tekad siswa untuk memulai usaha digital. Indikator ini diukur melalui angket dengan 3 pertanyaan, sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Deskripsi *Technopreneurship Intention* Dilihat Dari Indikator *Preferences*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	lebih suka menjadi wirausahawan digital dalam usaha sendiri daripada usaha konvensional	3,81	tinggi
2	Berwirausaha dengan menggunakan internet lebih efisien di banding usaha yang konvensional	3,93	sedang
Total		7,11	tinggi

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa indikator *preferences* berada pada kategori tinggi. Dapat disimpulkan tekad siswa SMKN Kota Bandung dalam membuka usaha digital dimasa yang akan datang baik.

3. Indikator *Plans*

Indikator ketiga adalah *plans* di mana mengukur keseriusan untuk merencanakan mengenai usaha digital yang akan dilakukan. Dapat terdiri dari kesiapan individu memulai dan menjalankan bisnis sendiri. Indikator *plans* diukur melalui angket dengan 4 pertanyaan sebagai dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa indikator *plans* berada pada kategori tinggi. Dapat disimpulkan bahwa siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki persiapan dan perencanaan yang baik dalam memulai usaha digital kelak. Artinya, siswa sudah sangat mampu membuat rencana terstruktur menggunakan BMC (*Business Model Canvas*) digital.

Tabel 4. 5 Deskripsi *Technopreneurship Intention* Dilihat Dari Indikator *Plans*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Memiliki rencana mengenai penggunaan media sosial sebagai interaksi digital dengan konsumen	3,69	tinggi
2	Memiliki rencana mengenai perolehan sumber daya produksi dengan menggunakan internet	3,65	sedang
3	Memiliki rencana terstruktur mengenai kegiatan dalam bisnis digital saya	4,03	tinggi
4	Mampu mencari bahan baku usaha saya melalui internet	3,91	tinggi
Total		15,28	tinggi

Sumber: Lampiran H

4. Indikator *Behavior Expectancies*

Indikator keempat adalah *behavior expectancies* mengukur perilaku atas sesuatu kemungkinan untuk berwirausaha biasanya diikuti dengan target yang ingin dicapai. Dapat diukur melalui kemampuan menganalisis peluang, risiko dan menganalisis target usaha digital mereka. Indikator ini diukur melalui angket dengan 3 pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Deskripsi *Technopreneurship Intention* Dilihat Dari Indikator *Behavior Expectancies*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Memperhitungkan pangsa pasar yang akan saya dapatkan dengan usaha digital yang saya jalankan	3,47	sedang
2	Menganalisis jumlah pesaing di bidang yang sama sebelum mendirikan usaha digital	3,80	tinggi
3	Melihat pangsa pasar dan risiko usaha saya mampu memperhitungkan target penjualan	76,01	sedang
Total		10,83	sedang

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa indikator *behavior expectancies* berada pada kategori sedang. Dapat disimpulkan bahwa siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki kemungkinan dan target berwirausaha digital yang cukup. Artinya, siswa cukup mampu menganalisis target penjualan melalui analisis peluang dan risiko.

4.1.3.2 Gambaran Umum Tingkat Pengetahuan Kewirausahaan

Variabel tidak terikat pertama yang digunakan dalam penelitian adalah pengetahuan kewirausahaan. Berikut data yang memuat kategori tingkat pengetahuan kewirausahaan siswa kelas XI SMKN Kota Bandung.

Berdasarkan Tabel 4.7 kategori pengetahuan kewirausahaan siswa kelas XI SMKN Kota Bandung terbanyak berada pada kategori sedang dengan 194 responden atau 48%, selanjutnya pada kategori tinggi sebanyak 132 atau 33% dan kategori rendah sebanyak 75 atau 19%. Dapat disimpulkan bahwa siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki tingkat pengetahuan kewirausahaan sedang, yang berarti siswa cukup memiliki dasar – dasar dalam berwirausaha digital.

Tabel 4. 7 Kategori Tingkat Pengetahuan Kewirausahaan Siswa Kelas XI SMKN Kota Bandung

Kategori	Rentang	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X > 23$	132	33%
Sedang	$17 \leq X \leq 23$	194	48%
Rendah	$X < 17$	75	19%
Jumlah		401	100%

Sumber: Lampiran E

Pengetahuan kewirausahaan dalam penelitian ini memiliki empat indikator *Entrepreneurial awareness education*, *Education or start-up*, *Education for entrepreneurial dynamic*, *Continuities education for entrepreneurship*. Berikut ini merupakan gambaran umum tingkat pengetahuan kewirausahaan.

Tabel 4. 8 Gambaran Umum Tingkat Pengetahuan Kewirausahaan per Indikator Siswa Kelas XI SMKN Kota Bandung

Indikator	Skor rata - rata	Kategori
<i>Entrepreneurial awareness education</i>	3,71	tinggi
<i>Education or start up</i>	11,71	tinggi
<i>Education for entrepreneurial dynamic Plans</i>	2,06	rendah
<i>Continuities education for entrepreneurship</i>	3,57	sedang
Jumlah	21,05	sedang

Sumber: Lampiran G

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa terdapat dua indikator dari variabel pengetahuan kewirausahaan yang berkategori tinggi yakni *entrepreneurial awareness education* dan *education or start-up* serta satu indikator berkategori rendah yakni *education for entrepreneurial dynamic plans* serta satu kategori memiliki kategori sedang yakni *continuities education for entrepreneurship*. Secara keseluruhan berada pada kategori sedang.

Berikut ini merupakan penjelasan lebih terperinci mengenai tingkat pengetahuan kewirausahaan siswa kelas XI SMKN Kota Bandung:

1. Indikator *Entrepreneurial Awareness Education*

Indikator pertama adalah *entrepreneurial awareness education* yang berhubungan dengan penekanan pada keinginan dan minat individu dalam membangun usaha digital. Pengukuran indikator dilakukan melalui angket dengan 1 pertanyaan untuk mengetahui gambaran tingkat keinginan dan minat siswa kelas XI SMKN Kota Bandung yang dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Deskripsi Indikator Pengetahuan Kewirausahaan Dilihat Dari Indikator *Entrepreneurial Awareness Education*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Sering terlibat dalam <i>event</i> sekolah yang mengusung tema kewirausahaan	3,71	tinggi
Total		3,71	tinggi

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa keinginan dan minat siswa dalam berwirausaha digital berada pada kategori tinggi, artinya siswa memiliki keinginan kuat muncul dari banyaknya *event* kewirausahaan yang ia ikuti secara berkala.

2. Indikator *Education or Start Up*

Indikator kedua adalah *education or start-up* yang berhubungan dengan pendidikan kewirausahaan yang mengacu pada kesiapan dalam bisnis. Diukur melalui keahlian siswa dalam berbagai kemampuan dasar berwirausaha digital mulai dari membuat laporan keuangan, pengelolaan sumber daya manusia, koordinasi lingkungan kerja hingga konsep dasar mengenai kewirausahaan.

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui bahwa indikator *education or start-up* berada pada kategori tinggi. dapat disimpulkan bahwa siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki kesiapan yang tinggi dalam berwirausaha digital.

Tabel 4. 10 Deskripsi Indikator Pengetahuan Kewirausahaan Dilihat Dari Indikator *Education or Start-Up*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Mampu membuat laporan keuangan dengan terstruktur	4,00	tinggi
2	Mampu mengembangkan budaya kerja yang positif dengan mengelola konflik di tempat kerja	4,00	tinggi
3	Paham mengenai konsep dasar kewirausahaan mulai dari pengertian, karakteristik hingga proses wirausaha	3,71	tinggi
Total		11,71	tinggi

Sumber: Lampiran H

3. Indikator *Education for Entrepreneurial Dynamic*

Indikator ketiga adalah *education for entrepreneurial dynamic* berhubungan dengan pendidikan yang mampu mempromosikan perilaku, artinya persiapan peserta didik yang memiliki potensi menjadi pelaku usaha digital agar menjadi pengusaha sukses yang diukur melalui angket dengan 1 pertanyaan dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Deskripsi Indikator Pengetahuan Kewirausahaan Dilihat Dari Indikator *Education for Entrepreneurial Dynamic*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Menghadiri berbagai acara pelatihan kewirausahaan an baik yang gratis maupun berbayar	2,06	rendah
Total		2,06	rendah

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa indikator *education for entrepreneurial dynamic* berada pada kategori rendah, artinya siswa kelas XI SMKN Kota Bandung jarang mengikuti pelatihan kewirausahaan baik yang berbayar maupun gratis dalam rangka mengembangkan potensi yang ia miliki.

4. Indikator *Continuing Education for Entrepreneurship*

Indikator keempat adalah *continuing education for entrepreneurship* berhubungan pendidikan kewirausahaan sebagai upaya meningkatkan kemampuan yang telah ada dan melanjutkan pendidikan ke tahap selanjutnya. Indikator ini diukur melalui angket dengan 1 pertanyaan, ditunjukkan oleh Tabel 4.12.

Tabel 4. 12 Deskripsi Indikator Pengetahuan Kewirausahaan Dilihat Dari Indikator *Continuing Education for Entrepreneurship*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Sekolah menyediakan platform khusus mengenai informasi pelatihan kewirausahaan dan beasiswa untuk perguruan tinggi	3,57	sedang
Total		3,57	sedang

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa indikator *continuing education for entrepreneurial* berada pada kategori sedang. Artinya siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki cukup informasi yang memungkinkan mereka melanjutkan pendidikan mereka guna memperluas kemampuan berwirausaha digital.

4.1.3.3 Gambaran Umum Tingkat Literasi Digital

Variabel tidak terikat kedua yang digunakan dalam penelitian adalah literasi digital. Berikut data yang memuat kategori tingkat literasi digital siswa kelas XI SMKN Kota Bandung.

Tabel 4. 13 kategori Tingkat Literasi Digital Siswa Kelas XI SMKN Kota Bandung

Kategori	Rentang	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X > 51$	152	38%
Sedang	$33 \leq X \leq 51$	242	60%
Rendah	$X < 33$	7	2%
Jumlah		401	100%

Sumber: Lampiran E

Berdasarkan Tabel 4.13 kategori tingkat literasi digital siswa kelas XI SMKN Kota Bandung terbanyak berada pada kategori sedang dengan jumlah responden 242 atau 60%, selanjutnya kategori tinggi yakni 152 atau 38% dan kategori rendah yakni 7 atau 2%. Dapat disimpulkan bahwa siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki tingkat literasi digital yang sedang, artinya siswa sudah cukup memiliki keahlian dalam mengetahui, memahami dan menggunakan perangkat digital terutama dalam kegiatan berwirausaha digital.

Literasi digital dalam penelitian ini memiliki delapan indikator, yakni *Functional skill and beyond, Creativity, Collaboration, The ability to find and select information, Critical thinking and evaluation, Cultural and social understanding, E-safety*.

Tabel 4. 14 Gambaran Umum Tingkat Literasi Digital per Indikator Siswa Kelas XI SMKN Kota Bandung

Indikator	Skor rata - rata	Kategori
<i>Functional skill and beyond</i>	11	tinggi
<i>Creativity</i>	11,16	sedang
<i>Collaboration</i>	2,3	sedang
<i>Communication</i>	3,6	sedang
<i>The ability to find and select information</i>	7,7	tinggi
<i>Critical Thinking and evaluation</i>	6,7	sedang
<i>Cultural and social understanding</i>	4,6	tinggi
<i>E-Safety</i>	3,7	tinggi
Jumlah	50,76	sedang

Sumber: Lampiran G

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat dilihat bahwa terdapat empat indikator yang berkategori tinggi yakni *functional skill and beyond*, *the ability to find and select information*, *cultural and social understanding*, *e-safety* dan terdapat empat indikator yang berkategori sedang yakni *creativity*, *collaboration*, *communication*, *critical thinking*. Secara keseluruhan siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki tingkat literasi digital yang sedang.

Berikut ini merupakan penjelasan lebih rinci mengenai tingkat literasi digital siswa kelas XI SMKN Kota Bandung.

1. Indikator *Functional Skill and Beyond*

Indikator pertama adalah *functional skill and beyond* berhubungan dengan operasional teknologi. Artinya, kemampuan individu dalam menggapai dan memiliki perangkat digital guna menunjang persiapan kegiatan bisnis digital. Indikator ini diukur melalui angket dengan 3 pertanyaan sebagai disajikan pada Tabel 4.15.

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui bahwa indikator *functional skill and beyond* berada pada kategori tinggi. dapat disimpulkan bahwa siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki kemampuan operasional yang baik untuk membuka usaha digital kelak. Terlihat dari kemampuannya dalam mengoperasikan *market place* sebagai penjual, mereka juga mampu mencari *supplier* produk dengan bantuan internet serta mampu menjual, memasarkan dan mendistribusikan produk via internet.

Tabel 4. 15 Deskripsi Literasi Digital Dilihat Dari Indikator *Functional Skill and Beyond*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Mampu mengoperasikan market place sebagai penjual. (Contoh: membuka toko, memantau dan melayani konsumen)	3,44	sedang
2	Mampu mencari supplier produk menggunakan jaringan internet	3,74	tinggi
3	Mampu menjual, memasarkan dan mendistribusikan produk dengan bantuan internet	3,83	tinggi
Total		11	tinggi

Sumber: Lampiran H

2. Indikator *Creativity*

Indikator kedua adalah *creativity*, berkaitan dengan pola pikir dalam menciptakan dan membagikan ide – ide dengan memanfaatkan teknologi digital. Dalam penelitian ini indikator *creativity* diukur melalui kemampuan siswa dalam penggunaan aplikasi pembuatan foto dan video gratis dengan kualitas tinggi sebagai bentuk kreasi penciptaan produk serta mampu menciptakan solusi kreatif dalam pemecahan masalah. Indikator ini diukur menggunakan angket dengan 3 pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4. 16 Deskripsi Literasi Digital Dilihat Dari Indikator *or Creativity*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Mampu mengkreasikan tampilan produk agar memiliki daya tarik dengan memanfaatkan teknologi	4,12	tinggi
2	Memanfaatkan teknologi dalam menciptakan produk dengan memodifikasi beberapa usaha menjadi usaha yang baru	3,50	tinggi
3	Mampu menciptakan solusi dari masalah bisnis dengan banyak cara yang kreatif	3,41	sedang
Total		11,16	sedang

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.16 diketahui bahwa indikator *creativity* berada pada kategori sedang. artinya siswa kelas XI SMKN Kota Bandung sudah cukup familier dan sering

menggunakan aplikasi pembuatan foto dan video serta mampu menciptakan solusi kreatif dalam setiap permasalahan.

3. Indikator *Collaboration*

Indikator ketiga adalah *collaboration* berkaitan dengan partisipasi seseorang untuk berdiskusi dalam forum guna membangun ide – ide kreatif. Indikator ini diukur melalui partisipasi siswa kelas XI SMKN Kota Bandung dalam forum diskusi baik internal maupun eksternal sekolah. Indikator ini diukur menggunakan angket dengan 1 pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4. 17 Deskripsi Literasi Digital Dilihat Dari Indikator *Collaboration*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Menyampaikan ide kreatif bisnis saya dalam forum diskusi internal maupun eksternal sekolah	2,3	sedang
Total		2,3	sedang

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.17 diketahui bahwa indikator *collaboration* berada pada kategori sedang, artinya siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki cukup partisipasi dalam forum diskusi guna membangun ide – ide kreatif.

4. Indikator *Communication*

Indikator keempat adalah *communication* berkaitan dengan individu yang terliterasi menjadi cakap dalam mengkomunikasikan ide dan gagasan kepada orang lain. Indikator ini diukur dengan pemanfaatan teknologi oleh siswa dalam penyampaian ide dan gagasan, diukur melalui angket dengan 1 pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4. 18 Deskripsi Literasi Digital Dilihat Dari Indikator *Communication*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Mampu memanfaatkan teknologi secara efektif menjadi alat untuk menyampaikan ide dan gagasan usaha kepada orang lain	3,6	sedang
Total		3,6	sedang

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa indikator *communication* berada pada kategori sedang, artinya siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki cukup kemampuan dalam mengkomunikasikan ide dan gagasan menggunakan perangkat digital.

5. Indikator *The Ability to Find and Select Information*

Indikator kelima adalah *the ability to find and select information* yang berkaitan dengan menyaring informasi yang diperoleh, menggunakannya dengan bijaksana dan membagikannya dengan hati – hati. Dalam penelitian ini indikator *the ability to find and select information* diukur dengan kemampuan siswa kelas XI SMKN Kota Bandung dalam pemilihan informasi penggunaan teknologi digital dengan mencari tahu apakah mereka mampu menggunakan platform atau media teknologi yang legal, menarik dan gratis untuk digunakan atau tidak.

Indikator ini diukur menggunakan angket dengan 2 pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4. 19 Deskripsi Literasi Digital Dilihat Dari Indikator *The Ability Find and Select Information*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	mampu dan terbiasa menggunakan aplikasi untuk menunjang kegiatan bisnis	4,2	tinggi
2	Senang menggunakan aplikasi teknologi dalam pembelian suatu produk	3,5	tinggi
Total		7,7	tinggi

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.19 diketahui bahwa indikator *the ability to find and select information* berada pada kategori tinggi, artinya siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki kemampuan yang sangat baik untuk menemukan serta menggunakan aplikasi yang menarik dan gratis dalam menunjang usaha digital.

6. Indikator *Critical Thinking and Evaluation*

Indikator keenam adalah *critical thinking and evaluation*, berkaitan dengan penekanan bahwa jangan hanya menerima informasi namun juga harus secara aktif berkontribusi, menganalisis dan menajamkan berpikir kritis saat berhadapan dengan

informasi. Indikator ini diukur melalui kemampuan siswa kelas XI SMKN Kota Bandung dalam mengikuti dan menyikapi informasi terbaru terkait dunia bisnis digital serta menganalisis bisnis digital apa saja yang menjanjikan. Indikator ini diukur menggunakan angket dengan 2 pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4. 20 Deskripsi Literasi Digital Dilihat Dari Indikator *Critical Thinking and Evaluation*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Membaca dan mengikuti informasi terbaru terkait bisnis baik nasional maupun internasional	3,00	sedang
2	Menyikapi dan melakukan penilaian pada bisnis yang menjanjikan	3,7	sedang
Total		6,7	sedang

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.20 diketahui bahwa indikator *critical thinking and evaluation* berada pada kategori sedang, artinya siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki kemampuan yang cukup dalam mengikuti informasi terbaru serta menyikapinya dan melakukan penilaian pada bisnis yang menjanjikan.

7. Indikator *Cultural and Social Understanding*

Indikator ketujuh adalah *cultural and social understanding* berkaitan dengan pemaknaan proses dan hasil sejalan dengan pemahaman budaya dan sosial yang melekat pada pribadi individu. Indikator ini diukur menggunakan angket dengan 1 pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4. 21 Deskripsi Literasi Digital Dilihat Dari Indikator *Cultural and Social Understanding*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Mempromosikan produk bisnis dengan memperhatikan kultur dan sosial konsumen	4,6	tinggi
Total		4,6	tinggi

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.21 diketahui bahwa indikator *cultural and social understanding* berada pada kategori tinggi artinya siswa kelas XI SMKN Kota Bandung menjunjung tinggi sopan santun dalam kegiatan promosi bisnis digitalnya.

8. Indikator *E-Safety*

Indikator kedelapan adalah *e-safety* berkaitan dengan penekanan pada keamanan. Ketika individu melakukan pencarian kreasi dan proses eksplorasi dengan teknologi digital. Indikator ini diukur dari seberapa waspada siswa kelas XI SMKN Kota Bandung dalam memilih dan memilah informasi saat berselancar dan mencari informasi di jejaring sosial. Indikator ini diukur menggunakan angket dengan 1 pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4. 22 Deskripsi Literasi Digital Dilihat Dari Indikator *E-Safety*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Ketika mencari informasi di internet, saya akan menggunakan <i>website</i> resmi sebagai rujukan utama	3,7	tinggi
Total		3,7	Tinggi

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.22 diketahui bahwa indikator *e-safety* berada pada kategori tinggi, artinya siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki tingkat kewaspadaan dan kehati-hatian yang baik saat mencari informasi dengan selalu menjadikan *website* resmi sebagai rujukan utama.

4.1.3.4 Gambaran Umum Tingkat *Self-Efficacy*

Variabel tidak terikat ketiga yang digunakan dalam penelitian adalah *Self-Efficacy*. Berikut data yang memuat kategori tingkat *Self-Efficacy* siswa kelas XI SMKN Kota Bandung.

Tabel 4. 23 Kategori Tingkat *Self-Efficacy* Siswa Kelas XI SMKN Kota Bandung

Kategori	Rentang	Frekuensi	Presentase (%)
Tinggi	$X > 18$	185	46%
Sedang	$12 \leq X \leq 18$	206	51%
Rendah	$X < 12$	10	2%
Jumlah		401	100%

Sumber: Lampiran E

Berdasarkan Tabel 4.23 kategori tingkat *Self-Efficacy* siswa kelas XI SMKN Kota Bandung terbanyak berada pada kategori rendah sebesar 10 atau 2%, selanjutnya kategori tinggi sebanyak 185 atau 46% dan kategori sedang sebanyak 206 atau 51%. Dapat disimpulkan bahwa siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki tingkat *Self-Efficacy* yang sedang.

Self-Efficacy pada penelitian ini memiliki tiga indikator yakni *magnitude*, *strenght* dan *generality*.

Tabel 4. 24 Gambaran Umum Tingkat *Self-Efficacy* per Indikator Siswa Kelas XI SMKN Kota Bandung

Indikator	Skor rata - rata	Kategori
<i>Magnitude</i>	3,82	tinggi
<i>Strenght</i>	1,42	rendah
<i>Generality</i>	4,03	tinggi
Jumlah	9,27	Sedang

Sumber: Lampiran G

Berdasarkan Tabel 4.24 dapat dilihat bahwa terdapat satu indikator dengan kategori rendah yakni *strenght* dan dua indikator lainnya berkategori tinggi yakni *magnitude* dan *generality*. secara keseluruhan kategori *Self-Efficacy* siswa kelas XI SMKN Kota Bandung berada pada kategori sedang.

Berikut merupakan penjelasan lebih rinci mengenai tingkat *Self-Efficacy* siswa kelas XI SMKN Kota Bandung:

1. Indikator *Magnitude*

Indikator pertama yakni *magnitude*, berkaitan dengan tingkat kesulitan dalam mencapai tujuan dalam berwirausaha digital. Indikator ini diukur melalui tingkat perencanaan siswa, pemahaman siswa akan hambatan apa saja yang akan mereka hadapi, indikator diukur menggunakan angket dengan 3 pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4. 25 Deskripsi *Self-Efficacy* Dilihat Dari Indikator *Magnitude*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Yakin dapat merencanakan usaha saya dengan baik	3,90	rendah
2	Memahami betul hambatan apa yang ada dalam berbisnis digital	2,00	Sedang
3	Menggunakan hal yang paling saya kuasai sebagai ide peluang usaha berbasis teknologi	3,77	Sedang
Total		3,82	tinggi

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.25 diketahui bahwa indikator *magnitude* berada pada kategori tinggi, artinya siswa kelas XI SMKN Kota Bandung baik dalam perencanaan usaha, pemahaman hambatan dan menemukan peluang dari hal yang mereka kuasai.

2. Indikator *Strenght*

Indikator kedua adalah *strenght*, berkaitan dengan kekuatan keyakinan seorang individu terkait kemampuannya untuk mencapai tujuannya dalam berwirausaha digital. Indikator ini diukur menggunakan angket dengan 1 pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 4. 26 Deskripsi *Self-Efficacy* Dilihat Dari Indikator *Strenght*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Memiliki modal yang cukup untuk memulai dan mempertahankan usaha digital	2,42	rendah
Total		2,42	rendah

Sumber: Lampiran H

Berdasarkan Tabel 4.26 diketahui bahwa indikator *strenght* berada dalam kategori rendah, artinya siswa kelas XI SMKN Kota Bandung kurang untuk memiliki kekuatan dalam memulai usaha digital dengan tidak memiliki modal sebagai kebutuhan material dalam mendirikan usaha digital kelak.

3. Indikator *Generallity*

Indikator ketiga adalah *generality* berkaitan dengan ruang lingkup keyakinan individu terhadap kemampuan yang dimiliki. Indikator ini diukur melalui pengalaman dan pemahaman siswa bahwa pengalaman merupakan guru terbaik dalam berbisnis

digital. Indikator ini diukur menggunakan angket dengan 1 pertanyaan disajikan pada Tabel 4.27.

Tabel 4. 27 Deskripsi *Self-Efficacy* Dilihat Dari Indikator *Generality*

No.	Perihal	Skor rata - rata	Kategori
1	Pengalaman yang dimiliki mampu menghadapi situasi paling buruk sekalipun	4,3	tinggi
	Total	4,3	tinggi

Sumber: Lampiran H

Pada Tabel 4.27 dapat diketahui bahwa indikator *generality* berada pada kategori tinggi, artinya siswa kelas XI SMKN Kota Bandung memiliki keyakinan yang baik bahwa saat mereka memiliki pengalaman yang cukup mereka akan bisa menghadapi dan menjalankan segala tantangan dalam bisnis digital.

4.2 Analisis Data dan Uji Hipotesis

4.2.1 Uji Validitas Instrumen

Pengujian dilakukan dengan responden sebanyak 401 responden. Dalam uji ini koefisien korelasi kritis diperoleh dari hasil uji *Validitas Convergent*, di mana nilai *loading factor* untuk setiap indikator harus lebih dari 0,7 serta nilai *average variance extracted* (AVE) harus lebih dari 0,5 (Ghozali,2015). Selain itu, uji instrumen juga diuji menggunakan uji *validitas discriminant* dapat dilihat dari membandingkan akar kuadrat dari AVE untuk setiap konstruk harus lebih besar dari nilai korelasi antar konstruk dalam model. Jika instrumen penelitian memenuhi setiap syarat yang berlaku maka dapat dinyatakan Valid. Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 4.28 pada lembar lampiran F.

Berdasarkan Tabel 4.28 diperoleh informasi terdapat beberapa item variabel dengan nilai *outer loading* di bawah 0,7. Indikator variabel yang dinyatakan tidak valid pada variabel *technopreneurship intention* adalah indikator *preferences* 3 serta *plan* 4, 6 dan 8 dengan nilai *outer loading* di bawah 0,7. Indikator yang dinyatakan tidak valid pada variabel pengetahuan kewirausahaan adalah indikator *education or start-up* 1 dan 7 dengan nilai *outer loading* di bawah 0,7. Indikator yang dinyatakan tidak valid pada variabel literasi digital adalah indikator *functional skill and beyond* 1 dengan nilai *outer loading* di bawah 0,7. Indikator yang dinyatakan tidak valid pada variabel *Self-Efficacy*

adalah indikator *strength* 1 dengan nilai *outer loading* di bawah 0,7. Selanjutnya instrumen di *run* ulang dan diperoleh instrumen yang valid dilihat dari nilai *outer loading*nya.

Berdasarkan Tabel 4.28 diketahui bahwa nilai AVE atau *average variance extracted* dari keseluruhan variabel lebih dari 0,5 sehingga instrumen dinyatakan valid.

Penelitian ini menggunakan *Fornell-Lacker* untuk mengukur *validity discriminant*. Di mana pada Tabel 4.29 nilai kuadrat AVE lebih besar dibandingkan nilai setiap konstruk dalam model (Ghozali,2015). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengukur dari konstruk yang berbeda tidak berkorelasi tinggi dan dinyatakan valid. Tabel 4.29 terdapat pada lembar lampiran F.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan uji *Composite Reability*, dalam pengujian reliabilitas instrumen. Uji ini dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Nilai *composite reliability* haruslah lebih besar dari 0,7 (Ghozali,2015). Hasil uji *Composite Reability* disajikan pada Tabel 4.30 pada lembar lampiran F.

Tabel 4.30 menunjukkan hasil uji Reliabilitas dan terlihat bahwa semua item memiliki nilai *Composite Reliable* di atas 0,7 sehingga semua item dapat dinyatakan reliabel dan memiliki akurasi, konsistensi serta ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk.

4.2.3 Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengukuran Model dilakukan melalui *confirmatory factor analysis* (CFA) dengan menggunakan pendekatan MTMM (*MultiTrait-MultiMethod*) dengan menguji Validitas *convergent* dan *discriminant* (Campbel dalam Gozhali 2015). Pengujian ini dilakukan sebanyak dua tahap (*second order* CFA).

4.2.3.1 *Confirmatory Factor Analisis* Pertama

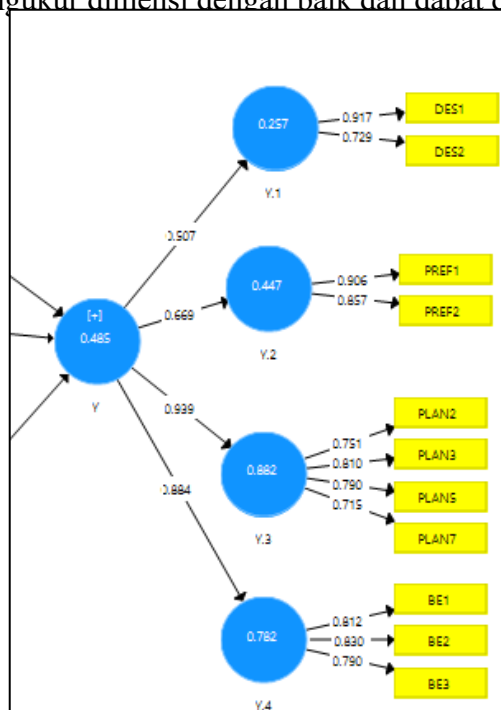
4.2.3.1.1 *Convergent Validity*

Convergent Validity dilakukan dengan melihat item reliabilitas yang ditunjukkan oleh nilai *loading faktor*. Nilai *loading faktor* di atas 0,70 dinyatakan sebagai

ukuran yang ideal atau valid sebagai indikator yang mengukur konstruk, Namun demikian, untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran *nilai loading* 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup memadai (Chin, 1998 dalam Ghazali, 2015). Syarat selanjutnya adalah nilai *average variance extracted* (AVE) lebih dari 0,50. Hasil pengolahan data *outer model* tahap pertama untuk *convergent validity*.

a) *Technopreneurship Intention*

Pada hasil pengujian tersebut, dapat diketahui bahwa nilai *outer loading* masing – masing indikator lebih dari 0.70 yakni (0.917), (0.729), (0.906), (0.857), (0.791), (0.810), (0.790), (0.715), (0.812), (0.830) dan (0.790). Lebih lanjut, nilai AVE pada setiap indikator pengukur pengetahuan kewirausahaan bernilai lebih 0.50. Artinya, setiap indikator dapat mengukur dimensi dengan baik dan dapat dinyatakan valid.

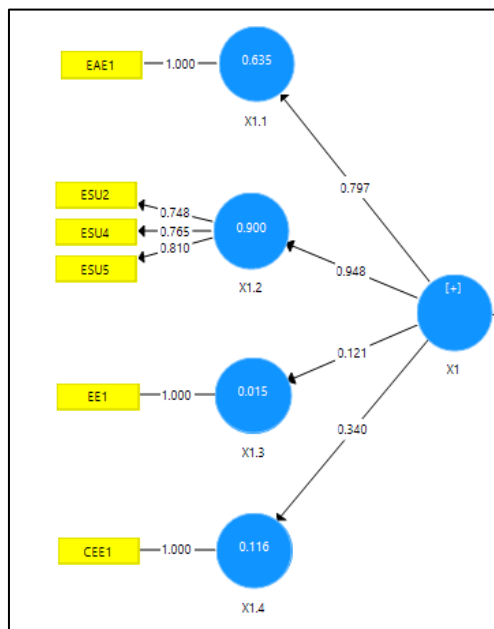


Gambar 4. 4 Outer Model Y

b) *Pengetahuan Kewirausahaan*

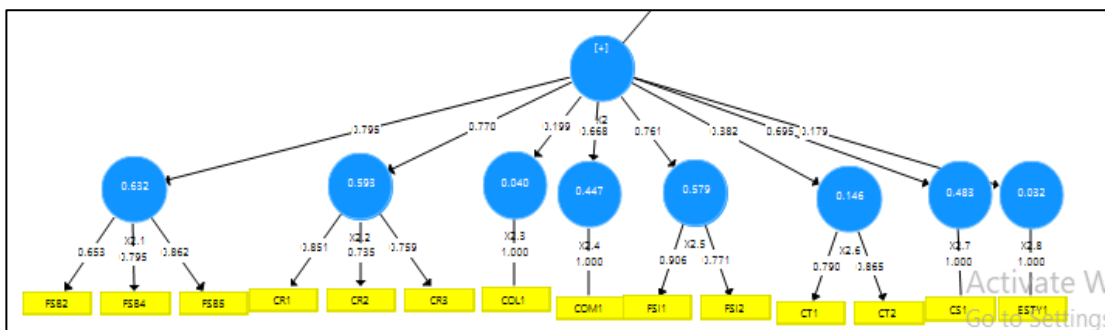
Pada hasil pengujian tersebut, dapat diketahui bahwa nilai *outer loading* masing – masing indikator lebih dari 0.70 yakni (1.000), (0.748), (0.765), (0.810), (1.000) dan

(1.000). Lebih lanjut, nilai AVE pada setiap indikator pengukur pengetahuan kewirausahaan bernilai lebih 0.50. Artinya, setiap indikator dapat mengukur dimensi dengan baik dan dapat dinyatakan valid.



c) Literasi Digital

Gambar 4. 5 Outer Model X1

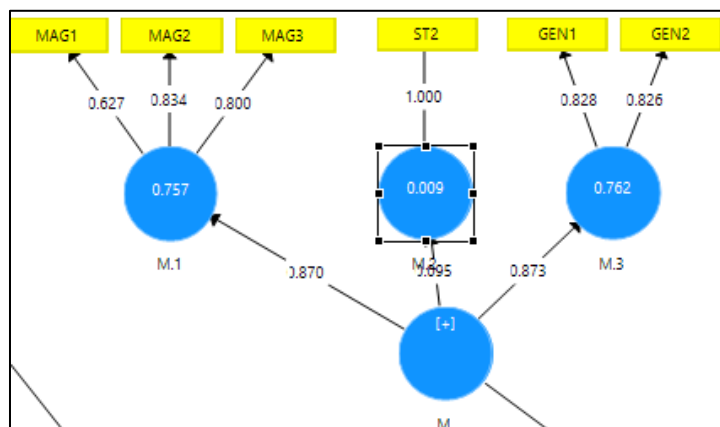


Gambar 4. 6 Outer Model X2

Pada hasil pengujian tersebut, dapat diketahui bahwa nilai *outer loading* masing – masing indikator lebih dari 0.70 yakni (0.653), (0.795), (0.862), (0.851), (0.735), (0.759), (1.000), (1.000), (0.906), (0.771), (0.790), (0.865), (1.000), (1.000). Lebih lanjut, nilai AVE pada setiap indikator pengukur pengetahuan kewirausahaan bernilai lebih 0.50.

Artinya, setiap indikator dapat mengukur dimensi dengan baik dan dapat dinyatakan valid.

d) *Self-Efficacy*



Gambar 4. 7 Outer Model M

Pada hasil pengujian tersebut, dapat diketahui bahwa nilai *outer loading* masing – masing indikator lebih dari 0.70 yakni (0.627), (0.834), (0.800), (1.000), (0.828) dan (0.826). Lebih lanjut, nilai AVE pada setiap indikator pengukur pengetahuan kewirausahaan bernilai lebih 0.50. Artinya, setiap indikator dapat mengukur dimensi dengan baik dan dapat dinyatakan valid.

4.2.3.1.2 *Discriminant Validity*

Discriminant Validity dilakukan dengan cara melihat nilai di Fornell-Lacker untuk mengukur. Sebagai syarat, nilai kuadrat AVE harus lebih besar dibandingkan nilai setiap konstruk dalam model. Hasil Uji *Validity Discriminant* tahap pertama ditunjukkan oleh Tabel 4.32 yang terlampir pada lampiran F.

Berdasarkan data Tabel 4.32 nilai kuadrat AVE lebih besar dibandingkan nilai setiap konstruk dalam model. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengukur dari konstruk yang berbeda tidak berkorelasi tinggi dan dinyatakan valid.

4.2.3.2 *Confirmatory Factor Analysis* Kedua

4.2.3.2.1 *Convergent Validity*

Pengujian *confirmatory factor analysis* tahap kedua melibatkan model struktural dimana syarat yang harus dipenuhinya adalah p-value harus kurang daripada 0.05, syarat selanjutnya adalah nilai AVE haruslah lebih (Ghozali,2015). Hasil pengolahan data *outer* model tahap pertama untuk *convergent validity* menunjukkan hasil dimana nilai *p-value* telah dibawah 0,05 dan nilai AVE telah lebih besar dibandingkan 0,50. Data ditunjukkan oleh Tabel 4.33 yang terlampir pada lampiran F.

4.2.3.2.2 *Discriminant Validity*

Discriminant Validity dilakukan dengan cara melihat nilai di Fornell-Lacker untuk mengukur. Syaratnya nilai kuadrat daripada AVE wajib lebih besar diandingkan dengan nilai konstruk yang digunakan dalam penelitian (Ghozali,2015). Hasil Uji *Validity Discriminant* tahap kedua ditunjukkan oleh Tabel 4.34 yang terlampir pada lembar lampiran F.

Berdasarkan Tabel 4.34 *Discriminant Validity* menggunakan Fornell-Lacker untuk mengukur *validity Discriminant*. Di mana pada Tabel 4.34 nilai kuadrat AVE lebih besar dibandingkan nilai setiap konstruk dalam model. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengukur dari konstruk yang berbeda tidak berkorelasi tinggi dan dinyatakan valid.

4.2.4 Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah pengujian *outer* model telah memenuhi, berikutnya dilakukan uji *inner* model (model struktural). *Inner* model dapat dievaluasi dengan melihat *r-square* (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependen dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur (*path-coefficient*). Semakin tinggi nilai *r-square* berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai *path coefficient* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis.

4.2.4.1 Uji Determinasi (R^2)

Analisis Varian (R^2) atau uji determinasi yaitu untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tersebut, nilai dari koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada Tabel 4.35.

Tabel 4. 35 Uji Koefisien Determinasi

	R Square	Adjusted R Square
Y	0.485	0.481

Sumber: Lampiran F

Berdasarkan nilai r-square pada Tabel 4.35 menunjukkan model moderat di mana pengetahuan kewirausahaan, literasi digital dan sel-efficacy mampu menjelaskan variabel *Technopreneurship Intention* sebesar 48%, dan sisanya sebesar 52% diterangkan oleh konstruk lainnya di luar yang diteliti dalam penelitian ini.

4.2.4.2 Uji F²

Analisis F² (*effect size*) merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui tingkat prediktor variabel laten. Nilai F² mengindikasikan prediktor variabel laten memiliki pengaruh yang sebesar 0.02 (lemah) 0.15 (sedang) dan 0.35 (besar) pada tingkat struktural (Ghozali,2015). Uji F2 dapat dilihat pada Tabel 4.36

Tabel 4. 36 Uji F²

	Y
M	0.052
X1	0.047
X2	0.106

Sumber: Lampiran F

Berdasarkan Tabel 4.36 diketahui bahwa pengetahuan kewirausahaan terhadap *Technopreneurship Intention* sebesar 0.047 artinya variabel pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang lemah terhadap *Technopreneurship Intention*. Selanjutnya diketahui bahwa literasi digital terhadap *Technopreneurship Intention* sebesar 0.106 yang artinya variabel literasi digital berpengaruh lemah terhadap *Technopreneurship Intention*. Selanjutnya, interaksi antara pengetahuan kewirausahaan dan *Self-Efficacy* dijelaskan pada moderasi berpengaruh lemah terhadap *Technopreneurship Intention* dengan nilai 0.047.

4.2.4.3 Uji Q-Square

Analisis *Q-square predictive Relevance* berfungsi untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *q-square*

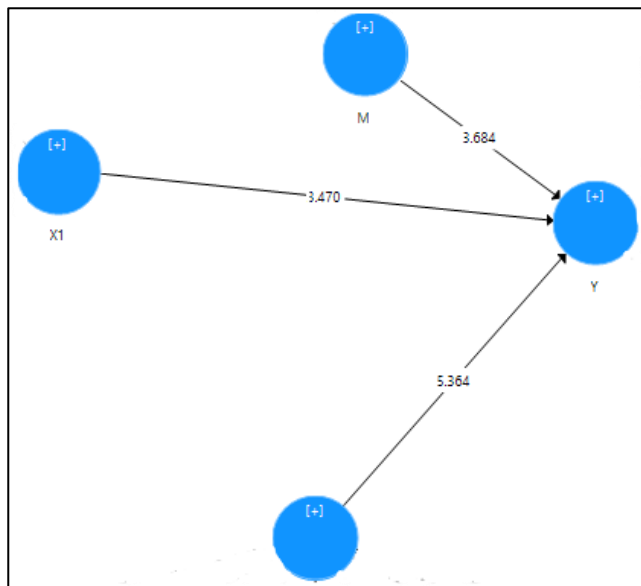
lebih besar dari 0 (nol) memiliki nilai *predictive relevance* yang baik, sedangkan nilai *q-square* kurang dari nol menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Berdasarkan hasil *blindfolding* pada SmartPLS 3. Maka, diperoleh nilai *Q-square* adalah 0.243, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Q-square* lebih besar dari 0 yang artinya model memiliki nilai *predictive relevance* yang baik.

4.2.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian *Inner Model* (model struktural) yang meliputi *output r-square*, koefisien parameter dan t-statistik. Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak dengan cara memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, t-statistik dan *p-values*. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software* SmartPls 3.0. Nilai – nilai tersebut dapat dilihat dari hasil *bootstrapping*. Aturan yang digunakan pada penelitian ini adalah t-statistik $>1,96$ dengan tingkat signifikansi *p-value* 0,05 (5%) (Ghozali,2015). Nilai pengujian hipotesis penelitian ini dapat ditunjukkan pada Tabel 4.37 dan hasil model penelitian pada Gambar 4.8.

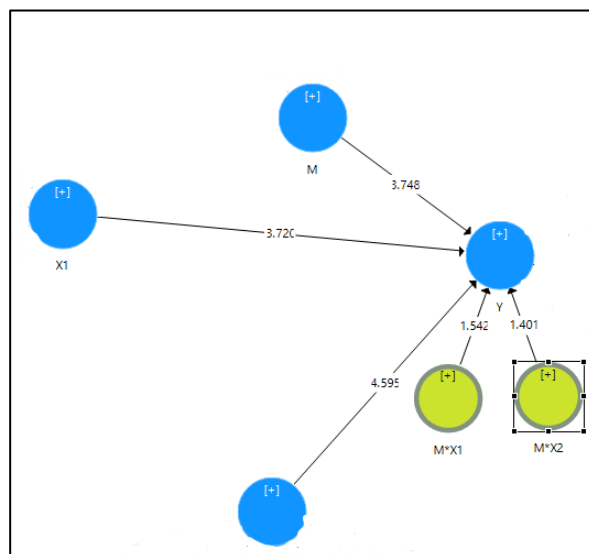
a). Hasil pengujian hipotesis dilihat dari t-statistik

Untuk menentukan suatu hipotesis diterima atau ditolak dapat dilihat dari t-statistik. Dalam Ghozali (2015), aturan yang berlaku untuk melihat hubungan suatu variabel bebas dengan variabel terikat melalui t-statistik adalah dengan melihat hasil t-statistiknya lebih besar dari (>1.96) atau tidak. Jika hasil t-statistiknya (>1.96) maka dapat dinyatakan berpengaruh signifikan.



Gambar 4. 8 Hasil Path Bootstrapping

Berdasarkan hasil pengujian *bootstrapping* untuk mengetahui suatu variabel berpengaruh atau tidak Aturan yang digunakan pada penelitian ini adalah t-statistik $>1,96$ dengan tingkat signifikansi *p-value* 0,05 (5%) (Ghozali,2015). Dengan begitu, variabel pengetahuan kewirausahaan (X1), literasi digital (X2) dan *self-efficacy* (M) memiliki t-statistik diatas 1.96 sehingga dapat dinyatakan berpengaruh secara positif dan signifikan.



Gambar 4. 9 Moderating

Berdasarkan hasil pengujian *bootstrapping* untuk mengetahui suatu variabel berpengaruh atau tidak Aturan yang digunakan pada penelitian ini adalah t-statistik $>1,96$

dengan tingkat signifikansi *p-value* 0,05 (5%) (Ghozali,2015). Dengan begitu, variabel pengetahuan kewirausahaan (X1), literasi digital (X2) dan *self-efficacy* (M) memiliki t-statistik diatas 1.96 sehingga dapat dinyatakan berpengaruh secara positif dan signifikan

b) Hasil pengujian hipotesis dilihat dari besaran p-value dan koefisien Beta

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian *Inner Model* (model struktural) yang meliputi *output r-square*, koefisien parameter dan t-statistik. Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak dengan cara memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, t-statistik dan *p-values*. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software* SmartPls 3.0. Nilai – nilai tersebut dapat dilihat dari hasil *bootstrapping*. Aturan yang digunakan pada penelitian ini adalah t-statistik >1,96 dengan tingkat signifikansi *p-value* 0,05 (5%) (Ghozali,2015).

Tabel 4. 37 Hasil Path Coefficient Variabel Technopreneurship Intention

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Y -> Y.1	0.507	0.512	0.038	13.413	0.000
Y -> Y.2	0.669	0.670	0.031	21.552	0.000
Y -> Y.3	0.939	0.939	0.006	146.026	0.000
Y -> Y.4	0.884	0.885	0.013	70.482	0.000

Sumber: Lampiran F

Berdasarkan Tabel 4.37 maka diketahui hasil dari pengujian hipotesis sebagai berikut:

Hasil pengujian dimensi pada variabel *Technopreneurship Intention* sebagai berikut: a) *Desires* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *Technopreneurship Intention* dengan nilai koefisien beta sebesar 0.507 dan nilai *p-value* < 0.05. b) *preferences* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *Technopreneurship Intention* dengan nilai koefisien beta sebesar 0.669 dan nilai *p-value* < 0.05. c) *Plan* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *Technopreneurship Intention* dengan nilai koefisien beta sebesar 0.939 dan nilai *p-value* < 0.05. d) *Behavior expectancies* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

variabel *Technopreneurship Intention* dengan nilai koefisien beta sebesar 0.884 dan nilai $p\text{-value} < 0.05$.

Tabel 4. 38 Hasil Path Coefficients Variabel Pengetahuan Kewirausahaan

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik ((O/STDEV))	P Values
X1 -> Y	0.202	0.206	0.059	3.429	0.001
X1 -> X1.1	0.797	0.797	0.020	40.348	0.000
X1 -> X1.2	0.948	0.948	0.005	180.564	0.000
X1 -> X1.3	0.121	0.122	0.052	2.347	0.019
X1 -> X1.4	0.340	0.343	0.046	7.460	0.000

Sumber: Lampiran F

Berdasarkan Tabel 4.38 menunjukkan hasil pengujian dimensi pada variabel pengetahuan kewirausahaan sebagai berikut: a) *entrepreneurial awareness education* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengetahuan kewirausahaan dengan nilai koefisien beta sebesar 0.797 dan $p\text{-value} < 0.05$. b) *education for entrepreneurial dynamic* memiliki pengaruh terhadap pengetahuan kewirausahaan dengan nilai koefisien beta sebesar 0.948 dan nilai $p\text{-value} > 0.05$. c) *continuiting education for entrepreneurship* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengetahuan kewirausahaan dengan nilai koefisien beta sebesar 0.121 dan nilai $p\text{-value} < 0.05$. d) *education or start-up* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengetahuan kewirausahaan dengan nilai koefisien beta sebesar 0.340 dan nilai $p\text{-value} < 0.05$

Pengujian hipotesis 1: pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Technopreneurship Intention* dengan nilai koefisien beta 0.202 dan nilai $p\text{-value} < 0.05$ artinya pengetahuan kewirausahaan yang meningkat akan meningkatkan *Technopreneurship Intention*, Sehingga hipotesis pertama diterima.

Berdasarkan Tabel 4.39 dapat diketahui bahwa hasil pengujian dimensi pada variabel literasi digital sebagai berikut: a) *functional skill and beyond* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap literasi digital dengan nilai koefisien beta sebesar 0.770 dan nilai $p\text{-value} < 0.05$. b) *Collaboration* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap literasi digital dengan nilai koefisien beta sebesar 0.199 dan nilai $p\text{-value} < 0.05$

value < 0.05. c) *Communication* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap literasi digital dengan nilai koefisien beta sebesar 0.668 dan nilai *p-value* < 0.05. d) *The ability to find and select information* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap literasi digital dengan nilai koefisien beta sebesar 0.761 dan nilai *p-value* < 0.05.

e) *Critical thinking and evaluation* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap literasi digital dengan nilai koefisien beta sebesar 0.382 dan nilai *p-value* < 0.05.

f) *Cultural and social understanding* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap literasi digital dengan nilai koefisien beta sebesar 0.695 dan nilai *p-value* < 0.05.

g) *E-safety* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap literasi digital dengan nilai koefisien beta sebesar 0.179 dan nilai *p-value* < 0.05.

Tabel 4. 39 Hasil Path Coefficients Variabel Literasi Digital

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
X2-> Y	0.361	0.360	0.067	5.357	0.000
X2 -> X1.2	0.795	0.795	0.020	39.090	0.000
X2 -> X2.2	0.770	0.772	0.022	35.797	0.000
X2 -> X2.3	0.199	0.202	0.046	4.366	0.000
X2 -> X2.4	0.668	0.668	0.033	20.077	0.000
X2 -> X2.5	0.761	0.761	0.024	32.023	0.000
X2 -> X2.6	0.382	0.382	0.046	8.299	0.000
X2 -> X2.7	0.695	0.695	0.039	17.879	0.000
X2 -> X2.8	0.179	0.179	0.056	3.212	0.001

Sumber: Lampiran F

Pengujian hipotesis 2: literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Technopreneurship Intention* dengan nilai koefisien beta 0.361 dan nilai *p-value* < 0.05 artinya individu dengan literasi digital yang meningkat akan turut meningkatkan *Technopreneurship Intention*, Sehingga hipotesis kedua diterima.

Tabel 4. 40 Hasil Path Coefficients Variabel Self-Efficacy

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
M -> Y	0.233	0.232	0.063	3.672	0.000
M -> M.1	0.870	0.870	0.013	67.126	0.000
M -> M.2	0.095	0.096	0.046	2.052	0.041
M -> M.3	0.873	0.872	0.014	60.469	0.000

Sumber: Lampiran F

Berdasarkan Tabel 4.40 dapat diketahui bahwa hasil pengujian dimensi pada variabel literasi digital sebagai berikut: a) *magnitude* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *self-efficacy* dengan nilai koefisien beta sebesar 0.870 dan nilai *p-value* < 0.05. b) *strength* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *self-efficacy* dengan nilai koefisien beta sebesar 0.095 dan nilai *p-value* < 0.05. c) *generality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *self-efficacy* dengan nilai koefisien beta sebesar 0.873 dan nilai *p-value* < 0.05.

Pengujian hipotesis 3: *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Technopreneurship Intention* dengan nilai koefisien beta 0.233 dan nilai *p-value* < 0.05 artinya individu dengan *self-efficacy* yang meningkat akan turut meningkatkan *Technopreneurship Intention*, Sehingga hipotesis ketiga diterima.

Tabel 4.40 Hasil Moderating Variabel Self-Efficacy

	Sampel Asli (O)	Standar Deviasi (STDEV)	P Values
X1*M	0.087	1.541	0.062
X2*M	-0.065	1.417	0.078

Sumber: Lampiran F

Berdasarkan Tabel 4.40 dapat diketahui bahwa hasil pengujian hipotesis 4: Hasil variabel moderator 1 (X1*M) *Self-Efficacy* mampu memoderasi pengaruh antara pengetahuan kewirausahaan terhadap *Technopreneurship Intention* dengan nilai koefisien beta sebesar 0.087 dan nilai *p-value* sebesar 0.062 yang menurut pertimbangan ahli masih diterima memiliki pengaruh yang signifikan, artinya kepercayaan diri yang meningkat memiliki pengaruh pada hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan *Technopreneurship Intention*, sehingga hipotesis keempat diterima.

Pengujian hipotesis 5: Hasil variabel moderator 2 (X2*M) *Self-Efficacy* mampu memoderasi pengaruh antara literasi digital dengan *Technopreneurship Intention* dengan nilai koefisien beta sebesar -0.065 dan nilai *p-value* 0.078 yang menurut pertimbangan ahli masih diterima memiliki pengaruh yang signifikan, masih artinya kepercayaan diri

yang meningkat memiliki pengaruh pada hubungan antara literasi digital dan *Technopreneurship Intention*, sehingga hipotesis kelima diterima.

Tabel 4.42 Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis

Keterangan	Kategori	Sig	Keterangan
H0: $\beta = 0$, pengetahuan kewirausahaan (X1) tidak berpengaruh terhadap <i>Technopreneurship Intention</i> Ha: $\beta \neq 0$, pengaruh pengetahuan (X1) berpengaruh kewirausahaan terhadap <i>Technopreneurship Intention</i>	Koefisien beta=0.202	0.001	Menolak H0 dan Menerima Ha (Positif dan Signifikan)
H0: $\beta = 0$, literasi digital (X2) tidak berpengaruh terhadap <i>Technopreneurship Intention</i> Ha: $\beta \neq 0$, literasi digital (X2) berpengaruh terhadap <i>Technopreneurship Intention</i>	Koefisien beta=0.361	0.000	Menolak H0 dan Menerima Ha (Positif dan Signifikan)
H0: $\beta = 0$, <i>self-efficacy</i> (M) tidak berpengaruh terhadap <i>Technopreneurship Intention</i> Ha: $\beta \neq 0$, <i>self-efficacy</i> (M) berpengaruh terhadap <i>Technopreneurship Intention</i>	Koefisien beta=0.233	0.000	Menolak H0 dan Menerima Ha (Positif dan Signifikan)
H0: $\beta = 0$, <i>Self-Efficacy</i> (M) tidak memoderasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap <i>Technopreneurship Intention</i> Ha: $\beta \neq 0$ <i>Self-Efficacy</i> (M) mampu memoderasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap <i>Technopreneurship Intention</i>	Koefisien beta=0.087	0.062	Menolak H0 dan Menerima Ha (Positif dan Signifikan)
H0: $\beta = 0$, <i>Self-Efficacy</i> (M) tidak memoderasi pengaruh literasi digital terhadap <i>Technopreneurship Intention</i> Ha: $\beta \neq 0$, artinya <i>Self-Efficacy</i> (M) mampu memoderasi pengaruh literasi digital terhadap <i>Technopreneurship Intention</i>	Koefisien beta= -0.065	0.078	Menolak H0 dan Menerima Ha (Negatif dan Signifikan)

Sumber: Berdasarkan Perhitungan Statistik

4.3 Pembahasan dan Diskusi Hasil Hipotesis

4.3.1 Gambaran *Technopreneurship intention*, Pengetahuan kewirausahaan, Literasi digital dan *Self-Efficacy*.

Pada penelitian ini terdapat empat variabel yang digunakan yaitu *Technopreneurship Intention* sebagai variabel terikat, pengetahuan kewirausahaan, dan literasi digital sebagai variabel tidak terikat serta *Self-Efficacy* sebagai variabel

moderator. Penelitian ini dilakukan pada siswa SMKN Kota Bandung dengan 401 sampel dengan instrumen penelitian berupa kuesioner.

Merujuk pada hasil analisis deskriptif pada penelitian, diketahui bahwa gambaran *Technopreneurship Intention* siswa SMKN Kota Bandung masuk ke dalam kategori tinggi dengan besaran rata – rata skor 40,18. Artinya, siswa SMKN Kota Bandung memiliki *Technopreneurship Intention* yang baik. Meliputi keinginan atau hasrat yang tinggi untuk memulai suatu usaha bisnis digital, keyakinan individu bahwa berwirausaha adalah suatu kebutuhan yang harus dicapai, harapan dan rencana yang ada di dalam diri seseorang untuk memulai suatu usaha berbasis digital dan target individu akan wirausaha digital dimasa yang akan datang.

Dari keempat indikator utama yang menjadi pengukur *Technopreneurship Intention* indikator *Plan* terbukti memiliki pengaruh yang paling tinggi. Artinya, saat siswa mengetahui hal – hal yang menguntungkan dan hal apa saja yang ingin ia capai dalam berwirausaha digital *Technopreneurship Intention* dapat berpotensi menciptakan siswa dengan niat berwirausaha digital yang tinggi. Siswa siswi kelas XI yang menjadi sampel penelitian telah terampu mata pelajaran produk kreatif kewirausahaan (PKK) yang dalam prosesnya telah mempelajari langkah dalam penyusunan rencana usaha masa depan. Dengan demikian, semakin tingginya tingkat *Technopreneurship Intention* pada siswa SMKN di Kota Bandung akan menjadi potensi lahirnya wirausahawan baru berbasis digital yang nantinya akan mengurangi masalah perekonomian seperti pertumbuhan ekonomi, rendahnya tingkat partisipasi kewirausahaan hingga pengangguran.

Merujuk pada hasil analisis deskriptif pada penelitian diketahui bahwa gambaran umum pengetahuan kewirausahaan siswa SMKN Kota Bandung berada pada kategori sedang dengan jumlah rata – rata skor 21,05. Meliputi, pendidikan kewirausahaan yang menekankan pada keinginan dan minat, pendidikan kewirausahaan yang mengacu pada kesiapan dalam berbisnis, persiapan peserta didik yang memiliki potensi menjadi pelaku usaha agar menjadi pengusaha sukses serta pendidikan kewirausahaan sebagai upaya

peningkatan kemampuan yang telah ada dan melanjutkan pendidikan ke tahap selanjutnya.

Dari keempat indikator utama yang mengukur pengetahuan kewirausahaan, indikator *education or start-up* terbukti memiliki pengaruh yang paling tinggi. Artinya, saat siswa memiliki pemahaman mendalam terkait konsep dasar kewirausahaan mulai dari pengertian, karakteristik hingga proses, ia dapat dikatakan siap dalam memulai suatu usaha digital dimasa yang akan datang. Siswa kelas XI yang menjadi responden telah terampu mata pelajaran produk kreatif kewirausahaan (PKK) yang dalam prosesnya telah mempelajari secara mendalam konsep dasar kewirausahaan. Hal tersebut dapat menjadi modal yang dimiliki oleh siswa SMKN Kota Bandung untuk menumbuhkembangkan minat berwirausaha digital guna melahirkan wirausaha baru di Indonesia.

Merujuk pada hasil analisis deskriptif pada penelitian diketahui bahwa gambaran literasi digital siswa SMKN Kota Bandung berada pada kategori sedang dengan rata – rata skor 50,76. Meliputi operasional teknologi, pola pikir dengan menciptakan dan membagikan ide – ide dengan memanfaatkan teknologi digital, partisipasi seseorang dalam ide bisnis digital, individu yang terliterasi digital dengan cakap mengkomunikasikan ide dan gagasan pada orang lain, kemampuan individu dalam menyaring informasi dan menggunakannya dengan bijaksana, berkontribusi dan menajamkan berpikir kritis saat berhadapan dengan informasi, memaknai proses dan hasil sejalan dengan pemahaman sosial budaya, penggunaan web yang aman.

Dari 8 indikator utama yang mengukur literasi digital, indikator *creativity* terbukti memiliki pengaruh yang paling tinggi. Artinya, saat siswa teridentifikasi memiliki pola pikir yang kreatif dengan menciptakan dan membagikan ide – ide dengan memanfaatkan teknologi digital, ia akan dapat turut di identifikasi memiliki tingkat literasi digital yang tinggi. Sehingga ia dapat menjadi seorang wirausahawan yang memiliki kreativitas tinggi dalam menciptakan produk dan kreatif dalam menemukan solusi dari permasalahan usaha digital.

Merujuk pada hasil analisis deskriptif pada penelitian diketahui bahwa gambaran *Self-Efficacy* siswa SMKN Kota Bandung berada pada kategori rendah dengan rata – rata skor 9,27. Meliputi taraf kesulitan tugas yang diyakini individu akan mampu di atasi, keyakinan individu untuk berusaha dan menghadapi suatu permasalahan, Keyakinan atas kemampuan yang dimiliki dalam menyelesaikan berbagai macam tugas dan ujian.

Dari 3 indikator utama yang mengukur *Self-Efficacy*, indikator *generality* terbukti memiliki pengaruh paling tinggi. Artinya, saat siswa kurang memiliki keyakinan terhadap kemampuan yang tengah dimilikinya dalam berwirausaha digital.

4.3.2 Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap *Technopreneurship Intention*.

Pada hasil pengujian hipotesis pertama terbukti bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Technopreneurship Intention*. Menyebabkan hipotesis pertama diterima dengan interpretasi semakin tinggi tingkat pengetahuan siswa akan kewirausahaan maka akan semakin tinggi pula *Technopreneurship Intention* yang dimiliki olehnya. Temuan ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurhayati dan Macmud (2019), Alfian dan Alamsyah (2019) dan Rukito dan Kurjono dkk (2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi *technopreneurship intetion* secara positif dan signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Fransisco Linan yang di kembang dari *theory of planned behavior* serta *technological accepted model* khususnya dengan anteseden yang terkandung di dalamnya yakni anteseden sikap yang sekaligus memuat anteseden persepsi manfaat yang dapat memprediksi intensi berwirausaha dalam diri seseorang. Kesimpulannya, pengetahuan kewirausahaan dalam proses maupun hasilnya dapat membentuk sikap.

Pendidikan merupakan latar belakang individu sekaligus faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha seseorang. Nathalie dan Duval-Coetil dkk, (2011) mengemukakan bahwa faktor kontekstual seperti program pendidikan dapat

meningkatkan intensi kewirausahaan. Didukung juga oleh pernyataan yang dikemukakan oleh Alma dalam Ambarriyah & Fachrurrozie (2019) dengan mengungkapkan bahwa intensi kewirausahaan akan terbentuk dan semakin bertambah karena adanya mata pelajaran. Terlebih, dalam kegiatan belajar mengajar di SMKN 1, SMKN 3 dan SMKN 11 Kota Bandung pembelajaran pengetahuan kewirausahaan disertai dengan praktik.

Kesimpulannya, semakin meningkatnya pengetahuan kewirausahaan maka akan semakin meningkat pula sikap individu yang nantinya mampu mengukur *technopreneurship intention*. Dalam penelitian ini pengetahuan kewirausahaan siswa kelas XI SMKN Kota Bandung dinyatakan tinggi maka sudah sewajarnya hasil pengujian hipotesisnya menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap *technopreneurship intention*.

Hasil ini akan semakin jelas jika kita turut melihat dari segi indikator variabel pengetahuan kewirausahaan yang berada pada kategori tinggi. Dalam praktiknya, indikator *entrepreneurial awareness education* tercermin pada keterlibatan siswa dalam *event – event* bertemakan kewirausahaan, tidak jarang siswa turut menjadi pihak penyelenggara acara sehingga mampu memperdalam keinginannya untuk berwirausaha digital kelak. Gherardi dkk (1986) dalam penelitiannya juga mengemukakan bahwa pembelajaran dapat berasal dari partisipasi individu dalam kegiatan sosial, karena pengetahuan dihasilkan bersamaan dengan situasi.

Indikator *education or start-up* mengenai kesiapan siswa tercermin pada Kurikulum pendidikan yang digunakan oleh ketiga sekolah yang menjadi populasi dalam penelitian ini mengharuskan seluruh siswanya terampu mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan (PKK) di mana seluruh aspek, dan materi mengenai kewirausahaan dipelajari. Salah satu muatan materi dalam mata pelajaran tersebut adalah pengetahuan dasar mengenai kewirausahaan meliputi jenis bisnis, regulasi bisnis, inovasi serta materi mengenai bisnis berbasis *Online*. Selain itu, siswa juga dipersiapkan menjadi seorang wirausahawan digital dengan latihan menyusun rencana bisnis yang terstruktur dan

realistis, manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia serta bagaimana caranya melakukan pemasaran dengan hasil promosi efektif.

Indikator *continuing education for entrepreneurship* tercermin dalam serta penyediaan fasilitas informasi berupa Instagram dan Youtube sebagai upaya mendorong siswa meningkatkan kemampuan yang dimiliki serta berkeinginan melanjutkan pendidikan. Untuk menjadi seorang *technopreneur* tentunya peran pengetahuan kewirausahaan sangatlah penting, karena terdapat peluang yang sangat besar bagi sekolah menengah kejuruan (SMK) untuk membantu membangun perekonomian dengan memanfaatkan tahapan pembinaan generasi muda dan mendidik siswa yang berminat menjadi wirausaha (Aprilianty,2012, hlm 312).

Peran pengetahuan kewirausahaan dalam meningkatkan *technopreneurship intention* sangatlah penting. Karena ketiga sekolah sudah memiliki pengetahuan kewirausahaan yang baik diharapkan sekolah dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan hal tersebut melalui pendalaman kesiapan siswa dan siswi dalam berwirausaha digital.

4.3.3 Pengaruh Literasi Digital terhadap *Technopreneurship Intention*.

Pada hasil uji hipotesis kedua, menunjukan bahwa literasi digital memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Technopreneurship Intention*. Hal tersebut mendukung pernyataan bahwa semakin meningkatkan literasi digital siswa maka akan menyebabkan semakin meningkat pula tingkat *Technopreneurship Intention*. Temuan ini memperkuat penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang dilakukan oleh Mohd Nizam A.Badaruddin (2012) dan Jang dan Aavakare (2021) yang mengemukakan bahwa terdapat hasil yang positif dan signifikan terkait hubungan antara literasi digital dengan *technopreneurship intention*..

Hasil penelitian ini sejalan dengan Fransisco Linan yang di kembang dari *theory of planned behavior* khususnya anteseden yang terkandung di dalamnya. Anteseden yang dimaksud adalah kontrol diri yang berkaitan dengan suatu kondisi di mana seseorang akan percaya bahwa suatu tindakan akan terasa mudah atau sulit. Hal tersebut juga

berhubungan langsung dengan anteseden pada *technological accepted model* yakni persepsi kemudahan.

Literasi digital adalah kemampuan seseorang untuk memahami dan menggunakan informasi dari peranti digital secara efektif dan efisien dalam kesehariannya (Gilster dalam Prabawati, 2019). Lebih lanjut, Jang (2021) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa seseorang dengan literasi informasi yang banyak akan cenderung menggunakan teknologi dalam kesehariannya karena ia paham bahwa informasi dan *value* dari penggunaan teknologi akan sangat memudahkan penyelesaian pekerjaan secara efektif dan lebih efisien.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Son dkk (2017) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa memang benar penggunaan teknologi akan memudahkan seseorang dalam mempelajari atau mencari informasi mengenai suatu hal, misalnya karier sebagai wirausahawan. Dengan literasi digital yang baik, seorang wirausahawan menangkap peluang dengan menggunakan media digital teknologi komunikasi, dan informasi lainnya (Bayrakdaroglu & Bayrakdaroglu, 2017).

Penelitian ini mengemukakan bahwa literasi digital siswa kelas XI SMKN Kota Bandung dinyatakan tinggi maka sudah sewajarnya hasil pengujian hipotesisnya menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap *technopreneurship intention*.

Hasil ini akan semakin jelas jika kita turut melihat dari segi indikator variabel literasi digital yang berada pada kategori sedang. *Pertama*, terkait indikator *functional skill and beyond*, sekolah yang menjadi populasi dalam penelitian menyediakan fasilitas teknologi yang menunjang pembelajaran kewirausahaan seperti lab komputer. Selain itu, keterjangkauan alat penunjang bisnis seperti *gadget* yang digunakan siswa sehari – hari sudah *smartphone* sehingga dapat mencari informasi mengenai kewirausahaan digital seluas – luasnya.

Kedua, terkait indikator *the ability to find and select information*. Dalam praktiknya, hal ini berkaitan dengan individu yang familier dalam penggunaan aplikasi yang gratis, memiliki kualitas bagus dan mudah digunakan yang mampu menunjang

proses kewirausahaan digital. Dengan adanya tugas dan pembelajaran yang mendorong siswa menggunakan aplikasi *editing* atau *creating* video dan foto seperti *photoshop*, *canva*, *capcut* atau *kinemaster* dapat menunjang siswa dalam membuat tampilan produk kreatif dan imajinatif.

Ketiga terkait indikator *communication* dan *collaboration* muatan kejuruan, saat ini setiap jurusan di SMKN 1 Kota Bandung, SMKN 3 Kota Bandung dan SMKN 11 Kota Bandung diwajibkan mempelajari dasar – dasar bidang keahlian untuk siswa siswi kelas X, salah satunya meliputi materi simulasi dan komunikasi digital. Dengan adanya muatan materi tersebut, siswa dan siswi diajarkan untuk berkolaborasi, berkomunikasi serta menciptakan video atau animasi digital yang nantinya dapat menunjang proses *technopreneurship* dalam aspek pemasaran.

Peran literasi digital dalam meningkatkan *technopreneurship intention* sangatlah penting. Karena ketiga sekolah sudah memiliki literasi digital yang cukup diharapkan sekolah dapat meningkatkan hal tersebut melalui komunikasi dan kolaborasi berbasis digital siswa dengan mengikuti banyak forum diskusi usaha *Online*.

4.3.4 Pengaruh *Self-Efficacy* terhadap *Technopreneurship Intention*.

Pada hasil uji hipotesis ketiga, menunjukan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Technopreneurship Intention*. Hal tersebut mendukung pernyataan bahwa semakin meningkatkan *self-efficacy* siswa maka akan menyebabkan semakin meningkat pula tingkat *Technopreneurship Intention*. Temuan ini memperkuat penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang dilakukan oleh Manullang dan Wasapada pada tahun 2022 yang menyatakan bahwa memang terdapat pengaruh *self-efficacy* terhadap *technopreneurship intention*.

Pada hasil hipotesis ketiga dalam penelitian ini, hasil uji menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *self-efficacy* terhadap *technopreneurship intention* sehingga semakin tinggi efikasi diri siswa maka semakin tinggi pula *technopreneurship intention* nya. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh

Rukito dan Setiawan (2022) yang hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif *self-efficacy* terhadap *technopreneurship intention*.

Hal ini sejalan dengan anteseden kontrol diri dalam Fransisco Linan yang di kembang dari *theory of planned behavior* yang dapat berpengaruh dalam keputusan berwirausaha. Kepercayaan akan kemampuan diri merupakan hal penting yang terkandung dalam *self-efficacy*.

Self-efficacy merupakan faktor internal yang berkaitan dengan keyakinan seseorang atas kemampuan dirinya untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. *Self-efficacy* memiliki pengaruh penting terhadap individu, keyakinan seseorang akan menentukan apakah seseorang menunjukkan perilaku tertentu seperti sekuat apa seseorang tersebut menghadapi kesulitan dan bagaimana kesuksesan atau kegagalan dalam menjalankan tugas akan berimbas pada perilakunya dimasa depan. Sehingga, variabel *self-efficacy* memiliki pengaruh langsung terhadap *technopreneurship intention*.

4.3.5 Peran *Self-Efficacy* Dalam Memoderasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Literasi Digital terhadap *Technopreneurship Intention*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran umum tingkat *self-efficacy* berada pada kategori tinggi. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *self-efficacy* adalah magnitude, strength dan generality. Indikator tersebut diturunkan menjadi 6 pernyataan untuk memudahkan esponden menjawab kuisisioner. Pada penelitian ini, variabel *self-efficacy* menjadi variabel moderator, yakni untuk melihat apakah akan memperkuat atau memperlemah pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan literasi digital terhadap *technopreneurship intention*.

Self-Efficacy adalah keyakinan diri yang dimiliki oleh seseorang. Secara umum keyakinan diri yang tinggi akan menyebabkan seseorang lebih *engaged* dalam tugasnya. Saat hal itu terjadi, kinerjanya akan meningkat dan pada waktu yang bersamaan akan juga meningkatkan keyakinan dalam dirinya.

(Bandura,1997) mengemukakan bahwa individu merupakan faktor utama dalam penentuan masa individu ingin jadi apa, ingin masa depan seperti apa. Dalam arti lain, lingkungan bukanlah satu – satunya penyebab. Individu dengan *Self-Efficacy* yang tinggi

dapat mengabaikan umpan balik yang negatif dengan pemikiran bahwa kegagalan adalah keberhasilan yang tertunda. Namun sebaliknya, individu dengan *Self-Efficacy* yang rendah akan cenderung mudah menyerah saat mereka mengalami kegagalan.

Self-Efficacy diukur menggunakan tiga indikator yakni *magnitude* (level) yakni tingkat kesulitan dalam berwirausaha yang diyakini dapat ditangani, *strength* (kekuatan) merujuk pada sejauh mana kekuatan (kuat atau lemah) keyakinan yang dimiliki dan *generality* (Keluasan) merujuk pada seberapa luas situasi yang dapat dicakup oleh keyakinan akan kemampuan diri individu (Bandura dalam Lianto, 2019).

4.3.4.1 Peran *Self-Efficacy* Dalam Memoderasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap *Technopreneurship Intention*.

Pada hipotesis keempat, hasilnya menunjukkan bahwa *Self-Efficacy* terbukti dapat memoderasi hubungan antara pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap *Technopreneurship Intention*. Hal tersebut dapat diinterpretasikan bahwa penambahan variabel *Self-Efficacy* memiliki pengaruh terhadap hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan *Technopreneurship Intention*.

Adapun alasan mengapa *self-efficacy* mampu memoderasi pengaruhnya terhadap *technopreneurship intention* adalah karena *self-efficacy* sebagai sumber utama individu dalam menentukan masa depannya, ia mau menjadi apa. Selain itu kepercayaan diri yang tinggi dapat membuat seseorang lebih *engaged* dalam pekerjaannya sehingga kinerjanya dapat meningkat. Saat kinerja seseorang meningkat, maka akan menyebabkan kepercayaan dirinya juga ikut meningkat.

Siswa siswi SMKN 1, SMKN 3 dan SMKN 11 di Kota Bandung sudah memiliki pengetahuan yang cukup mendalam terkait kewirausahaan. Tentu saja hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam membuka wirausaha kelak. Dengan adanya bekal pengetahuan tersebut, siswa dan siswi dapat semakin *engaged* dalam berwirausaha dan dapat meningkatkan hasil kinerjanya kelak.

4.3.4.2 Peran *Self-Efficacy* Dalam Memoderasi Literasi Digital terhadap *Technopreneurship Intention*

Pada hipotesis kelima, hasilnya menunjukkan bahwa *Self-Efficacy* terbukti dapat memoderasi hubungan antara pengaruh literasi digital terhadap *Technopreneurship Intention*. Hal tersebut dapat diinterpretasikan bahwa penambahan variabel *self-efficacy* dapat mempengaruhi hubungan antara literasi digital terhadap *technopreneurship intention* secara negatif. Artinya, *self-efficacy* yang tinggi akan memperlemah apabila terjadi peningkatan hubungan antara literasi digital dengan *technopreneurship intention*. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Manullang dan Waspada, (2022) yang mengemukakan bahwa *Self-Efficacy* mampu memoderasi pengaruh literasi digital terhadap *Technopreneurship Intention* secara positif dan signifikan.

Alasan *Self-Efficacy* memoderasi pengaruh literasi digital terhadap *technopreneurship intention* secara negatif adalah apabila seseorang memiliki kepercayaan diri bahwa ia bisa melalui semua kesulitan pada tingkatan level yang mudah hingga yang sulit (*magnitude*), ia mampu melalui semua masalah dengan bertahan sekuat tenaga dengan dukungan moril (verbal) dan material (modal) (*strength*) dan apabila seorang individu terlalu yakin bahwa ia mampu menjalankan usaha digital seluas-luasnya (*geneallity*). Maka, ia akan merasa bahwa dirinya sudah lebih dari cukup untuk siap melakukan usaha berbasis digital.

“we go through life learning about ourselves as well as the world around us we assess our own abilities not so much through intropection as by observing our success and failures. most of us tend to take too much credit for our own success. this leads to overconfident” (Odean & Geravis, 2013).

Terlalu percaya diri dapat membuat seseorang merasa cukup akan apa yang dia miliki dan tidak ingin belajar lebih tentang hal hal yang ada di dalam kesehariannya secara lebih lanjut.