

Pengaruh Mindset Kewirausahaan Dan Kompetensi Digital Terhadap Niat Berwirausaha: Mediasi Self-Efficacy

Joni Riawan

Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Sabda Setia

Email: joni.riawan@itbss.ac.id



©2018 –Bongaya Journal of Research in Management STIEM Bongaya. Ini adalah artikel dengan akses terbuka dibawah licenci CC BY-NC-4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Abstract : Entrepreneurship plays a vital role in driving economic growth; however, the entrepreneurial intention of Generation Z still requires reinforcement. This study aims to analyze the influence of entrepreneurial mindset and digital competence on the entrepreneurial intention of Generation Z in Pontianak City, with entrepreneurial self-efficacy as a mediating variable based on Social Cognitive Theory. This study employs a quantitative approach with a causal-associative design, involving 98 Generation Z university students selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires that met the validity and reliability tests, and then analyzed using multiple linear regression and the PROCESS Macro Model 4 mediation test based on bootstrapping. The results show that digital competence has no significant direct effect on either entrepreneurial self-efficacy or entrepreneurial intention, but it has a significant indirect effect through entrepreneurial self-efficacy (full mediation). Conversely, the entrepreneurial mindset has a positive and significant effect on both entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention, both directly and indirectly (partial mediation). Entrepreneurial self-efficacy is also proven to be the strongest predictor of entrepreneurial intention. These findings indicate that increasing the entrepreneurial intention of Generation Z requires the reinforcement of an entrepreneurial mindset and self-efficacy alongside the development of digital competence.

Keywords: *Entrepreneurial mindset; Digital competence; Entrepreneurial self-efficacy; Entrepreneurial intention; Generation Z.*

Abstrak : Kewirausahaan berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, namun niat berwirausaha Generasi Z masih memerlukan penguatan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh mindset kewirausahaan dan kompetensi digital terhadap niat berwirausaha Generasi Z di Kota Pontianak dengan self-efficacy kewirausahaan sebagai variabel mediasi berdasarkan *Social Cognitive Theory*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal terhadap 98 mahasiswa Generasi Z yang dipilih melalui *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda dan uji mediasi PROCESS Macro Model 4 berbasis *bootstrapping*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi digital tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap self-efficacy kewirausahaan maupun niat berwirausaha, tetapi berpengaruh tidak langsung melalui self-efficacy kewirausahaan (*full mediation*). Sebaliknya, mindset kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap self-efficacy kewirausahaan serta niat berwirausaha, baik secara langsung maupun tidak langsung (*partial mediation*). Self-efficacy kewirausahaan juga terbukti menjadi prediktor terkuat niat berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan niat berwirausaha Generasi Z memerlukan penguatan mindset kewirausahaan dan self-efficacy selain pengembangan kompetensi digital.

Kata kunci: Mindset kewirausahaan; Kompetensi digital; Self-efficacy kewirausahaan; Niat berwirausaha; Generasi Z.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan diakui secara luas sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan pekerjaan, sehingga mendorong banyak negara untuk menyusun kebijakan yang dapat meningkatkan jumlah wirausahawan (Mughal et al., 2024). Dalam konteks Indonesia, urgensi pengembangan kewirausahaan semakin meningkat khususnya pada Generasi Z yang kini menjadi kelompok demografi terbesar mencakup lebih dari 27% dari populasi nasional (Ali, 2025). Namun demikian, Generasi Z sedang menghadapi tantangan ketenaga kerjaan yang cukup serius. Badan Pusat Statistik (2026) menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka untuk kelompok usia 15-19 tahun mencapai 23,34%, usia 20-24 tahun sebesar 14,35%, dan usia 25-29 tahun sebesar 6,67%, jauh diatas rata-rata tingkat pengangguran terbuka nasional sebesar 4,85%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan niat berwirausaha menjadi penting sebagai alternatif karier yang dapat meningkatkan kemandirian ekonomi generasi muda sekaligus mendorong penciptaan lapangan kerja baru. Namun demikian, niat berwirausaha seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor kognitif dan psikologis yang perlu dipahami lebih mendalam (Jiatong et al., 2021).

Salah satu faktor kognitif yang diidentifikasi sebagai faktor yang mendorong terbentuknya niat berwirausaha adalah mindset kewirausahaan (Sutiadiningsih, Dewi, Ratnasari, Taufiq, & Miranti, 2025). Mindset kewirausahaan didefinisikan sebagai pola pikir yang mendorong seseorang untuk berani mengambil risiko, mengenali peluang, dan menggerakkan sumber daya dalam rangka mewujudkan tujuan kewirausahaan (Jiatong et al., 2021). Individu yang memiliki mindset kewirausahaan cenderung lebih proaktif melihat peluang dan mengambil keputusan untuk memulai usaha. Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa mindset kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (Mukhtar, Wardana, Wibowo, & Narmaditya, 2021; Sutiadiningsih et al., 2025; Zanabazar, Ukhnaa, & Bavuudorj, 2025). Dalam konteks Gen Z, yang sedang berada pada fase kritis pengambilan keputusan karier (Ali, 2025), kajian terhadap peran mindset kewirausahaan dalam membangun niat berwirausaha pada kelompok semakin relevan untuk dikaji.

Selain mindset kewirausahaan, kompetensi digital juga menjadi faktor yang semakin penting dalam menjelaskan perilaku kewirausahaan pada era ekonomi digital. Kompetensi digital merujuk pada kemampuan seseorang dalam menggunakan teknologi secara efektif untuk mengakses, mengelola, dan menciptakan peluang, termasuk dalam konteks kewirausahaan (Bachmann, Rose, Maul, & Hölzle, 2024). Relevansi kompetensi digital semakin kuat pada Gen Z karena mereka tumbuh sebagai *digital native* yang sangat familiar dengan teknologi digital, internet, dan berbagai platform yang berbasis teknologi (Yılmaz, Dinler Kısaçutan, & Gürün Karatepe, 2024). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kompetensi digital menjadi salah satu faktor yang berperan dalam pembentukan niat berwirausaha generasi muda (Triyono et al., 2023). Namun demikian, beberapa penelitian menemukan bahwa pengaruh kompetensi digital terhadap niat berwirausaha tidak selalu secara langsung, tetapi melibatkan mekanisme psikologis tertentu yang memperkuat hubungan tersebut sehingga perlu dikaji lebih lanjut (Bachmann et al., 2024; Sutiadiningsih et al., 2025).

Salah satu faktor psikologis yang secara konsisten diidentifikasi untuk menjelaskan hubungan tersebut adalah *self-efficacy* kewirausahaan. antara kemampuan kognitif dan niat berwirausaha adalah *self-efficacy* kewirausahaan. Berdasarkan *Social Cognitive Theory*, keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri merupakan faktor penting yang mempengaruhi pilihan perilaku, tingkat usaha, dan ketekunan dalam menghadapi tantangan (Bandura, 1999). Dalam konteks kewirausahaan, *Self-efficacy* kewirausahaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang dalam menjalankan berbagai peran dan tugas kewirausahaan secara efektif (Sutiadiningsih et al., 2025). Individu dengan *self-efficacy* kewirausahaan yang tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengidentifikasi peluang usaha (Wardana et al., 2024), serta lebih mampu mengelola risiko, mengambil keputusan bisnis dan menghadapi hambatan yang muncul (Sahid, Norhisham, & Narmaditya, 2024). Oleh karena itu, *self-efficacy* kewirausahaan dipandang sebagai mekanisme psikologis yang berpotensi

menjembatani pengaruh mindset kewirausahaan dan kompetensi digital terhadap niat berwirausaha.

Meskipun hubungan antara mindset kewirausahaan, kompetensi digital, *self-efficacy* kewirausahaan, dan niat berwirausaha telah banyak dibahas dalam literatur, tetapi hasil penelitian masih menunjukkan perbedaan menjelaskan mekanisme hubungan antarvariabel tersebut. Triyono et al. (2023) menunjukkan bahwa kompetensi digital bereperan dalam pembentukan niat berwirausaha generasi muda, khususnya melalui penguatan orientasi kewirausahaan. Di sisi lain, Bachmann et al. (2024) menemukan bahwa pengaruh kompetensi digital terhadap niat berwirausaha tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui *entrepreneurial orientation* dan *entrepreneurial self-efficacy*. Temuan tersebut diperkuat oleh (Sutiadiningsih et al., 2025) yang menunjukkan bahwa *entrepreneurial mindset* dan *entrepreneurial self-efficacy* secara simultan memediasi pengaruh kompetensi digital terhadap niat berwirausaha. Perbedaan fokus dan mekanisme yang ditemukan dalam penelitian-penelitian tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara keempat variabel masih memerlukan pengujian lebih lanjut pada konteks dan karakteristik responden yang berbeda. Selain itu, sebagian penelitian dilakukan pada mahasiswa atau masyarakat di perkotaan maju, sehingga bukti empiris mengenai Generasi Z di kota berkembang Indonesia masih relatif terbatas.

Keterbatasan bukti empiris tersebut menunjukkan perlunya penelitian pada daerah berkembang yang memiliki karakteristik ekonomi dan digital yang berbeda dari wilayah yang sebelumnya banyak diteliti. Salah satu daerah yang relevan untuk dikaji adalah Kota Pontianak, dengan demografi usia Generasi Z menjadi kelompok usia terbesar dengan total 27,26% dari total penduduk Kota Pontianak (Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Pontianak, 2026). Selain itu, Kota Pontianak menunjukkan perkembangan ekosistem digital yang cukup baik, tercermin dari capaian Indeks Masyarakat Digital Indonesia sebesar 53,27 yang termasuk kategori tinggi (Pemerintah Kota Pontianak, 2025), serta realisasi investasi daerah yang mencapai Rp 1,55 triliun pada tahun 2025 (Pemerintah Kota Pontianak, 2026). Meskipun demikian, perkembangan digitalisasi dan pertumbuhan ekonomi belum tentu menunjukkan tingginya niat berwirausaha Gen Z di Kota Pontianak. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh mindset kewirausahaan dan kompetensi digital terhadap niat berwirausaha melalui peran mediasi *self-efficacy* kewirausahaan pada Gen Z di Kota Pontianak, sekaligus mengisi kesenjangan penelitian mengenai integrasi variabel-variabel tersebut dalam konteks kota berkembang di Indonesia. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur kewirausahaan dengan mengintegrasikan perspektif kognitif dan psikologis dalam satu kerangka analisis yang komprehensif. Secara praktis, temuan ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris bagi institusi pendidikan dan lembaga pelatihan dalam merancang program yang secara efektif memperkuat mindset kewirausahaan, kompetensi digital, dan *self-efficacy* kewirausahaan, serta bagi Generasi Z di Kota Pontianak sebagai referensi dalam mengembangkan potensi kewirausahaan mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh kompetensi digital dan mindset kewirausahaan terhadap niat berwirausaha dengan *self-efficacy* kewirausahaan sebagai variabel mediasi. Penelitian dilaksanakan di Kota Pontianak dengan objek penelitian Generasi Z yang berstatus sebagai mahasiswa aktif. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas kompetensi digital (X1) dan mindset kewirausahaan (X2), variabel mediasi yaitu *self-efficacy* kewirausahaan (M1), serta variabel dependen yaitu niat berwirausaha (Y1). Populasi penelitian adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Pontianak dengan rentang usia 18–29 tahun. Sampel penelitian berjumlah 98 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) berusia 18–29 tahun, (2) mahasiswa aktif di perguruan tinggi Kota Pontianak, (3) belum menjalankan usaha secara penuh (*full-time entrepreneur*), dan (4) menggunakan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala Likert lima poin yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dari penelitian terdahulu. Sebelum digunakan, instrumen penelitian telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26 melalui analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, dilanjutkan dengan uji koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t. Pengujian peran mediasi self-efficacy kewirausahaan dilakukan menggunakan PROCESS Macro for SPSS Model 4 dengan metode bootstrapping untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung antara variabel independen dan variabel dependen

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Demografi responden menggambarkan profil responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan semester yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Generasi Z di Kota Pontianak. Hasil karakteristik responden penelitian disajikan pada Tabel 1

Tabel 1 Demografi Responden		
Profil	n	%
Jenis Kelamin		
Pria	56	57,1
Perempuan	42	42,9
Total	98	100
Usia		
18-21 tahun	35	35,7
22-25 tahun	55	56,1
26-29 tahun	8	8,2
Total	98	100
Tahun Angkatan/Semester		
1-3	19	19,4
4-6	47	48
7-8	32,6	32,6
Total	98	100

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Penentuan sampel pada penelitian ini mengacu pada pendapat (Hair et al., 2019), menyatakan bahwa jumlah sampel minimum adalah 5 kali jumlah indikator, dan lebih dapat diterima apabila rasio 10:1. Penelitian ini menggunakan 4 variabel dengan total indikator berjumlah 19 indikator. Berdasarkan rasio 5:1 yang menjadi minimal jumlah yang dapat diterima secara ilmiah, diperoleh jumlah sampel minimal sebesar 95 responden ($19 \times 5 = 95$). Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa penelitian ini melibatkan 98 responden. Berdasarkan jenis kelamin, responden terdiri atas 56 laki-laki dan 42 perempuan, sehingga dapat diketahui bahwa responden penelitian didominasi oleh laki-laki. Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang 22–25 tahun sebanyak 55 orang, diikuti responden berusia 18–21 tahun sebanyak 35 orang, dan responden berusia 26–29 tahun sebanyak 8 orang. Selanjutnya, berdasarkan semester perkuliahan, responden didominasi oleh mahasiswa pada semester 4–6 sebanyak 47 orang, diikuti mahasiswa semester 7–8 sebanyak 32 orang, serta mahasiswa semester 1–3 sebanyak 19 orang. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia dewasa awal dan sedang menempuh tahap pertengahan hingga akhir masa perkuliahan. Kondisi ini dinilai relevan dengan tujuan penelitian karena pada fase tersebut mahasiswa umumnya telah memperoleh pengalaman akademik, memiliki tingkat pemanfaatan teknologi digital yang tinggi, serta mulai mempertimbangkan pilihan karier setelah lulus, termasuk peluang untuk berwirausaha. Dengan demikian, karakteristik responden dinilai sesuai dengan kriteria penelitian yang berfokus pada Generasi Z dan mampu memberikan gambaran

yang representatif mengenai hubungan antara kompetensi digital, mindset kewirausahaan, self-efficacy kewirausahaan, dan niat berwirausaha.

Uji Validitas

Tabel 2 Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kompetensi Digital	KD1	0,764	0,199	Valid
	KD2	0,740	0,199	Valid
	KD3	0,706	0,199	Valid
	KD4	0,774	0,199	Valid
Mindset Kewirausahaan	MK1	0,753	0,199	Valid
	MK2	0,703	0,199	Valid
	MK3	0,680	0,199	Valid
	MK4	0,890	0,199	Valid
Self-Efficacy Kewirausahaan	SE1	0,784	0,199	Valid
	SE2	0,795	0,199	Valid
	SE3	0,738	0,199	Valid
	SE4	0,783	0,199	Valid
	SE5	0,773	0,199	Valid
Niat Berwirausaha	NB1	0,809	0,199	Valid
	NB2	0,815	0,199	Valid
	NB3	0,738	0,199	Valid
	NB4	0,834	0,199	Valid
	NB5	0,803	0,199	Valid
	NB6	0,844	0,199	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel pada taraf signifikansi 5%. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel (Aulia et al., 2024). Berdasarkan tabel 2, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kompetensi digital, mindset kewirausahaan, self-efficacy kewirausahaan, dan niat berwirausaha memiliki r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada keempat variabel tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini.

Uji Reliabel

Uji realibel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Menurut Sekaran & Bougie (2016), nilai realibilitas dibawah 0,60 dikategorikan buruk (*poor*), pada kisaran 0,70 dikategorikan dapat diterima (*acceptable*), dan diatas 0,80 dikategorikan baik (*good*). Berdasarkan tabel 3, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel kompetensi digital, mindset kewirausahaan, self-efficacy kewirausahaan, dan niat berwirausaha masing-masing memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas ambang batas 0,60 sehingga dinyatakan reliabel. Dengan demikian, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini.

Tabel 3 Reliabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas	Keterangan
Kompetensi Digital	0,734	0,70	Reliabel
Mindset Kewirausahaan	0,754	0,70	Reliabel
Self-Efficacy Kewirausahaan	0,829	0,70	Reliabel
Niat Berwirausaha	0,893	0,70	Reliabel

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, dengan kriteria residual dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai Monte Carlo Sig. > 0,05 (Mehta & Patel, 2026). Berdasarkan Tabel 4 dan Tabel 5, nilai *Monte Carlo Sig.* pada Model 1 sebesar 0,410 dan Model 2 sebesar 0,089, keduanya lebih besar dari 0,05, sehingga residual kedua model dinyatakan berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

**Tabel 4 Uji Normalitas Model 1
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardize d Residual
N			98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.46376758
Most Extreme Differences	Absolute		.088
	Positive		.058
	Negative		-.088
Test Statistic			.088
Asymp. Sig. (2-tailed)			.057 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.410 ^d
	95% Confidence Interval	Lower	.400
		Bound	
		Upper	.420
		Bound	

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

**Tabel 5 Uji Normalitas Model 2
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardize d Residual
N			98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.41990396
Most Extreme Differences	Absolute		.125
	Positive		.109
	Negative		-.125
Test Statistic			.125
Asymp. Sig. (2-tailed)			.001 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.089 ^d
	95% Confidence Interval	Lower	.084
		Bound	
		Upper	.095
		Bound	

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada masing-masing model regresi. Suatu variabel independen dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai VIF < 10 (Aulia et al., 2024). Berdasarkan Tabel 6, pada Model 1 menguji pengaruh kompetensi digital dan mindset kewirausahaan terhadap self-efficacy kewirausahaan. Variabel kompetensi digital (Ln_KD) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,848 dan VIF sebesar 1,179, sedangkan variabel mindset kewirausahaan (Ln_MK) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,848 dan VIF sebesar 1,179.

Sementara itu, tabel 7 untuk model 2 menguji pengaruh kompetensi digital, mindset kewirausahaan, dan self-efficacy kewirausahaan terhadap niat berwirausah. Variabel kompetensi digital memiliki nilai Tolerance sebesar 0,818 dan VIF sebesar 1,223, variabel mindset kewirausahaan memiliki nilai Tolerance sebesar 0,578 dan VIF sebesar 1,729, serta variabel self-efficacy kewirausahaan memiliki nilai Tolerance sebesar 0,583 dan VIF sebesar 1,715. Seluruh variabel pada kedua model tersebut memiliki nilai VIF yang jauh di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antarvariabel independen baik pada Model 1 maupun Model 2.

Tabel 6 Uji Multikolinearitas Model 1

Coefficients^a								
		Unstandardize		Standardize				
		d Coefficients		d Coefficient		Collinearity		
		Std.		s		Statistics		
Model		B	Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.811	.094		8.617	.000		
	Ln_KD	.156	.083	.160	1.879	.063	.848	1.179
	Ln_MK	.454	.068	.567	6.661	.000	.848	1.179

a. Dependent Variable: Ln_SE

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Tabel 7 Uji Multikolinearitas Model 2

Coefficients^a								
		Unstandardized		Standardized				
		Coefficients		Coefficients		Collinearity		
		Std.				Statistics		
Model		B	Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
2	(Constant)	.606	.114		5.295	.000		
	Ln_KD	.024	.077	.025	.307	.760	.818	1.223
	Ln_MK	.252	.075	.320	3.354	.001	.578	1.729
	Ln_SE	.445	.093	.453	4.767	.000	.583	1.715

a. Dependent Variable: Ln_NB

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Uji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual (Abs_RES) terhadap masing-masing variabel independen pada setiap model. Suatu model dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi (Sig.) masing-masing variabel independen > 0,05. Berdasarkan Tabel 8, hasil uji heteroskedastisitas Model 1 menunjukkan bahwa variabel kompetensi digital (Ln_KD) memiliki nilai Sig. sebesar 0,365 dan variabel mindset kewirausahaan (Ln_MK) memiliki nilai Sig. sebesar 0,101. Sementara itu, berdasarkan Tabel 9, hasil uji heteroskedastisitas Model 2 menunjukkan bahwa variabel Ln_KD memiliki nilai Sig. sebesar 0,870, variabel Ln_MK memiliki nilai Sig. sebesar 0,380, dan variabel self-efficacy kewirausahaan (Ln_SE) memiliki nilai Sig. sebesar 0,318. Seluruh variabel pada kedua model tersebut memiliki nilai Sig. lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas baik pada Model 1 maupun Model 2.

Tabel 8 Uji Heteroskedastisitas Model 1

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance VIF
		B	Std. Error				
1	(Constant)	.329	.060		5.473	.000	
	Ln_KD	-.048	.053	-.100	-.910	.365	.848 1.179
	Ln_MK	.072	.044	.182	1.656	.101	.848 1.179

a. Dependent Variable: Abs_RES2

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Tabel 9 Uji Heteroskedastisitas Model 2

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance VIF
		B	Std. Error				
2	(Constant)	.158	.078		2.034	.045	
	Ln_KD	.009	.052	.018	.164	.870	.818 1.223
	Ln_MK	.045	.051	.116	.882	.380	.578 1.729
	Ln_SE	.064	.064	.132	1.004	.318	.583 1.715

a. Dependent Variable: Abs_RES3

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Suatu variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial apabila nilai signifikansinya $< 0,05$ (Nihayah, 2019). Berdasarkan Tabel 10, hasil uji t Model 1 mengenai pengaruh kompetensi digital dan mindset kewirausahaan terhadap *self-efficacy* kewirausahaan menunjukkan bahwa variabel kompetensi digital (Ln_KD) memiliki nilai koefisien sebesar 0,156 dengan Sig. sebesar 0,063 $> 0,05$, sehingga kompetensi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap *self-efficacy* kewirausahaan. Sementara itu, variabel mindset kewirausahaan (Ln_MK) memiliki nilai koefisien sebesar 0,454 dengan Sig. sebesar 0,000 $< 0,05$, sehingga mindset kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-efficacy* kewirausahaan. Sementara itu, berdasarkan tabel 11 untuk model 2 mengenai pengaruh kompetensi digital, mindset kewirausahaan, dan *self-efficacy* kewirausahaan terhadap niat berwirausaha, variabel Ln_KD memiliki koefisien sebesar 0,024 dengan Sig. sebesar 0,760 $> 0,05$, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha. Variabel Ln_MK memiliki koefisien sebesar 0,252 dengan Sig. sebesar 0,001 $< 0,05$, dan variabel *self-efficacy* kewirausahaan (Ln_SE) memiliki koefisien sebesar 0,445 dengan Sig. sebesar 0,000 $< 0,05$, sehingga keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.

Tabel 10 Uji T Model 1

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Beta	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	.811	.094		8.617 .000
	Ln_KD	.156	.083	.160	1.879 .063
	Ln_MK	.454	.068	.567	6.661 .000

a. Dependent Variable: Ln_SE

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Tabel 11 Uji T Model 2**Coefficients^a**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
2	(Constant)	.606	.114		5.295	.000
	Ln_KD	.024	.077	.025	.307	.760
	Ln_MK	.252	.075	.320	3.354	.001
	Ln_SE	.445	.093	.453	4.767	.000

a. Dependent Variable: Ln_NB

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama). Suatu model regresi dinyatakan berpengaruh signifikan secara simultan apabila nilai signifikansinya $< 0,05$ (Nihayah, 2019). Berdasarkan Tabel 12, hasil uji F Model 1 mengenai pengaruh kompetensi digital dan mindset kewirausahaan terhadap *self-efficacy* kewirausahaan menunjukkan nilai F hitung sebesar 33,984 dengan Sig. sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga kompetensi digital dan mindset kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *self-efficacy* kewirausahaan. Sementara itu, berdasarkan tabel 13 untuk model 2 mengenai pengaruh kompetensi digital, mindset kewirausahaan, dan *self-efficacy* kewirausahaan terhadap niat berwirausaha, diperoleh nilai F hitung sebesar 31,986 dengan Sig. sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga kompetensi digital, mindset kewirausahaan, dan *self-efficacy* kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha.

Tabel 12 Uji F Model 1**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.926	2	7.463	33.984	.000 ^b
	Residual	20.863	95	.220		
	Total	35.789	97			

Tabel 13 Uji F Model 2**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
2	Regression	17.459	3	5.820	31.986	.000 ^b
	Residual	17.103	94	.182		
	Total	34.562	97			

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Pada analisis regresi berganda, digunakan nilai Adjusted R Square untuk menghindari bias peningkatan nilai R^2 akibat penambahan jumlah variabel independen ke dalam model (Nihayah, 2019). Nilai Adjusted R Square menunjukkan persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian (Aulia et al., 2024). Berdasarkan Tabel 14, hasil Model 1 mengenai pengaruh kompetensi digital dan mindset kewirausahaan terhadap *self-efficacy* kewirausahaan menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,405. Hal

ini berarti kompetensi digital dan mindset kewirausahaan mampu menjelaskan variabel *self-efficacy* kewirausahaan sebesar 40,5%, sedangkan sisanya sebesar 59,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Pada tabel 14 untuk model 2 mengenai pengaruh kompetensi digital, mindset kewirausahaan, dan *self-efficacy* kewirausahaan terhadap niat berwirausaha, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,489. Hal ini berarti kompetensi digital, mindset kewirausahaan, dan *self-efficacy* kewirausahaan mampu menjelaskan variabel niat berwirausaha sebesar 48,9%, sedangkan sisanya sebesar 51,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Tabel 14 Koefisien Determinan Model 1
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646 ^a	.417	.405	.46862

a. Predictors: (Constant), Ln_MK, Ln_KD

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Tabel 15 Koefisien Determinan Model 2
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
2	.711 ^a	.505	.489	.42655

a. Predictors: (Constant), Ln_SE, Ln_KD, Ln_MK

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Uji Mediasi

Uji mediasi dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi sebagai perantara dalam hubungan variabel independen dan dependen. Berdasarkan Tabel 16, hasil uji mediasi Model 1 mengenai peran *self-efficacy* kewirausahaan dalam memediasi pengaruh kompetensi digital terhadap niat berwirausaha menunjukkan nilai indirect effect sebesar 0,2311 dengan interval kepercayaan 95% (BootLLCI = 0,0885; BootULCI = 0,3836). Interval kepercayaan tersebut tidak mencakup angka nol, sehingga pengaruh tidak langsung dinyatakan signifikan. Sementara itu, setelah variabel *self-efficacy* kewirausahaan dimasukkan ke dalam model, pengaruh langsung (*direct effect*) kompetensi digital terhadap niat berwirausaha menjadi tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa *self-efficacy* kewirausahaan berperan sebagai mediator penuh (*full mediation*) dalam hubungan antara kompetensi digital dan niat berwirausaha. Berdasarkan tabel 17, hasil uji mediasi Model 2 mengenai peran *self-efficacy* kewirausahaan dalam memediasi pengaruh mindset kewirausahaan terhadap niat berwirausaha menunjukkan nilai indirect effect sebesar 0,2273 dengan interval kepercayaan 95% (BootLLCI = 0,1194; BootULCI = 0,3442). Interval kepercayaan tersebut tidak mencakup angka nol, sehingga pengaruh tidak langsung dinyatakan signifikan. Di sisi lain, pengaruh langsung (*direct effect*) mindset kewirausahaan terhadap niat berwirausaha tetap signifikan setelah variabel *self-efficacy* kewirausahaan dimasukkan ke dalam model. Dengan demikian, *self-efficacy* kewirausahaan berperan sebagai mediator parsial (*partial mediation*) dalam hubungan antara mindset kewirausahaan dan niat berwirausaha.

Tabel 16 Uji Mediasi Model 1

Jalur Mediasi	Total Effect	Direct Effect	Indirect Effect	BootLLCI	BootULCI	Jenis Mediasi
Kompetensi Digital → <i>Self-Efficacy</i> → Niat Berwirausaha	0,3087	0,0776	0,2311	0,0885	0,3836	<i>Full Mediation</i>

Sumber: Data Diolah IBM Macro Process SPSS (2026)

Tabel 17 Uji Mediasi Model 2

Jalur Mediasi	Total Effect	Direct Effect	Indirect Effect	BootLLCI	BootULCI	Jenis Mediasi
Mindset Kewirausahaan → <i>Self-Efficacy</i> → Niat Berwirausaha	0,4844	0,2571	0,2273	0,1194	0,3442	<i>Partial Mediation</i>

Sumber: Data Diolah IBM Macro Process SPSS (2026)

Pembahasan

Pengaruh Kompetensi Digital terhadap Self-Efficacy Kewirausahaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kompetensi digital (Ln_KD) memiliki nilai koefisien sebesar 0,156 dengan nilai signifikansi sebesar $0,063 > 0,05$, sehingga H1 yang menyatakan kompetensi digital berpengaruh signifikan terhadap self-efficacy kewirausahaan ditolak. Hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan kompetensi digital pada Generasi Z di Kota Pontianak belum tentu secara langsung meningkatkan keyakinan diri mereka dalam menjalankan usaha. Hal ini dapat dijelaskan melalui Social Cognitive Theory (Bandura, 1999), di mana self-efficacy lebih banyak dibentuk oleh pengalaman keberhasilan langsung (*mastery experience*) dan dukungan sosial, sedangkan penguasaan teknologi digital semata belum cukup menjadi sumber keyakinan diri tanpa disertai pengalaman nyata dalam mempraktikkan keterampilan tersebut dalam konteks kewirausahaan. Hal serupa juga dikemukakan oleh Lam et al. (2025), yang menemukan bahwa kompetensi digital justru dapat memperlemah hubungan antara *self-efficacy* dan intensi kewirausahaan. Dengan kata lain, kompetensi digital yang semakin tinggi tidak serta-merta membuat dorongan seseorang untuk berwirausaha semakin kuat. Namun demikian, temuan ini tidak sejalan dengan Bachmann et al. (2024) dan Sutiadiningsih et al. (2025), yang dalam penelitian mereka menemukan bahwa kompetensi digital justru berperan dalam membentuk *entrepreneurial self-efficacy* sebagai salah satu jalur menuju niat berwirausaha. Perbedaan ini disebabkan oleh karakteristik responden dan kedua penelitian tersebut dilakukan pada mahasiswa dan siswa SMK yang telah mendapat paparan pendidikan kewirausahaan formal, sedangkan responden penelitian ini adalah mahasiswa secara umum di Kota Pontianak yang lebih beragam latar belakang pengalaman dan pendidikan wirausahanya.

Pengaruh Kompetensi Digital terhadap Niat Berwirausaha

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kompetensi digital (Ln_KD) memiliki nilai koefisien sebesar 0,024 dengan nilai signifikansi sebesar $0,760 > 0,05$, sehingga H2 yang menyatakan kompetensi digital berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha ditolak. Nilai koefisien yang sangat kecil ini menunjukkan bahwa kompetensi digital tidak memberikan kontribusi langsung yang berarti terhadap niat berwirausaha Generasi Z, melainkan pengaruhnya lebih mungkin bekerja secara tidak langsung melalui variabel lain seperti self-

efficacy kewirausahaan. Temuan ini sejalan dengan pola yang ditemukan Bachmann et al. (2024), Sutiadiningsih et al. (2025), dan Triyono et al. (2023), yang secara konsisten menemukan bahwa kompetensi digital tidak memengaruhi niat berwirausaha secara langsung, melainkan melalui mekanisme mediasi seperti *opportunity recognition*, *entrepreneurial self-efficacy*, *entrepreneurial mindset*, maupun *entrepreneurial orientation*. Kesamaan pola ini memperkuat argumen bahwa kompetensi digital berfungsi sebagai kemampuan yang perlu diproses lebih dulu melalui variabel psikologis sebelum benar-benar mendorong niat berwirausaha seseorang.

Peran Mediasi Self-Efficacy Kewirausahaan pada Pengaruh Kompetensi Digital terhadap Niat Berwirausaha

Hasil pengujian mediasi menggunakan PROCESS Macro Model 4 menunjukkan bahwa *self-efficacy* kewirausahaan berperan sebagai mediator dalam pengaruh kompetensi digital terhadap niat berwirausaha Generasi Z di Kota Pontianak. Nilai indirect effect diperoleh sebesar 0,2311 dengan BootLLCI sebesar 0,0885 dan BootULCI sebesar 0,3836, yang tidak mencakup angka nol sehingga pengaruh tidak langsung ini dinyatakan signifikan. Nilai *direct effect* setelah mengontrol *self-efficacy* kewirausahaan hanya sebesar 0,0776, jauh menurun dari total effect sebesar 0,3087 sehingga pengaruh langsungnya menjadi tidak signifikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa *self-efficacy* kewirausahaan berperan sebagai mediator penuh (*full mediation*), yaitu pengaruh kompetensi digital terhadap niat berwirausaha sepenuhnya tersalurkan melalui peningkatan *self-efficacy* kewirausahaan, bukan secara langsung.

Temuan ini sejalan dengan *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1999), yang menyatakan bahwa faktor personal seperti kompetensi tidak secara otomatis membentuk niat berperilaku, melainkan harus melalui proses keyakinan diri (*self-efficacy*) sebagai mekanisme kognitif yang menjembatani pengetahuan dan tindakan. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Sutiadiningsih et al. (2025) yang secara khusus menganalisis peran mediasi *self-efficacy* kewirausahaan dalam hubungan antara kompetensi digital dan niat berwirausaha pada mahasiswa vokasi, serta Bachmann et al. (2024) yang menegaskan peran kompetensi digital sebagai faktor penting dalam pembentukan niat berwirausaha. Dengan demikian, penguasaan teknologi digital semata belum tentu mendorong niat berwirausaha Generasi Z apabila belum disertai keyakinan bahwa kompetensi tersebut dapat diterapkan secara nyata dalam menjalankan usaha.

Pengaruh Mindset Kewirausahaan terhadap Self-Efficacy Kewirausahaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel mindset kewirausahaan (Ln_MK) memiliki nilai koefisien sebesar 0,454 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H4 yang menyatakan mindset kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap *self-efficacy* kewirausahaan diterima. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa semakin kuat pola pikir kewirausahaan yang dimiliki Generasi Z, semakin tinggi pula keyakinan diri mereka dalam menjalankan usaha. Temuan ini konsisten dengan *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1999), keyakinan kognitif individu terhadap kemampuannya (*self-efficacy*) sangat dipengaruhi oleh cara berpikir dan orientasi mental terhadap tantangan, termasuk kesiapan menghadapi risiko dan ketidakpastian dalam berwirausaha. Hasil ini sejalan dengan Jiatong et al. (2021) pada 365 mahasiswa bisnis di Tiongkok dan Li et al. (2023) pada 448 mahasiswa bisnis di Tiongkok, yang sama-sama menemukan bahwa mindset kewirausahaan secara signifikan membentuk *self-efficacy* kewirausahaan, serta Zanabazar et al. (2025) yang menegaskan penguatan mindset kewirausahaan secara konsisten meningkatkan keyakinan diri seseorang terhadap kompetensi kewirausahaannya.

Pengaruh Mindset Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel mindset kewirausahaan (Ln_MK) memiliki nilai koefisien sebesar 0,252 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga H5 yang menyatakan mindset kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa mindset kewirausahaan memiliki pengaruh langsung

terhadap niat berwirausaha, di luar jalur mediasi *self-efficacy*. Hal ini mengindikasikan bahwa pola pikir kewirausahaan Generasi Z Kota Pontianak sudah cukup kuat untuk mendorong niat berwirausaha secara langsung, tanpa harus sepenuhnya melalui peningkatan keyakinan diri terlebih dahulu. Temuan ini sejalan dengan Jiatong et al. (2021). yang menemukan pengaruh langsung mindset kewirausahaan terhadap niat berwirausaha tetap signifikan bahkan setelah mengontrol efek mediasi *self-efficacy*, serta Zanabazar et al. (2025) pada mahasiswa Mongolia dan Sutiadiningsih et al. (2025) pada mahasiswa vokasi di Surabaya, yang sama-sama mengonfirmasi pengaruh langsung dan signifikan mindset kewirausahaan terhadap niat berwirausaha lintas konteks budaya dan pendidikan.

Peran Mediasi Self-Efficacy Kewirausahaan pada Pengaruh Mindset Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha

Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa *self-efficacy* kewirausahaan juga berperan sebagai mediator dalam pengaruh mindset kewirausahaan terhadap niat berwirausaha Generasi Z di Kota Pontianak. Nilai indirect effect diperoleh sebesar 0,2273 dengan BootLLCI sebesar 0,1194 dan BootULCI sebesar 0,3442, yang tidak mencakup angka nol sehingga pengaruh tidak langsung ini dinyatakan signifikan. Nilai direct effect setelah mengontrol *self-efficacy* kewirausahaan tercatat sebesar 0,2571 dan tetap signifikan, meskipun menurun dari total effect sebesar 0,4844. Kondisi ini menunjukkan bahwa *self-efficacy* kewirausahaan berperan sebagai mediator parsial (*partial mediation*), yaitu mindset kewirausahaan tetap memengaruhi niat berwirausaha secara langsung, sekaligus sebagian pengaruhnya disalurkan melalui peningkatan *self-efficacy* kewirausahaan.

Temuan ini sejalan dengan *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1999), yang menjelaskan bahwa pola pikir atau orientasi kognitif individu dapat memengaruhi perilaku baik secara langsung maupun melalui penguatan keyakinan diri. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian Zanabazar et al. (2025) yang secara spesifik menemukan peran mediasi *self-efficacy* kewirausahaan dalam hubungan antara mindset kewirausahaan dan niat berwirausaha pada mahasiswa di Mongolia, serta Jiatong et al. (2021) dan Li et al. (2023) yang sama-sama menegaskan *self-efficacy* kewirausahaan sebagai mediator penting antara mindset kewirausahaan dan niat berwirausaha. Dengan demikian, mahasiswa dengan mindset kewirausahaan yang kuat cenderung sudah memiliki dorongan untuk berwirausaha secara langsung, namun dorongan tersebut akan semakin besar apabila disertai keyakinan diri terhadap kemampuannya dalam menjalankan usaha.

Pengaruh Self-Efficacy Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *self-efficacy* kewirausahaan (Ln_SE) memiliki nilai koefisien sebesar 0,445 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_7 yang menyatakan *self-efficacy* kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha diterima. Nilai koefisien ini merupakan yang tertinggi di antara seluruh variabel pada Model 2, mengindikasikan bahwa *self-efficacy* kewirausahaan merupakan prediktor terkuat terhadap niat berwirausaha dalam penelitian ini. Temuan ini sejalan dengan inti *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1999), di mana keyakinan diri terhadap kemampuan (*self-efficacy*) menjadi mekanisme kognitif utama yang menjembatani niat dan perilaku individu. Hasil ini sejalan dengan Al-Qadasi et al. (2023) yang menguji pada 487 mahasiswa di Yaman dan menemukan pengaruh positif signifikan meski dalam kondisi krisis politik dan ekonomi, Sahid et al. (2024) pada wirausahawan muda di Malaysia, serta Sutiadiningsih et al. (2025) pada mahasiswa vokasi di Surabaya. Posisi *self-efficacy* sebagai prediktor terkuat dalam penelitian ini juga sejalan dengan (Wardana et al., 2024), yang menegaskan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* merupakan prediktor utama niat berwirausaha bahkan dalam situasi penuh ketidakpastian.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa mindset kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-efficacy* kewirausahaan serta niat berwirausaha Generasi Z di Kota Pontianak. Kompetensi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap

self-efficacy kewirausahaan, namun tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap niat berwirausaha. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *self-efficacy* kewirausahaan mampu memediasi secara penuh (*full mediation*) pengaruh kompetensi digital terhadap niat berwirausaha serta memediasi secara parsial (*partial mediation*) pengaruh mindset kewirausahaan terhadap niat berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan niat berwirausaha Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh mindset kewirausahaan, tetapi juga oleh keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam berwirausaha. Oleh karena itu, perguruan tinggi dan pihak terkait disarankan untuk mengembangkan program kewirausahaan yang tidak hanya meningkatkan kompetensi digital, tetapi juga memperkuat *self-efficacy* kewirausahaan melalui pelatihan, pendampingan, dan pengalaman praktik berwirausaha. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi niat berwirausaha serta memperluas cakupan wilayah penelitian agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Ali, H. (2025). *Gen Z Indonesia: The Game Changer*. Jakarta Selatan.
- 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. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1111934>
- Aulia, U., Hasrah, J., Setiawan, D. I., Ps, D. K., Meidatuzzah, D., Nirmala, I. R., ... Larasati, R. D. (2024). *Statistik Parametrik (Teori Dan Aplikasi Dengan Spss)* (1st Ed.; H. Akbar, Ed.). Bandung: Cv. Media Sains Indonesia.
- Bachmann, N., Rose, R., Maul, V., & Hölzle, K. (2024). What Makes for Future Entrepreneurs? The Role of Digital Competencies for Entrepreneurial Intention. *Journal of Business Research*, 174, 114481. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114481>
- Badan Pusat Statistik. (2026, January 30). Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Kelompok Umur, 2025. Retrieved June 13, 2026, From Badan Pusat Statistik Website: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/mte4mcm/Tingkat-Pengangguran-Terbuka-Berdasarkan-Kelompok-Umur.Html>
- Bandura, A. (1999). A Social Cognitive Theory of Personality. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of Personality* (2nd Ed., Pp. 154–196). New York: Guilford Publications.
- Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Pontianak. (2026, January 19). Jumlah Penduduk Kota Pontianak Berdasarkan Klasifikasi Generasi Semester I Tahun 2025. Retrieved June 16, 2026, From Satu Data Pontianak Website: <https://satudata.pontianak.go.id/infografik/jumlah-penduduk-kota-pontianak-berdasarkan-klasifikasi-generasi-semester-i-tahun-2025>
- Hair, J. F. Jr., William, B. C., Barry, B. J., & Rolph, A. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th Ed.). Cengage Learning Emea.
- 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. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Lam, B. Q., Tran, H. Y., Nguyen, K. A., Nguyen, K. T., & Pham, M. (2025). Digital Competence and Digital Entrepreneurial Intention: A Social Cognitive Approach. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 13(2), 139–153. <https://doi.org/10.15678/Eber.2025.130208>
- Li, Y., Cao, K., & Jenatabadi, H. S. (2023). Effect of Entrepreneurial Education and Creativity on Entrepreneurial Intention in College Students: Mediating Entrepreneurial Inspiration, Mindset, And Self-Efficiency. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1240910>
- Mehta, C. R., & Patel, N. R. (2026). *Ibm Spss Exact Tests*. Cambridge.
- Mukhtar, S., Wardana, L. W., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2021). Does Entrepreneurship Education and Culture Promote Students' Entrepreneurial Intention? The Mediating Role of

- Entrepreneurial Mindset. *Cogent Education*, 8(1).
<https://doi.org/10.1080/2331186x.2021.1918849>
- Nihayah, A. Z. (2019). *Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software Spss 23.0*. Semarang: Pemerintah Kota Pontianak. (2025, October 3). Pontianak Kategori Tinggi Indeks Masyarakat Digital 2025. Retrieved June 16, 2026, From Pemerintah Kota Pontianak Website: <https://www.pontianak.go.id/pontianak-hari-ini/berita/pontianak-kategori-tinggi-indeks-masyarakat-digital-2025>
- Pemerintah Kota Pontianak. (2026, February 11). Lampau Target, Investasi Kota Pontianak 2025 Tembus Rp1,55 Triliun.
- Sahid, S., Norhisham, N. S., & Narmaditya, B. S. (2024). Interconnectedness Between Entrepreneurial Self-Efficacy, Attitude, And Business Creation: A Serial Mediation of Entrepreneurial Intention and Environmental Factor. *Heliyon*, 10(9), E30478.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.E30478>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th Ed.). Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- 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). <https://doi.org/10.1080/2331186x.2025.2482486>
- Triyono, M. B., Mutohhari, F., Kholifah, N., Nurtanto, M., Subakti, H., & Prasetya, K. H. (2023). Examining the Mediating-Moderating Role of Entrepreneurial Orientation and Digital Competence on Entrepreneurial Intention in Vocational Education. *Journal of Technical Education and Training*, 15(1). <https://doi.org/10.30880/jtet.2023.15.01.011>
- Wardana, L. W., Martha, J. A., Wati, A. P., Narmaditya, B. S., Setyawati, A., Maula, F. I., ... Suparno. (2024). Does Entrepreneurial Self-Efficacy Really Matter for Entrepreneurial Intention? Lesson from Covid-19. *Cogent Education*, 11(1).
<https://doi.org/10.1080/2331186x.2024.2317231>
- Yılmaz, B., Dinler Kısacıtutan, E., & Gürün Karatepe, S. (2024). Digital Natives of The Labor Market: Generation Z as Future Leaders and Their Perspectives on Leadership. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1378982>
- Zanabazar, A., Ukhnaa, M., & Bavuudorj, D. (2025). The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy in The Relationship Between Entrepreneurial Mindset and Intention Among Mongolian University Students. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 12(2), 158–168. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2025.02.018>