

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengangguran merupakan salah satu isu krusial yang dihadapi oleh berbagai wilayah di Indonesia, tidak terkecuali di Provinsi Jawa Tengah. Secara konseptual, pengangguran didefinisikan sebagai kondisi individu yang termasuk dalam angkatan kerja namun belum mendapatkan pekerjaan meskipun aktif dalam pencarian kerja (Badan Pusat Statistik, 2024). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) berfungsi sebagai indikator esensial untuk mengukur proporsi tenaga kerja yang belum terserap oleh pasar. Rata-rata TPT di Jawa Tengah tercatat sebesar 4,78%, namun angka ini secara signifikan lebih tinggi di Kabupaten Tegal, yang mencapai 7,53%, dan menjadikannya sebagai daerah dengan TPT tertinggi ketiga di provinsi tersebut.

Tabel 1. 1

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Kabupaten Tegal Tahun 2019–2024

No.	Tahun	TPT (%)
1	2019	8,12
2	2020	9,82
3	2021	9,97
4	2022	9,64
5	2023	8,60
6	2024	7,53

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2024

Tingginya angka pengangguran ini berimplikasi pada berbagai dampak negatif, meliputi penurunan produktivitas, pelemahan daya beli masyarakat, perlambatan pertumbuhan ekonomi regional, hingga peningkatan potensi isu sosial seperti kriminalitas dan juga konflik lainnya. Kondisi ini menuntut adanya strategi penanganan yang komprehensif dan berkelanjutan.

Data dari Dinas Perindustrian, Transmigrasi, dan Tenaga Kerja Kabupaten Tegal tahun 2024 mencatat jumlah pencari kerja terdaftar sebanyak 18.558 orang, dengan komposisi 6.209 laki-laki dan 12.349 perempuan. Yang menjadi sorotan utama adalah dominasi lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam angka tersebut, yakni sebanyak 12.593 orang atau 67,86% dari total pencari kerja, terdiri dari 4.847 laki-laki dan 7.746 perempuan. Angka ini jauh melampaui jumlah pencari kerja dari tingkat pendidikan lain. Sebagai perbandingan, lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) berjumlah 2.212 orang (510 laki-laki dan 1.702 perempuan), Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 2.200 orang (327 laki-laki dan 1.873 perempuan), dan Sekolah Dasar hanya 561 orang (151 laki-laki dan 410 perempuan). Sementara itu, lulusan Diploma I/II/III/DIV/Akademi berjumlah 333 orang (126 laki-laki dan 207 perempuan) dan lulusan universitas sebanyak 659 orang (248 laki-laki dan 411 perempuan). Tidak ada pencari kerja yang tercatat tidak pernah sekolah atau belum tamat SD.

Besarnya jumlah pencari kerja dari lulusan SMK ini menjadi perhatian khusus karena menunjukkan bahwa sebagian besar lulusan vokasi, yang mencapai lebih dari dua pertiga total pencari kerja, belum terserap di dunia kerja atau mampu berwirausaha. Padahal, seperti yang dikemukakan oleh Purnomo dan Triyono (2018), pendidikan SMK dirancang untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi siap kerja atau

berwirausaha setelah lulus. Fenomena ini menunjukkan adanya tantangan signifikan dalam menyelaraskan tujuan pendidikan vokasi dengan realitas pasar kerja di Kabupaten Tegal, terutama dengan tingginya jumlah lulusan SMK yang masih mencari peluang kerja. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa lulusan SMK belum sepenuhnya mampu menjawab tuntutan pasar kerja atau berinovasi menciptakan lapangan kerja mandiri. Rendahnya partisipasi lulusan SMK dalam aktivitas wirausaha mengindikasikan rendahnya minat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) di kalangan ini (Manullang, 2023)

Salah satu solusi strategis yang dapat diimplementasikan adalah penguatan semangat kewirausahaan di kalangan siswa SMK. Kewirausahaan dianggap sebagai pilar fundamental ekonomi global yang berkontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, akselerasi pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan (Olufemi, 2020). Melalui pengembangan jiwa kewirausahaan, lulusan SMK berpotensi menjadi pencipta lapangan kerja, tidak hanya bagi diri sendiri namun juga bagi komunitas sekitar. Wirausaha berfungsi sebagai katalisator dalam menghadapi dinamika perubahan ekonomi global dengan memperluas kesempatan kerja dan meningkatkan kesejahteraan sosial secara komprehensif (Saoula et al., 2023)

Dalam konteks ini, pembentukan niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) menjadi elemen krusial. Niat berwirausaha merefleksikan intensi seseorang untuk memilih jalur karier sebagai wirausahawan. Individu dengan niat berwirausaha yang kuat cenderung akan merencanakan pengambilan risiko yang terukur, mengumpulkan sumber daya esensial, dan membangun usaha secara mandiri. Niat ini menjadi pemicu awal dari tindakan berwirausaha (Karabulut, 2016)

Berbagai faktor diidentifikasi memengaruhi niat berwirausaha. Faktor internal seperti kreativitas (*creativity*) dan keyakinan diri (*Self Efficacy*) memainkan peran signifikan dalam kesiapan individu untuk berinovasi dan mengambil risiko bisnis. Di era digital, kompetensi digital (*Digital Competencies*) menjadi semakin vital seiring meningkatnya peran teknologi dalam pemasaran, produksi, dan komunikasi bisnis. Faktor eksternal, seperti dukungan keluarga (*Family Support*) dan kemampuan mengidentifikasi peluang usaha (*Entrepreneurial Alertness*), terbukti turut mendorong intensi berwirausaha (Karabulut, 2016)

Studi terdahulu telah banyak mengkaji faktor individual dan lingkungan yang memengaruhi niat berwirausaha. Nambisan, (2017) menguraikan bagaimana *Digital Competencies* menjadi inti dalam identifikasi peluang bisnis berbasis teknologi dan adaptasi terhadap perubahan pasar, sementara Elia et al., (2020) menunjukkan bahwa *Digital Competencies* (meliputi analisis data, pemasaran digital, dan pemanfaatan AI) merupakan kunci keberlanjutan dalam ekosistem wirausaha modern. Di sisi lain, Siregar et al. (2025) menekankan pentingnya dukungan keluarga (*Family Support*) dalam kewirausahaan, yang berperan dalam membangun keberanian dan motivasi berwirausaha.

Namun, mayoritas penelitian cenderung mengkaji faktor-faktor tersebut secara terpisah, tanpa mempertimbangkan kombinasi faktor personal (kreativitas, *Self Efficacy*) dengan faktor digital (*Digital Competencies*) yang relevansinya meningkat pasca pandemi COVID-19 dan akselerasi digitalisasi. Hubungan antara *Digital Competencies* dengan *Entrepreneurial Intention* belum banyak diteliti dibandingkan variabel lain, namun mulai berkembang seiring dengan kajian faktor lingkungan seperti

Family Support. Bachmann et al., (2024) menyoroti signifikansi *Digital Competencies* untuk inovasi bisnis, namun fokusnya terbatas pada hasil usaha, bukan pada niat berwirausaha itu sendiri, senada dengan itu, Berger et al., (2021) menyatakan bahwa investigasi empiris mengenai hubungan antara *Digital Competencies* dan niat kewirausahaan masih terbatas. Penelitian untuk menumbuhkan minat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) di kalangan siswa SMK menjadi penting untuk mencapai target pemerintah dan sebagai solusi mengatasi pengangguran (Manullang, 2023)

Penelitian ini secara simultan menguji pengaruh tiga faktor kunci: *Digital Competencies*, *Family Support*, dan *Entrepreneurial Alertness*, terhadap *Entrepreneurial Intention* pada siswa SMK. Penggabungan ketiga variabel ini dalam satu model penelitian masih relatif jarang, khususnya dalam konteks pendidikan vokasional di Indonesia, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur kewirausahaan di bidang ini. Berbeda dari studi sebelumnya yang umumnya memposisikan *Self Efficacy* sebagai prediktor langsung *Entrepreneurial Intention*, penelitian ini menempatkan *Self Efficacy* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *Digital Competencies*, *Entrepreneurial Alertness* dan *Family Support* dengan *Entrepreneurial Intention*. Pendekatan ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai mekanisme psikologis peran *Family Support* dalam membentuk niat berwirausaha. Penelitian ini juga mengintegrasikan faktor digital dan psikologis dengan menyelidiki interaksi antara *Digital Competencies* (faktor era modern) dan *Self Efficacy* (faktor psikologis). Fokus penelitian adalah siswa SMK di Kecamatan Slawi sebagai representasi generasi muda di wilayah non-metropolitan. Dalam menghadapi era revolusi industri 4.0 dan dinamika pasar kerja, eksplorasi hubungan antar variabel dalam konteks generasi Z (*digital native*) menjadi sangat relevan untuk memahami pembentukan kesiapan kewirausahaan di era digital.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan keterkaitan variabel dari penelitian terdahulu, maka diajukan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh *Digital Competencies* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada siswa SMK di Kecamatan Slawi?
2. Bagaimana Pengaruh *Entrepreneurial Alertness* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada siswa SMK di Kecamatan Slawi?
3. Bagaimana Pengaruh *Family Support* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada siswa SMK di Kecamatan Slawi?
4. Bagaimana Pengaruh *Self Efficacy* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada siswa SMK di Kecamatan Slawi?
5. Bagaimana *Self Efficacy* memediasi pengaruh *Digital Competencies* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada siswa SMK di Kecamatan Slawi?
6. Bagaimana *Self Efficacy* memediasi pengaruh *Entrepreneurial Alertness* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada siswa SMK di Kecamatan Slawi?
7. Bagaimana *Self Efficacy* memediasi pengaruh *Family Support* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada siswa SMK di Kecamatan Slawi?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji :

1. Menguji dan Menganalisis Pengaruh *Digital Competencies* terhadap Entrepreneurial Intention pada siswa SMK di Kecamatan Slawi;
2. Menguji dan Menganalisis Pengaruh *Entrepreneurial Alertness* terhadap Entrepreneurial Intention pada siswa SMK di Kecamatan Slawi;
3. Menguji dan Menganalisis Pengaruh *Family Support* terhadap Entrepreneurial Intention pada siswa SMK di Kecamatan Slawi;
4. Menguji dan Menganalisis Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Entrepreneurial Intention pada siswa SMK di Kecamatan Slawi;
5. Menguji dan Menganalisis peran mediasi *Self Efficacy* dalam pengaruh *Digital Competencies* terhadap Entrepreneurial Intention pada siswa SMK di Kecamatan Slawi.
6. Menguji dan Menganalisis peran mediasi *Self Efficacy* dalam pengaruh *Entrepreneurial Alertness* terhadap Entrepreneurial Intention pada siswa SMK di Kecamatan Slawi.
7. Menguji dan Menganalisis peran mediasi *Self Efficacy* dalam pengaruh *Family Support* terhadap Entrepreneurial Intention pada siswa SMK di Kecamatan Slawi.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:
 - a) Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu kewirausahaan, khususnya terkait pengaruh faktor internal (*Digital Competencies*, *Entrepreneurial Alertness*, *Self Efficacy*) dan eksternal (*Family Support*) terhadap Entrepreneurial Intention siswa SMK.
 - b) Menambah literatur tentang peran *Self Efficacy* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *Family Support* terhadap Entrepreneurial Intention.
2. Manfaat Praktis:
 - a) Memberikan rekomendasi kepada pihak sekolah, pemerintah daerah, dan lembaga terkait untuk merancang program pengembangan kewirausahaan yang lebih efektif berbasis penguatan *Digital Competencies*, *Family Support*, dan *Entrepreneurial Alertness* dan *Self Efficacy*
 - b) Membantu siswa SMK memahami pentingnya membangun *Self Efficacy* dalam proses pengembangan niat berwirausaha.
3. Manfaat Sosial:

Mendorong pertumbuhan wirausaha muda di Kabupaten Tegal, yang diharapkan dapat berkontribusi pada pengurangan angka pengangguran dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Telaah Pustaka

Berdasarkan *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1986), *Self Efficacy* (*Self Efficacy*), yaitu keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk menjalankan tugas tertentu, merupakan prediktor utama niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) pada siswa SMK di Kecamatan Slawi. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu, termasuk niat untuk memulai usaha, dipengaruhi oleh interaksi antara faktor personal, lingkungan, dan perilaku (Bandura, 1986). *Self Efficacy* meningkatkan keberanian siswa untuk menghadapi risiko bisnis, seperti ketidakpastian finansial atau persaingan pasar, karena mereka yakin pada kemampuan teknis dan manajerial mereka (Bandura, 1997). Dalam konteks siswa SMK di Slawi, pendidikan vokasi memberikan *mastery experiences* melalui pelatihan keterampilan praktis, seperti tata boga atau teknologi, yang meningkatkan kepercayaan diri untuk memulai usaha, misalnya usaha kuliner atau bengkel (Newman et al., 2019). *Digital Competencies*, seperti kemampuan menggunakan platform *e-commerce*, memperkuat *ICT Self Efficacy*, yang mendorong niat berwirausaha melalui penguasaan teknologi untuk bisnis online (Bacq & Alt, 2018). *Entrepreneurial Alertness* memainkan peran penting, karena siswa yang peka terhadap peluang bisnis lokal, mengembangkan *Self Efficacy* melalui *vicarious learning* dari pengamatan pelaku usaha (Tang et al., 2012). *Family Support* (*Family Support*) memberikan *social persuasion*, seperti dorongan emosional atau modal awal, yang meningkatkan *Self Efficacy*, terutama dalam budaya kekeluargaan Slawi yang kuat (Carr & Sequeira, 2007). *Self Efficacy* berfungsi sebagai mediator, menghubungkan *Digital Competencies*, *Entrepreneurial Alertness*, dan *Family Support* dengan niat berwirausaha, karena keyakinan diri memperkuat motivasi siswa untuk bertindak (Linan & Chen, 2009).

Digital Competencies adalah serangkaian kompetensi, keahlian, kapabilitas, serta atribut lainnya yang membantu seseorang dalam menyelesaikan tugas-tugas pekerjaan secara efektif dengan memanfaatkan perangkat digital secara aman untuk mengelola informasi dan data, berkomunikasi dan berkolaborasi, serta menyelesaikan berbagai permasalahan (Bachmann et al., 2024)

Entrepreneurial Alertness atau kewaspadaan terhadap kewirausahaan menggambarkan kapasitas kognitif individu dalam secara proaktif mengidentifikasi dan merespons peluang usaha yang muncul sebagai akibat dari perubahan dan ketidakpastian lingkungan. Individu dengan tingkat kewaspadaan yang tinggi biasanya memiliki kepekaan yang baik dalam mendeteksi celah pasar, mengamati pergeseran tren, serta mengenali kebutuhannya yang belum terpenuhi. Kualitas ini dianggap sebagai elemen krusial dalam proses kewirausahaan karena berperan dalam menentukan sejauh mana seseorang mampu melihat dan memanfaatkan peluang untuk memulai suatu bisnis (Tang et al., 2012), dalam konteks penelitian kewirausahaan, *Entrepreneurial Alertness* mengacu pada kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi peluang baru yang sering diabaikan oleh orang lain (Angeline & Puspitowati, 2023)

Family Support dalam konteks kewirausahaan merujuk pada bentuk dukungan emosional, finansial, maupun moral yang diberikan oleh anggota keluarga kepada individu yang memiliki aspirasi untuk memulai usaha. Dukungan ini tidak hanya

mencakup bantuan materi, tetapi juga meliputi kepercayaan, motivasi, serta keterlibatan keluarga dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Keluarga sering kali menjadi sistem pendukung pertama yang memberikan rasa aman dan kepercayaan diri bagi individu dalam menghadapi ketidakpastian dunia kewirausahaan. Ketika individu merasa didukung secara positif oleh keluarganya, hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam mengambil risiko dan menjalani proses berwirausaha (Saoula et al., 2023)

Self Efficacy merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas-tugas tertentu dan mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam konteks kewirausahaan, *Self Efficacy* mencerminkan sejauh mana seseorang percaya bahwa ia memiliki keterampilan dan kapasitas yang diperlukan untuk memulai dan mengelola usaha bisnis. Keyakinan ini memengaruhi bagaimana individu menetapkan tujuan, menghadapi tantangan, serta mempertahankan motivasi dalam menghadapi hambatan (Ferreira-Neto et al., 2023)

Entrepreneurial Intention atau niat berwirausaha menggambarkan kesiapan psikologis individu untuk memulai dan mengembangkan usaha bisnis. Dalam penelitian ini, niat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor internal seperti keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri (*entrepreneurial Self Efficacy*) dan persepsi kesesuaian antara individu dengan dunia kewirausahaan (*person-entrepreneurship fit*). Selain itu, *Family Support* berperan sebagai faktor eksternal yang memperkuat hubungan antara keyakinan diri dan persepsi kesesuaian tersebut. Dengan demikian, niat berwirausaha terbentuk melalui interaksi antara faktor internal dan eksternal yang saling mendukung (Ahmed, 2022)

2.2 Penelitian Terdahulu dan Hipotesis

2.2.1 Digital Competencies dan Entrepreneurial Intention

Teknologi digital memainkan peran penting dalam mendorong penciptaan usaha baru (Berger et al., 2021). *Digital Competencies* atau literasi digital memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap niat kewirausahaan. Artinya, semakin tinggi tingkat *Digital Competencies* individu, semakin besar kecenderungan niatnya untuk memulai bisnis (Mulyono et al., 2023). Penelitian lain menemukan bahwa literasi digital memengaruhi perilaku kewirausahaan secara tidak langsung, yaitu melalui peningkatan niat kewirausahaan terlebih dahulu (Islami, 2019). Temuan ini menguatkan peran literasi digital sebagai pendorong niat, yang selanjutnya membentuk perilaku kewirausahaan. Studi mengenai niat berwirausaha daring juga membuktikan kontribusi positif literasi digital (Setyawati et al., 2022; Maudina et al. 2024), serta Mustain et al. (2023) menemukan pengaruh positif dan signifikan *Digital Competencies* terhadap niat berwirausaha siswa SMA dan SMK. Berdasarkan uraian penjelasan di atas terkait hubungan variabel, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut :

H1: *Digital Competencies* berpengaruh positif terhadap Entrepreneurial Intention

2.2.2 Entrepreneurial Alertness dan Entrepreneurial Intention

Sejumlah penelitian mengonfirmasi hubungan positif antara *Entrepreneurial Alertness* dan Entrepreneurial Intention. Edigbo et al. (2021) menemukan bahwa *Entrepreneurial Alertness* memperkuat hubungan antara pengalaman kewirausahaan sebelumnya dan Entrepreneurial Intention. Li et al. (2022) juga mengidentifikasi pengaruh positif *Entrepreneurial Alertness* terhadap Entrepreneurial Intention,

meskipun persepsi risiko pandemi dapat melemahkannya. *Entrepreneurial Alertness* secara langsung memengaruhi *Entrepreneurial Intention* karena mengembangkan pengenalan peluang dan identifikasi penilaian individu dengan niat berbisnis. Orang yang memiliki tingkat kewaspadaan tinggi cenderung lebih cepat mengenali peluang bisnis, yang pada akhirnya dapat mempercepat tumbuhnya keinginan untuk berwirausaha.

Berdasarkan uraian penjelasan terkait hubungan variabel tersebut, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Entrepreneurial Alertness* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*

2.2.3 *Family Support* dan *Entrepreneurial Intention*

Family Support memainkan peran penting dalam membentuk niat berwirausaha seseorang. Annisa et al., (2021) menemukan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara *Family Support* dan niat berwirausaha siswa SMK. Hal serupa dikemukakan oleh Putra dan Prabandari (2023) yang menunjukkan bahwa *Family Support* secara signifikan mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa di Indonesia. Selain itu, Sofia dan Sanjaya (2021) juga menegaskan bahwa persepsi *Family Support* secara signifikan memprediksi niat berwirausaha di kalangan mahasiswa Surabaya. Berbagai hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa keluarga sebagai sumber dukungan emosional dan finansial memainkan peran sentral dalam meningkatkan niat individu untuk berwirausaha, serta studi yang dilakukan oleh Adha et al. (2023a) menunjukkan bahwa *Family Support* memiliki efek langsung terhadap niat berwirausaha mahasiswa, selain efek tidak langsung melalui *Self Efficacy* dan motivasi berprestasi. Berdasarkan uraian penjelasan terkait hubungan variabel tersebut, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Family Support* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*

2.2.4 *Self Efficacy* dan *Entrepreneurial Intention*

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa *Self Efficacy* secara langsung memengaruhi *Entrepreneurial Intention*. Semakin tinggi keyakinan seseorang terhadap kemampuannya (*perceived behavioral control*), semakin besar niatnya untuk memulai bisnis (Ferreira-Neto et al., 2023). Selain itu penelitian Manullang (2023) menegaskan bahwa *Self Efficacy* memiliki peran signifikan dalam meningkatkan *Entrepreneurial Intention* pada siswa SMK, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saoula et al., (2023) menemukan bahwa *Self Efficacy* berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha dan penelitian (Lubis et al., 2022) yang menemukan bahwa *Self Efficacy* memiliki hubungan positif signifikan dengan minat berwirausaha siswa SMK, dan bersamaan dengan dukungan sosial dan prokrastinasi memberikan kontribusi terhadap minat tersebut. Berdasarkan uraian penjelasan terkait hubungan variabel tersebut, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Self Efficacy* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*

2.2.5 Peran Mediasi *Self Efficacy*

a) *Digital Competencies*, *Self Efficacy* dan *Entrepreneurial Intention*

Penelitian menemukan bahwa *Digital Competencies* tidak berpengaruh langsung terhadap niat berwirausaha pada siswa vokasi, sebagaimana dinyatakan dalam hasil analisis (Sutiadiningsih et al., 2025). Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Bachmann et al., 2024), namun berbeda dengan beberapa studi lain (Bartolomé et al.,

2022; von Briel et al., 2021), yang menunjukkan perlunya variabel mediator antara *Digital Competencies* dan niat berwirausaha. Salah satu mediator yang signifikan adalah *Self Efficacy* kewirausahaan.

Digital Competencies dapat meningkatkan keyakinan siswa dalam kemampuan kewirausahaan mereka, seperti dalam mengidentifikasi peluang bisnis, mengelola risiko, dan mengoperasikan bisnis secara digital dan keyakinan diri yang tinggi ini kemudian secara langsung mendorong niat berwirausaha, seperti dijelaskan dalam temuan penelitian (Sutiadiningsih et al., 2025).

Temuan dalam penelitian sebelumnya mendukung penerapan teori kognitif sosial yang menekankan pentingnya keyakinan diri sebagai penghubung antara keterampilan dan tindakan nyata. Secara praktis, implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan vokasi tidak hanya perlu fokus pada pengembangan *Digital Competencies*, tetapi juga harus memperkuat *Self Efficacy* siswa melalui berbagai metode pembelajaran seperti simulasi bisnis dan program mentoring, untuk secara efektif menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan siswa. Berdasarkan uraian penjelasan terkait hubungan variabel tersebut, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut :

H_{4a}: *Self Efficacy* memediasi pengaruh *Digital Competencies* terhadap Entrepreneurial Intention

b) *Entrepreneurial Alertness*, *Self Efficacy* dan Entrepreneurial Intention

Entrepreneurial Alertness berperan penting dalam membentuk Entrepreneurial Intention melalui mediasi *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE), sebagaimana dijelaskan dalam kerangka *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1982). *Entrepreneurial Alertness*, yang mencakup kemampuan untuk mengenali peluang bisnis, meningkatkan niat kewirausahaan dengan memperkuat ESE, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuan mereka dalam menjalankan tugas kewirausahaan seperti pengenalan dan eksploitasi peluang. Studi oleh (Jiatong et al., 2021) di Pakistan menunjukkan bahwa ESE tidak hanya memediasi tetapi juga memoderasi hubungan antara *cognitive flexibility* (yang terkait erat dengan *alertness*) dan niat kewirausahaan. Penelitian meta-analitik oleh Brandstätter, (2011) menyoroti hubungan signifikan antara kepribadian dan kewirausahaan, di mana sifat seperti *Self Efficacy*, otonomi, dan inovasi memperkuat niat kewirausahaan melalui pengenalan peluang, eksploitasi peluang, inovasi, dan penciptaan nilai (Leutner et al., 2014).

Studi oleh Newman et al., (2019) menegaskan bahwa ESE adalah mediator kunci antara faktor kognitif seperti *alertness* dan niat kewirausahaan, dengan pendidikan dan pengalaman sebelumnya meningkatkan ESE. (Sharma, 2019), melalui tinjauan literatur sistematis menegaskan bahwa *alertness*, yang mencakup kreativitas dan ESE, secara signifikan memengaruhi pengenalan peluang dan niat kewirausahaan. Selain itu, keterampilan sosial yang kuat, sebagaimana dijelaskan oleh (Diener & Seligman, 2002), membantu wirausahawan membangun jaringan sosial yang luas dan informatif, yang bertindak sebagai sumber daya berharga untuk mendukung *alertness* dan niat kewirausahaan (Baron, 2007). Kombinasi sifat kepribadian seperti *Self Efficacy*, optimisme, dan toleransi risiko dengan jaringan sosial ini memperkuat hubungan antara *alertness* dan niat kewirausahaan, dengan implikasi untuk pengembangan pendidikan kewirausahaan yang berfokus pada peningkatan ESE dan kemampuan kognitif.

Berdasarkan uraian penjelasan terkait hubungan variabel tersebut, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H4b: *Self Efficacy* memediasi berpengaruh positif *Entrepreneurial Alertness* terhadap Entrepreneurial Intention

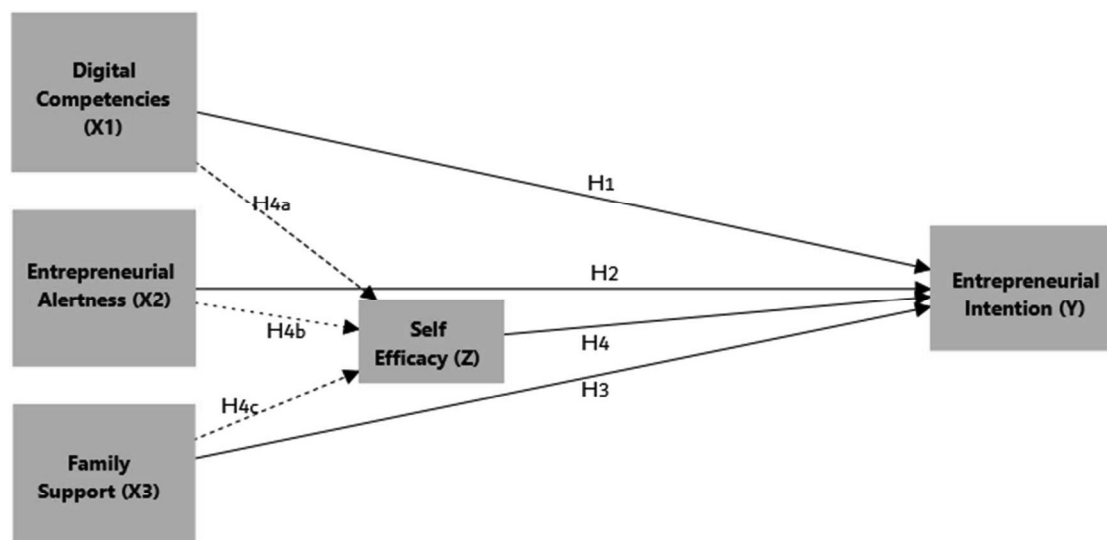
c) *Family Support, Self Efficacy dan Entrepreneurial Intention*

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *Family Support* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Namun, efek ini tidak langsung, melainkan dimediasi oleh dua faktor utama: *entrepreneurial Self Efficacy* (ESE) dan pendidikan kewirausahaan. Dengan kata lain, *Family Support* memperkuat keyakinan diri mahasiswa dalam berwirausaha, yang kemudian mendorong meningkatnya niat mereka untuk memulai bisnis (Saoula et al., 2023). Penelitian yang dilakukan oleh Al Issa, (2024) juga menemukan bahwa program mentoring kewirausahaan berdampak positif pada minat mahasiswa untuk berwirausaha, di mana *entrepreneurial Self Efficacy* (ESE) berperan sebagai mediator. Meskipun tidak secara spesifik membahas peran *Family Support*, mentor dalam program ini bisa saja berasal dari lingkungan keluarga, sehingga tetap relevan untuk dikaitkan dengan konteks *Family Support*. Berdasarkan uraian penjelasan terkait hubungan variabel tersebut, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut :

H4c: *Self Efficacy* memediasi berpengaruh positif *Self Efficacy* terhadap Entrepreneurial Intention

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran menggambarkan hubungan antar variabel dalam bentuk diagram alur yang dilengkapi dengan tanda panah untuk menunjukkan arah hubungan menuju variabel tertentu (Madiistriyatno, 2021). Secara lebih rinci, model penelitian ini dapat divisualisasikan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis

2.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel disusun untuk memberikan batasan yang jelas dan terukur terhadap variabel penelitian, memastikan konsistensi pengukuran dan analisis dalam PLS-SEM. Definisi ini mencakup variabel, indikator dan sumber referensi. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian tersaji dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 2. 1
Definisi Operasional Variabel

<i>Variabel</i>	<i>Indikator</i>	<i>Sumber</i>
<i>Digital Competencies</i>	1. Kemampuan mengidentifikasi dan menggunakan sumber digital yang tepat. 2. Penguasaan strategi pencarian informasi digital. 3. Kemampuan mengambil informasi dari berbagai platform digital. 4. Kemampuan menyimpan data digital secara aman. 5. Komunikasi melalui berbagai alat digital. 6. Kolaborasi pengeditan dokumen digital. 7. Penerapan etika interaksi digital. 8. Partisipasi aktif di komunitas digital. 9. Berbagai pengalaman melalui perangkat digital. 10. Kesadaran risiko lingkungan digital. 11. Perlindungan privasi digital. 12. Pembaruan pengaturan keamanan berkala. 13. Penggunaan teknologi secara sehat. 14. Penggunaan alat/platform sesuai kebutuhan. 15. Adaptasi perangkat digital untuk kepentingan pribadi. 16. Pemanfaatan peluang belajar digital mandiri. 17. Pengorganisasian sumber belajar digital.	Rubach & Lazarides (2021)
<i>Entrepreneurial Alertness</i>	1. Kebiasaan membaca materi kewirausahaan. 2. Aktif mencari informasi bisnis. 3. Menikmati pengumpulan informasi. 4. Mengamati tren pasar. 5. Mencari informasi industri terkini. 6. Rasa ingin tahu tentang peluang usaha. 7. Menghubungkan informasi yang tidak terkait. 8. Menggabungkan informasi untuk ide baru. 9. Mendapat wawasan dari berbagai bidang 10. Menilai kelayakan peluang. 11. Analisis risiko-manfaat dengan cepat. 12. Memilih peluang terbaik. 13. Insting penilaian keberhasilan ide bisnis.	Tang et al., (2012) dan diadaptasi oleh Suratman & Roostika (2022)
<i>Family Support</i>	1. Persetujuan keluarga terhadap tindakan kewirausahaan. 2. Dorongan keluarga untuk memulai usaha.	(Osorio et al., 2017) yang diadaptasi oleh

	3. Dukungan finansial keluarga. 4. Penyediaan sumber daya/material oleh keluarga. 5. Pemberian nasihat/mentoring dari keluarga.	<i>Sofia. A dan Sanjaya (2022)</i>
<i>Self Efficacy</i>	1. Kemampuan mengidentifikasi peluang bisnis. 2. Kemampuan menciptakan produk baru. 3. Kemampuan menjalankan peran kewirausahaan. 4. Kemampuan mengomersialkan ide. 5. Kemampuan berpikir kreatif.	<i>Zhao et al., (2005) diadaptasi oleh Bachmann et al., (2024)</i>
Entrepreneurial Intention	1. Kesiapan berusaha maksimal 2. Tujuan karier sebagai pengusaha 3. Aksi nyata membangun bisnis. 4. Tekad mendirikan perusahaan 5. Pemikiran serius memulai bisnis 6. Niat jangka panjang jadi pengusaha	<i>Linan.F, & Chen.Y., 2009) diadaptasi oleh Bachmann et al., (2024)</i>

Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang berada di wilayah Kecamatan Slawi, Kabupaten Tegal. Berdasarkan data yang diperoleh, total jumlah siswa dari 10 SMK yang ada di wilayah tersebut mencapai 8.815 orang berdasarkan Data Peserta Didik Tingkat SMK di Kec. Slawi pada Dapodikdasmen. Tiap sekolah memiliki jumlah siswa yang berbeda-beda, sehingga populasi ini tergolong sebagai populasi yang heterogen dan tersebar di beberapa strata (Sugiyono, 2013)

3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *proporsional stratified sampling*. Teknik ini dipilih karena populasi terbagi atas beberapa kelompok (strata), yaitu sekolah-sekolah yang jumlah siswanya tidak seimbang. Oleh karena itu, alokasi sampel dilakukan secara proporsional terhadap jumlah siswa di tiap sekolah. Setelah diketahui jumlah sampel per sekolah, selanjutnya dilakukan pemilihan siswa secara acak yang tersedia di masing-masing sekolah (Kothari C. R., 2004), metode ini sesuai dengan penelitian (A Bryman, 2012) yang menyatakan bahwa pada populasi multisekolah, *proporsional stratified sampling* meminimalkan bias dengan menjamin representasi proporsional tiap strata (sekolah). Ukuran sampel ditentukan dengan mempertimbangkan dua pendekatan:

1. Rumus Slovin, rumus ini efektif digunakan saat populasi diketahui dan besar. Rumus Slovin memberikan pedoman dalam menetapkan jumlah sampel berdasarkan toleransi kesalahan (*margin of error*) tertentu. Dalam penelitian ini digunakan margin of error sebesar 10%, dengan pertimbangan keterbatasan sumber daya penelitian. Penggunaan margin of error sebesar 10% dianggap masih memadai dalam penelitian berskala eksploratif atau deskriptif, terutama bila mempertimbangkan keterbatasan waktu dan sumber daya yang tersedia (Sugiyono, 2013);Kothari, 2024). Berdasarkan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N (e^2)} = \frac{8815}{1 + 8815 (0.01)} = \frac{8815}{89.15} = 99$$

n = ukuran sampel yang dicari

N = jumlah total populasi

e = *margin of error* (tingkat kesalahan yang diterapkan, biasanya 0,05 atau 0,10)

2. Menurut Hair et al. (2017), penentuan ukuran sampel pada analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dapat menggunakan aturan 10 (sepuluh) kali jumlah indikator terbanyak pada suatu konstruk. Karena variabel *Digital Competencies* memiliki 17 indikator, maka jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah 170 responden. Rekomendasi ini sejalan dengan Kock & Hadaya (2018), Henseler et al, (2016) dan Chin (1998), yang menekankan bahwa kecukupan jumlah sampel harus disesuaikan dengan

kompleksitas model dan jumlah indikator agar hasil estimasi PLS-SEM memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai.

Penelitian ini menetapkan 170 responden sebagai ukuran sampel dengan pertimbangan memenuhi dan melebihi kebutuhan rumus Slovin (99 responden), memastikan representativitas populasi dengan *margin of error* 10%, dan sesuai dengan rekomendasi Hair et al. (2017) untuk PLS-SEM, membutuhkan minimal 170 responden untuk model dengan 17 indikator, memastikan daya statistik yang memadai. Berikut tabel jumlah sampel per SMK:

Tabel 3. 1
Jumlah Siswa per Sekolah

No	Nama Sekolah	Jumlah Siswa	Persentase	Jumlah Sampel
1	SMKN 1 SLAWI	2126	24%	41
2	SMKN 2 SLAWI	1764	20%	34
3	SMK BINA NUSA SLAWI	2269	26%	44
4	SMK MUHAMMADIYAH SLAWI	224	3%	4
5	SMK PGRI SLAWI	19	0%	0
6	SMKS AN NUR SLAWI	153	2%	3
7	SMKS BHAKTI PRAJA SLAWI	436	5%	8
8	SMKS NU 1 SLAWI	1203	14%	23
9	SMKS TARUNA BANGSA	290	3%	6
10	SMKS YPE NUSANTARA SLAWI	331	4%	7
	Jumlah	8815	100%	170

Sumber : Data Peserta Didik Kec. Slawi - Dapodikdasmen

3.3 Metode Pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode survei, yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara daring (*online*) melalui platform *Google Form*. Survei *online* dipilih karena praktis, efisien, dan memungkinkan menjangkau responden secara lebih luas serta cepat, terutama dalam konteks populasi pelajar yang sudah terbiasa menggunakan perangkat digital.

Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian yang telah diadaptasi dari studi-studi sebelumnya yang valid dan reliabel. Pertanyaan disusun dalam bentuk pernyataan tertutup menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari "Sangat Tidak Setuju" (1) hingga "Sangat Setuju" (5), yang dirancang untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap item.

Kuesioner disebarkan kepada 170 siswa SMK di Kecamatan Slawi, yang ditentukan sebagai sampel dengan teknik *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* dipilih karena sifatnya yang praktis, hemat waktu, dan memungkinkan peneliti untuk mengambil responden yang tersedia dan bersedia mengisi kuesioner pada saat penelitian dilakukan, tanpa memerlukan kriteria seleksi yang ketat (Creswell's, 2014; Margono, 2004; Sugiyono, 2013). Menurut (Notoatmodjo, 2010), *accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara aksidental berdasarkan ketersediaan responden, yang cocok untuk penelitian yang membutuhkan pengumpulan data secara cepat, terutama dalam konteks survei daring yang menargetkan populasi pelajar yang

mudah diakses melalui koordinator sekolah. Proses penyebaran kuesioner dilakukan melalui koordinator sekolah yang ditunjuk, yang kemudian membagikan tautan survei kepada siswa yang ditemui secara kebetulan di lingkungan sekolah.

Metode pengumpulan data ini mengikuti standar dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh data primer secara langsung dari responden. Penggunaan survei daring juga semakin relevan di era digital, terutama dalam konteks pendidikan dan generasi muda yang memiliki akses tinggi terhadap teknologi (Taherdoost, 2021)

3.4 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menganalisis data menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui SmartPLS 4 karena metode ini mampu menguji hubungan struktural kompleks termasuk mediasi, cocok untuk sampel moderat, dan lebih fleksibel terhadap asumsi normalitas data dibanding *covariance-based* SEM (Hair et al., 2022)

3.4.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*Outer Model*) pada analisis SmartPLS bertujuan untuk mengkaji sejauh mana indikator-indikator mampu merepresentasikan konstruk laten yang diukur. Evaluasi model ini dilakukan melalui pengujian validitas dan reliabilitas. Validitas dinilai melalui validitas konvergen (dengan nilai *loading factor* minimal 0,7), validitas diskriminan (indikator harus memiliki korelasi lebih tinggi terhadap konstraknya dibanding konstruk lain), serta nilai *Average Variance Extracted (AVE)* yang disyaratkan minimal 0,5. Sementara itu, reliabilitas menunjukkan konsistensi internal instrumen pengukuran, dengan batas minimal *Cronbach's alpha* sebesar 0,7 untuk menyatakan instrumen tersebut reliabel (Handayani, 2023).

3.4.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural atau inner model dalam analisis *SmartPLS* menjelaskan hubungan antar variabel laten. Keunggulan metode ini adalah kemampuannya dalam mengukur pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung (Handayani, 2023). Model struktural dalam penelitian ini melibatkan beberapa tahap analisis sebagai berikut:

3.4.2.a Nilai Koefisien β

Nilai koefisien β digunakan untuk menentukan arah pengaruh antar variabel. Arah pengaruh dapat bersifat positif (+) atau negatif (-). Pengaruh positif menunjukkan hubungan yang searah, sedangkan pengaruh negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah (Handayani, 2023).

3.4.2.b Uji Signifikansi

Uji signifikansi bertujuan untuk menilai apakah pengaruh antar variabel bermakna atau tidak. Kriteria yang digunakan adalah:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka pengaruh dinyatakan signifikan.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka pengaruh dinyatakan tidak signifikan (Handayani, 2023).

3.4.2.c Uji Mediasi

Uji mediasi digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel mediasi mampu memediasi hubungan antar variabel. Metode *Variance Accounted For* (VAF) memberikan tiga kriteria dalam menentukan tingkat mediasi:

1. VAF < 20%: Variabel mediasi tidak memiliki kemampuan mediasi.
2. VAF 20–80%: Variabel mediasi memiliki kemampuan mediasi parsial.
3. VAF > 80%: Variabel mediasi memiliki kemampuan mediasi penuh (Nasution, 2023).

Rumus perhitungan VAF adalah sebagai berikut:

$$VAF = \frac{Indirect\ Effect}{Total\ Indirect\ Effect} \text{ (Nasution, 2023)}$$