



Peran Persepsi Kontrol Perilaku dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Intensi Kewirausahaan Digital

Alifah Kusumaningrum
Kusnendi
Dian Herdiana Utama
Universitas Pendidikan Indonesia
Pos-el: alifahkusumaningrum@upi.edu
kusnendi@upi.edu
dian.herdiana@upi.edu

DOI: 10.32884/ideas.v8i4.1053

Abstrak

Fakta empiris menunjukkan bahwa sebagian besar lulusan SMK cenderung menjadi para pencari kerja dan masih banyak yang belum mampu untuk berwirausaha untuk mengembangkan dan mengimplementasikan keahlian yang didapat di SMK. Penelitian ini dilakukan untuk melihat peran persepsi kontrol perilaku dalam memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital. Populasi dalam penelitian ini adalah 202 dengan mengambil sampel sebanyak 136 siswa/siswi SMK Negeri di Jakarta Barat Kelas X jurusan bisnis daring dan digital. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah angket. Penelitian ini menggunakan analisis SEM-PLS dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasilnya menunjukkan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap intensi kewirausahaan digital pada siswa/siswi SMK Negeri di Jakarta Barat yang memiliki koefisien jalur sebesar 0,230 dan p values $0,011 < 0,050$. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap intensi kewirausahaan digital dimediasi oleh persepsi kontrol perilaku pada siswa/siswi SMK Negeri di Jakarta barat yang memiliki koefisien jalur sebesar 0,102 dan p values $0,009 < 0,050$. Sehingga ketika pengetahuan kewirausahaan siswa meningkat maka intensi kewirausahaan digital akan meningkat dan variabel persepsi kontrol perilaku membantu mendorong pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital.

Kata Kunci

Pengetahuan kewirausahaan, persepsi kontrol perilaku, intensi kewirausahaan digital

Abstract

The results of this study show perceived behavioral control in mediating the effect of entrepreneurial knowledge on the intensity of digital entrepreneurship. The sample of reasearch are 136 students/I SMK Negeri in West Jakarta Class X majoring in bold and digital business. This study uses a structural equation model analysis tool (PLS-SEM analysis) with the SmartPLS 3.0 application. The results show that entrepreneurial knowledge has a direct effect on the intensity of digital entrepreneurship in State Vocational High School students in West Jakarta which has a path coefficient of 0.230 and a p-value of $0.011 < 0.050$. Entrepreneurial knowledge has a significant positive effect on the intensity of digital entrepreneurship which is mediated by the perception of behavioral control in students/I SMK Negeri in West Jakarta which has a path coefficient of 0,102 and a p value of $0,009 < 0,050$.

Keywords

Entrepreneurship knowledge, perceptual behavior control, digital entrepreneurial intentions

Pendahuluan

Relolusi industri 4.0 memiliki ciri adanya perubahan yang terjadi pada pengkolaborasian beberapa teknologi (Hagberg et al., 2016). Kewirausahaan dengan memanfaatkan teknologi ditandai dengan munculnya berbagai teknologi yang didukung oleh berbagai inovasi yang bermunculan, hal itu mendorong potensi-potensi yang sebelumnya belum dimunculkan (Purnomo et al., 2020). *Trend* penelitian mengenai kewirausahaan digital belum banyak dilakukan di era industri 4.0. Penelitian sebelumnya yang mengkasi mengenai kewirausahaan digital yaitu ((Lerch & Gotsch, 2015);(Purnomo et al., 2020);(Zhao & Collie, 2016);(Bruton et al., 2013);(Tedmanson et al., 2012)). Digital kewirausahaan adalah suatu usaha yang memanfaatkan berbagai media yang

memanfaatkan digital (Fisch et al., 2021). Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dalam intensi kewirausahaan digital, ketangkasan, kewaspadaan kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan penting dalam mempengaruhi niat (Dutot, 2015). Penelitian ini melihat bagaimana peran sekolah dalam memberikan pengetahuan kewirausahaan siswa guna membentuk intensi kewirausahaan digital mereka.

Perubahan yang terjadi pada dunia digital mendorong generasi muda untuk selalu peka terhadap perubahan-perubahan tersebut (Ardi & Putri, 2020). Generasi milenial merupakan suatu aset yang berharga disuatu negara, termasuk untuk Indonesia sendiri. Sehingga perlu untuk menumbuhkan jiwa-jiwa kewirausahaan sejak dini. Bahkan disebutkan bahwa pemanfaatan digital dalam pembangunan ekonomi disuatu negara perlu adanya perhatian khusus (International Telecommunication Union, 2020). Dibeberapa negara berbagai masalah perekonomian dapat diatasi melalui kegiatan usaha. Bahkan berwirausaha dianggap sebagai potensi untuk memperbaiki pertumbuhan ekonomi (Mardikaningsih, 2021). Berwirausaha dapat menekan tingkat pengangguran bagi negara-negara dengan jumlah penduduk tinggi (Nwagu et al., 2021). Implementasi kewirausahaan yang terjadi baik negara maju maupun negara diharapkan mampu mengatasi permasalahan besar khususnya permasalahan ekonomi dan sosial ((Shah dalam (R Dian H, Hafizhah et al., 2019). Munculnya bisnis-bisnis baru yang memanfaatkan digital diharapkan mampu memperluas lapangan kerja (Botsaris dalam (R Dian H, Hafizhah et al., 2019).

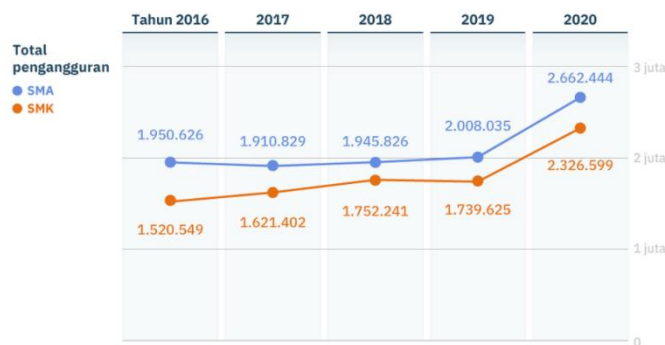
Lahirnya SMK dibelatarbelakangi oleh dorongan untuk mencetak lulusan dengan berbagai keterampilan yang dimiliki. Kenyataannya dilapangan, lulusan SMK masih rendah dalam melatih dan menerapkan keahlian yang didapat selama menempuh pendidikan kejuruan (Subijanto, 2012). Berikut tingkat pengangguran terbuka provinsi DKI Jakarta menurut kabupaten/kota:

Tabel 1
 Persentase Jumlah Pengangguran Terbuka (TPT) DKI Jakarta berdasarkan Kabupaten (%)

Kabupaten	Tahun 2019	Tahun 2020	Kenaikan
Kepulauan Seribu	5,44	7,37	1,93
Jakarta Selatan	6,84	10,79	3,95
Jakarta Timur	6,15	9,29	3,14
Jakarta Pusat	7,51	10,97	3,46
Jakarta Barat	5,21	12,27	7,06
Jakarta Utara	6,32	11,79	5,47
Jumlah	37,47	62,48	25,01

Sumber: Badan Pusat Statistika (BPS) Tahun 2021

Berdasarkan tabel 1 di atas, diketahui bahwa seluruh kabupaten/kota di Jakarta pada tahun 2020 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya tahun 2019 dengan total kenaikan sebesar 25,01%. Berdasarkan 6 kabupaten/kota di atas, kabupaten/kota yang paling besar kenaikan tingkat pengangguran terbuka (TPT) adalah Jakarta Barat yaitu sebesar 7,06%.



Sumber: Statistik Pendidikan BPS, 2016-2020 (diolah)
 Desainer: Arjial | Analis: Cahaya

lokadata

Gambar 1. Pertumbuhan Pengangguran Tingkat SMA dan SMK



Berdasarkan Gambar 1 di atas, jumlah pengangguran di tingkat SMA dan SMK selalu mengalami kenaikan mulai dari tahun 2016 sampai dengan 2020. Pada tahun 2020 tingkat pengangguran pada tingkat SMA adalah 2.662.444 orang dan pada tingkat SMK sebanyak 2.326.599. Walaupun tingkat pengangguran SMA lebih besar jika dibandingkan SMK, dengan jumlah 2.326.599 pengangguran, angka tersebut sangatlah tinggi sebab kurikulum pembelajaran di SMK yang sudah didesain untuk mencetak lulusan-lulusan yang berketerampilan sehingga mampu untuk berwirausaha dan mampu membuka lapangan pekerjaan sebanyak-banyaknya.

Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui bahwa tahun 2019 sampai dengan 2021 jumlah lulusan yang mengambil pilihan untuk menjadi wirausahawan dari SMK di Jakarta Barat masih sangat rendah. Angka tersebut masih di bawah 30%. Angka 30% masih terbilang rendah bagi lulusan SMK. Sebab, menurut (Riani, 2016) apabila jumlah lulusan yang berwirausaha < 39% maka masuk ke dalam kategori rendah.

Meningkatkan intensi kewirausahaan digital menjadi sesuatu hal yang penting untuk diteliti. Sebab, implementasi dalam konteks pendidikan dimungkinkan muncul apabila intensi kewirausahaan digital dikalangan siswa dapat ditingkatkan (Hasanah & Setiaji, 2019). Instansi pendidikan adalah tempat yang dapat mendorong siswa untuk meningkatkan intensi berwirausaha. Untuk meningkatkan intensi kewirausahaan digital dapat didorong melalui beberapa faktor yaitu pengetahuan kewirausahaan.

Teori yang mendasari penelitian ini adalah *theory of planned behavior* (TBP) yang dikembangkan oleh Linen. Beberapa hal yang mendasarinya yaitu bahwa dalam mendorong niat berwirausaha ada faktor pendukungnya yaitu antara lain, 1) *Attitude Towards Behavior* (ATB), hal ini berkaitan dengan keyakinan yang dimiliki seseorang untuk mendorong perilaku yang dilakukannya akan berdampak suatu hal, 2) *Subjective Norm* (SN), hal ini berkaitan dengan sesuatu yang dianggap baik atau buruk oleh seseorang dalam melakukan sesuatu, 3) *Perceived Behavioral Control* (PBC), hal ini berkaitan dengan keyakinan seseorang terhadap faktor-faktor yang hadir yang nantinya akan mendorong atau mencegah seseorang untuk melakukan suatu perilaku.

Intensi adalah suatu keyakinan dan tekad yang dirasakan seseorang baik secara kebetulan ataupun tidak untuk melakukan kegiatan (Ajzen, 2020). Intensi kewirausahaan digital adalah suatu motivasi seseorang dalam melakukan beberapa upaya untuk mencari informasi dan perencanaan untuk mencapai tujuan bisnis dengan memanfaatkan dunia digital (Antonizzi & Smuts, 2020). Kewirausahaan digital dipandang sebagai suatu subkategori kewirausahaan di mana beberapa atau semua fisik dalam suatu organisasi/instansi tradisional telah bertransformasi (Zhao & Collie, 2016).

Pengetahuan kewirausahaan adalah suatu upaya yang dilakukan untuk mentransfer suatu ilmu dan keterampilan yang dilakukan individu melalui pembinaan, praktik serta lingkungan yang mendukung. Pengetahuan kewirausahaan di SMK tentunya dapat dibentuk melalui berbagai hal diantaranya pendidikan akan kesadaran berwirausaha, pendidikan untuk *start up*, pendidikan dinamika kewirausahaan, dan pendidikan berkelanjutan bagi wirausaha (Hoque et al., 2017).

Persepsi kontrol perilaku adalah keyakinan seseorang terhadap faktor-faktor yang hadir yang nantinya akan mendorong atau mencegah seseorang untuk melakukan suatu perilaku (Ajzen, 2020). Poin penting dalam model penelitian menyebutkan bahwa *Perceived Behavioral Control* (PBC) berpengaruh terhadap intensi berwirausaha digital dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan melalui PBC. Dalam Linan S Model menyebutkan bahwa persepsi kontrol perilaku memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital (Hattab, 2014).

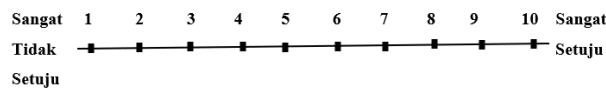
Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sumargono, 2013) menyatakan bahwa *soft skill* dan *hard skill* yang dikembangkan pada pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kemampuan merancang prospek usaha. Penelitian yang dilakukan oleh (Hussain & Norashidah, 2015) menyimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha pada siswa di Pakistan. Hasil senada juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan (Aprilianty, 2012). Penelitian lainnya menyebutkan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha *online* (Oosterbeek et al., 2010).

Konsep yang dihadirkan oleh Linan menjelaskan bahwa *personal attitude*, *perceived social norms*, *perceived feasibility* memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan. Dari penelitian-penelitian Linan tersebut ditemukan bahwa *Perceived Behavioral Control* (PBC) atau *Perceived Feasibility* dan sikap pribadi (PA) berkorelasi positif dan sangat tinggi dengan intensi berwirausaha. Namun

Norma Sosial (SN) lebih rendah dan cenderung tidak signifikan. Namun berpengaruh secara signifikan melalui PA dan PBC. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji hal tersebut yaitu mengenai peran persepsi kontrol perilaku dalam memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital.

Metode

Populasi penelitian ini adalah siswa-siswi SMK Negeri kelas XI di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan pemasaran tahun pelajarann 2022/2023 dengan jumlah populasi 202. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *survey eksplanatory*. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 136 siswa/I SMK Negeri di Jakarta Barat Kelas X jurusan bisnis daring dan digital. Alat analisis dalam penelitian SEM-PLS ini menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini observasi, wawancara dan angket. Skala pengukuran penelitian ini menggunakan skala *bipolar adjective*. Berikut skor alternatif jawaban berdasarkan jenis item pernyataan untuk variabel intensi kewirausahaan digital, pengetahuan kewirausahaan, persepsi kontrol perilaku:

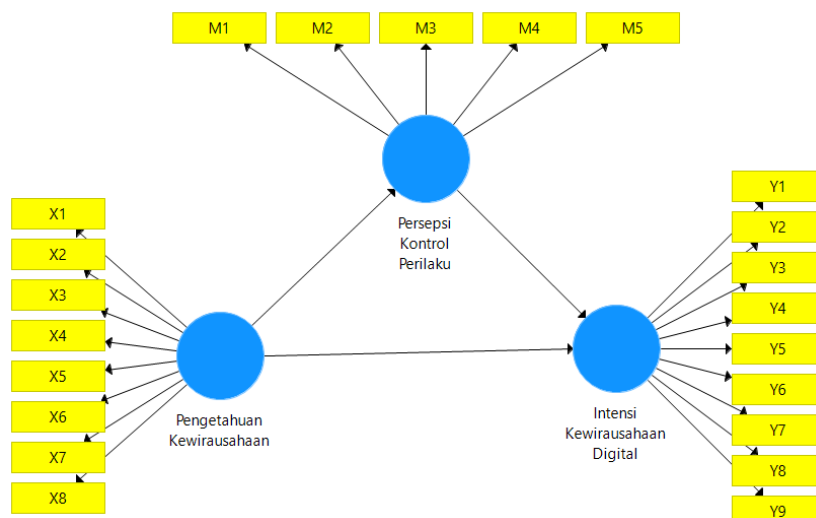


Gambar 2. Skala Bipolar *Adjective*

Dimensi intensi kewirausahaan digital dalam penelitian menggunakan pendapat yang dikemukakan oleh ((Van Gelderen et al., 2008) dalam (Vemmy, 2013)) yang terdiri dari *desires, preferences, plans, behavior expectancies*. Dimensi pengetahuan kewirausahaan yang dikemukakan oleh (Suryana, 2010), dimensi yang dimaksud adalah mengerti tentang bidang usaha yang dijalankan, memiliki pembukuan sederhana, mampu berkomunikasi dengan baik, memiliki pengetahuan tentang manajemen. Dimensi dalam persepsi kontrol perilaku. Dimensi-dimensi yang dimaksud adalah keyakinan kontrol (*control beliefs*) dan kekuatan kontrol (*power of factor*) yang dikemukakan oleh Ajzen.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di SMK Negeri di Jakarta Barat yang merupakan siswa/siswi kelas XI jurusan bisnis daring dan digital tahun ajaran 2021/2022. Berikut gambar penelitian dari *output* SmartPLS:



Gambar 3. Model Penelitian SmartPLS

Hasil

Uji Validitas

Tabel 2

Nilai *Outer Loading* Intensi Kewirausahaan Digital (Y)

No	Variabel	Dimensi	Variabel Manifest	Nilai <i>Outer Loading</i>
1.	Intensi kewirausahaan digital	<i>Desires</i>	Y1	0,858
			Y2	0,761
			Y3	0,714
		<i>Preferences</i>	Y4	0,764
			Y5	0,705
			Y6	0,769
		<i>Plans</i>	Y7	0,725
			Y8	0,770
			Y9	0,746
2.	Persepsi kontrol perilaku	Keyakinan kontrol	M1	0,754
			M2	0,747
		Kekuatan kontrol	M3	0,780
			M4	0,779
			M5	0,752
3.	Pengetahuan kewirausahaan	Mengerti tentang bidang usaha yang dijalankan Memiliki kemampuan pembukuan sederhana Mampu berkomunikasi dengan baik Pengetahuan tentang manajemen	X1	0,785
			X2	0,775
			X3	0,733
			X4	0,719
			X5	0,819
			X6	0,759
			X7	0,734
			X8	0,712

Berdasarkan tabel di atas, nilai *loading factor* dari indikator dari 3 variabel pengetahuan kewirausahaan, persepsi kontrol perilaku dan intensi kewirausahaan digital memperlihatkan nilai *outer loading* > 0,70. Dimana nilai ini menggambarkan suatu ukuran ideal atau valid sebagai indikator serta layak untuk digunakan.

Uji Realibilitas

Uji realibilitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Tingkat realibilitas dikatakan reliabel ketika memiliki nilai > 0,70. Berikut ini tabel 3 yang merupakan hasil dari *composite reliability* dan *cronbach alpha*.

Tabel 3

Rangkuman Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*

No.	Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Ketentuan Nilai	Keterangan
1.	Intensi kewirausahaan digital	0,924	0,908	0,70	Reliabel
2.	Persepsi kontrol perilaku	0,906	0,822	0,70	Reliabel
3.	Pengetahuan kewirausahaan	0,803	0,894	0,70	Reliabel

Sumber: *Output SmartPLS*

Berdasarkan tabel rangkuman tersebut, ditunjukkan bahwa hasil *composite reliability* dan *cronbach alpha* pada seluruh variabel penelitian memiliki nilai di atas 0,70 yang artinya seluruh konstruk tersebut konsisten dan layak untuk digunakan.

Tabel 4

Output Diskriminan *Validity*

	Intensi Kewirausahaan Digital	Perilaku Kontrol Persepsi	Pengetahuan Kewirausahaan
1. Intensi kewirausahaan digital	0,758		
2. Persepsi kontrol perilaku	0,448	0,763	

3. Pengetahuan kewirausahaan	0,332	0,263	0,755
------------------------------	-------	-------	-------

Sumber: SmartPLS

Berdasarkan tabel di atas, nilai akar kuadrat AVE semuanya memiliki nilai lebih besar dari masing-masing konstruk reflektifnya baik itu variabel, intensi kewirausahaan digital, persepsi kontrol perilaku dan pengetahuan kewirausahaan. Artinya, dengan kriteria Fornell Larcker pada penelitian ini sudah memenuhi kriteria validitas diskriminan yang baik, sehingga dapat dipergunakan dalam penelitian ini.

Tabel 5
 Nilai R² Variabel Laten Penelitian

	R-Square	R-Square Adjusted
Intensi Kewirausahaan Digital	0,250	0,239
Persepsi Kontrol Perilaku	0,069	0,062

Sumber: *Output* SmartPLS

Berdasarkan tabel 5, didapat nilai (R-Square) dalam model peran mediasi persepsi kontrol perilaku pada pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital adalah 0,250. Artinya 75% dipengaruhi oleh faktor lain.

Pengujian Hipotesis

Tabel 6
 Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Sampel Asli	Rata-Rata Sampel	Standar Deviasi	T statistika	P-Value
X → Y	0,230	0,245	0,090	2,568	0,011
X → M → Y	0,102	0,112	0,039	2,640	0,009

Sumber: *Output* SmartPLS

Berdasarkan tabel *output bootstrapping* pada efek pengaruh langsung literasi digital terhadap intensi kewirausahaan digital memiliki koefisien jalur sebesar 0,230 nilai *p-value* 0,011 < 0,05 artinya pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan digital pada siswa/siswi SMK Negeri di Jakarta Barat. Efek pengaruh langsung pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital memiliki koefisien jalur sebesar 0,102 nilai *p-values* 0,009 < 0,050 yang artinya persepsi kontrol perilaku memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan digital pada siswa/siswi SMK Negeri di Jakarta Barat.

Pembahasan

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Intensi Kewirausahaan Digital

Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan digital siswa SMK Negeri di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan digital. Hasil ini mengindikasikan bahwa teori *entrepreneurial intention based models* dari Francisco Linan masih relevan dan dapat digunakan dalam mengestimasi intensi kewirausahaan siswa. Salah satu variabel eksogen yang dapat mempengaruhi antededen niat berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan.

Penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan digital (Farani, 2016). Pengetahuan kewirausahaan merupakan jantung dari kewirausahaan dan secara signifikan mempengaruhi keputusan berwirausaha. Siswa dengan pengetahuan kewirausahaan memiliki niat kewirausahaan yang lebih kuat daripada yang lain.

Literatur kewirausahaan menunjukkan bahwa niat konkret memainkan peran penting dalam keputusan untuk memulai bisnis baru. Niat karir kewirausahaan telah dianggap sebagai elemen kunci dalam memahami proses penciptaan bisnis baru (Farani, 2016). Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Jebarajakirthy & Thaichon, 2015) yang menyatakan pengetahuan kewirausahaan merupakan jantung dari kewirausahaan dan secara signifikan mempengaruhi keputusan penciptaan usaha dan niat.



Berdasarkan (Liñán & Chen, 2009) faktor penting yang mencerminkan tingkat pengetahuan kewirausahaan dan kesadaran yang dimiliki individu tentang berbagai aspek dalam membangun dan mengelola usaha baru, dari tahap pertama identifikasi peluang, melalui evaluasi peluang baru, pengetahuan yang dibutuhkan untuk menemukan usaha baru, serta lingkungan kewirausahaan dan sistem pendukung. Secara umum, pengetahuan yang lebih besar akan secara langsung memberikan kesadaran yang lebih besar tentang adanya pilihan karir profesional tersebut, membuat niat menjadi wirausaha lebih kredibel.

Pengetahuan kewirausahaan di SMK tentunya dapat dibentuk melalui berbagai hal diantaranya pendidikan akan kesadaran berwirausaha, pendidikan untuk *start up*, pendidikan dinamika kewirausahaan, dan pendidikan berkelanjutan bagi wirausaha (Hoque et al., 2017). Maka dari itu penting bagi siswa untuk memiliki kesadaran tentang hal tersebut. Siswa/siswi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang mampu menerapkan kompetensi dan keahlian yang dimiliki kesempatan untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Sebab *entrepreneur* dikatakan sukses apabila mampu mengamalkan ilmu yang dimilikinya. Tingkatan pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki siswa/siswi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) akan menjadi modal untuk menunjang keberhasilan dalam berbisnis kedepannya.

Mediasi Persepsi Kontrol Perilaku pada Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Intensi Kewirausahaan Digital

Pengetahuan kewirausahaan adalah faktor penting yang dapat menggambarkan tingkat pengetahuan dan kesadaran yang dimiliki individu dalam menemukan berbagai inovasi baru, peluang serta pengetahuan untuk memulai usaha baru. Secara umum, pengetahuan yang lebih besar akan mendorong pilihan karir seseorang dan membuat niat menjadi wirausaha lebih terarah. Selain itu, pengetahuan kewirausahaan yang dimediasi oleh persepsi kontrol perilaku menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan yang lebih besar kontribusinya. Artinya, pengetahuan kewirausahaan secara langsung memberikan bantuan untuk meningkatkan kepercayaan diri dan perasaan mampu untuk terlibat dalam perilaku persepsi.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi kontrol perilaku memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan digital siswa SMK Negeri di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan digital. Hal ini sejalan dengan pendapat Linan yang menyatakan bahwa *Perceived Behavioral Control* (PBC) berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Secara khusus, pengetahuan kewirausahaan mengarah pada berbagai aspek memulai dan menjalankan bisnis sehingga berperan terhadap pandangan-pandangan yang mendorong kegiatan berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan dapat menyebabkan sikap yang menguntungkan, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku kuat terkait dengan memulai kewirausahaan (Farani, 2016).

Persepsi kontrol perilaku didarapkan menjadi suatu kontrol yang dimiliki individu atas perilakunya dan yang secara langsung mempengaruhi perilakunya. Semakin tinggi persepsi kontrol perilaku seseorang akan semakin besar kemungkinan seseorang tersebut untuk minat berwirausaha dalam (Alene, 2022). Persepsi kontrol perilaku adalah keyakinan seseorang terhadap faktor-faktor yang hadir yang nantinya akan mendorong atau mencegah seseorang untuk melakukan suatu perilaku (Ajzen, 2020). Poin penting dalam model penelitian menyebutkan bahwa *Perceived Behavioral Control* (PBC) berpengaruh terhadap intensi berwirausaha digital dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan melalui PBC. Dalam Linan S Model menyebutkan bahwa persepsi kontrol perilaku memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital (Hattab, 2014).

Pendidikan dan pengajaran pada program pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi intensi dan perilaku kewirausahaan siswa. Selain itu, pengetahuan tentang kewirausahaan dapat juga mempengaruhi persepsi kontrol perilaku, sikap personal dan norma subjektif. Oleh karena itu, dengan memodifikasi tingkat pengetahuan kewirausahaan diharapkan dapat memberikan pengaruh yang berbeda dan signifikan terhadap antededen motivasi dari intensi (Liñán & Chen, 2009).

Simpulan

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian peran mediasi persepsi kontrol perilaku pada pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital pada siswa/siswi SMK Negeri jurusan bisnis daring dan digital di Jakarta Barat. Dapat disimpulkan bahwa, 1) Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh

positif terhadap persepsi kontrol perilaku siswa/siswi SMK Negeri di Jakarta Barat jurusan bisnis daring dan digital. Artinya ketika pengetahuan kewirausahaan meningkat maka intensi persepsi kontrol perilaku juga akan meningkat dan, 2) Pengaruh pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital yang dimediasi oleh persepsi kontrol perilaku yang artinya persepsi kontrol perilaku dapat memperkuat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan. Bahkan pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital hasilnya lebih baik jika diperkuat oleh persepsi kontrol perilaku.

Daftar Rujukan

- Ajzen, I. (2020). The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Alene, E. T. (2022). *Determinants of Entrepreneurial Performance of Return Migrants: A Study of Young Returnees from Gondar City, Ethiopia Design / Methodology / Approach : Findings: Research limitations / implications : Practical implications : 1–28.*
- Antonizzi, J., & Smuts, H. (2020). The Characteristics of Digital Entrepreneurship and Digital Transformation: A Systematic Literature Review. In *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics): Vol. 12066 LNCS*. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5_20
- Aprilianty, E. (2012). *Pengetahuan Kewirausahaan, dan Lingkungan the Effect of Entrepreneur Personality, Entrepreneurship Knowledge, and Environment on Entrepreneurial Interest.* 311–324. <https://doi.org/10.21831/jpv.v2i3.1039>
- Ardi, Z., & Putri, S. A. (2020). The Analysis of the Social Media Impact on the Millennial Generation Behavior and Social Interactions. *Southeast Asian Journal of Technology and Science*, 1(2), 70–77. <https://doi.org/10.29210/81065100>
- Bruton, G. D., Ketchen, D. J., & Ireland, R. D. (2013). Entrepreneurship as a Solution to Poverty. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 683–689. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.05.002>
- Dutot, V. (2015). Digital Entrepreneurship Intention in a Developed vs. Emerging Country: An Exploratory Study in France and the UAE. *Transnational Corporations Review*, 7(1), 79–96. <https://doi.org/10.5148/tncr.2015.7105>
- Farani, A. Y. (2016). The Role of Entrepreneurial Knowledge and Skills in Developing Digital Entrepreneurial Intentions in Public Universities in Hamedan Province. *Iranian Journal of Information Processing Management*, 31(3). <https://www.scopus.com/inward/record.uri?partnerID=HzOxMe3b&scp=84973916093&origin=inward>
- Fisch, C., Franken, I. H. A., & Thurik, R. (2021). Journal of Business Venturing Insights are Behavioral and Electrophysiological Measures of Impulsivity Useful for Predicting Entrepreneurship? *Journal of Business Venturing Insights*, 16(June), e00253. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2021.e00253>
- Hagberg, J., Sundstrom, M., & Egels-Zandén, N. (2016). The Digitalization of Retailing: An Exploratory Framework. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 44(7), 694–712. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-09-2015-0140>
- Hasanah, U. U., & Setiaji, K. (2019). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa dalam E-Business. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v13i2.17051>
- Hattab, H. W. (2014). Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in Egypt. *Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1–18. <https://doi.org/10.1177/0971355713513346>
- Hussain, A., & Norashidah, D. (2015). Impact of Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Intentions of Pakistani Students. *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, 2(1), 43. <https://doi.org/10.5296/jebi.v2i1.7534>
- International Telecommunication Union (ITU). (2020). *Internet Report: Internet for a Mobile Generation.*
- Jebarajakirthy, C., & Thaichon, P. (2015). A Conceptual Framework for Understanding and Developing Entrepreneurial Behaviour: Implications for Social Marketers. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 20(4), 299–311. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1532>
- Lerch, C., & Gotsch, M. (2015). Digitalized Product-Service Systems in Manufacturing Firms: A Case study

- analysis. *Research Technology Management*, 58(5), 45–52. <https://doi.org/10.5437/08956308X5805357>
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Development Dialogue*, 56, 35–39.
- Mardikaningsih, R. (2021). Minat Berwirausaha Ditinjau dari Konsep Diri. *Ideaspublishing*, 7. <https://doi.org/10.32884/ideas.v7i3.423>
- Nwagu, N. B., Enofe, E. E., & Ph, D. (2021). *The Impact of Entrepreneurship on the Economic Growth of an Economy : An Overview The Impact of Entrepreneurship on the Economic Growth of an Economy : An Overview Corresponding Author : Nwagu Nkemjika Bernardine. October.*
- Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442–454. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2009.08.002>
- Purnomo, A., Susanti, T., Sari, A. K., Firdaus, M., & Dewi, R. (2020). A Study of Digital Entrepreneurship Through Bibliometric Visualizing from 1993 to 2019. *Proceedings of 2020 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2020, August*, 911–915. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech50083.2020.9211270>
- R Dian H, Hafizhah, K., Mulyadi, H., & Utama. (2019). Faktor Pembelajaran Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha dalam Meningkatkan Niat Berwirausaha. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 4(2), 59–69. <https://doi.org/10.17509/jbme.v4i2.17374>
- Riani, A. L. (2016). Peran *Locus of Control*, Kebutuhan Berprestasi dan *Entrepreneurship*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i1.2676>
- Subijanto. (2012). Analisis Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah Menengah Kejuruan. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 18(2), 163–173.
- Sumargono, S. (2013). Pengembangan *Soft Skill* dan *Hard Skill* dalam Pembelajaran Kewirausahaan Pengaruhnya terhadap Kemampuan Merancang Prospek Usaha (Studi Kasus Alumni Tahun 2011 SMK Telkom Darul Ulum Jombang). *Gamatika*, 3(2), 243052.
- Suryana. (2010). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Kencana.
- Tedmanson, D., Verduyn, K., Essers, C., & Gartner, W. B. (2012). Critical Perspectives in Entrepreneurship Research. *Organization*, 19(5), 531–541. <https://doi.org/10.1177/1350508412458495>
- Van Gelderen, M., Brand, M., Van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E., & Van Gils, A. (2008). Explaining Entrepreneurial Intentions by Means of the Theory of Planned Behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538–559. <https://doi.org/10.1108/13620430810901688>
- Vemmy, C. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 2(1), 117–126. <https://doi.org/10.21831/jpv.v2i1.1022>
- Zhao, F., & Collie, A. (2016). Digital Entrepreneurship: Research and Practice. *9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, September*, 2173–2182. http://eprints.staffs.ac.uk/6274/%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/309242001_Digital_Entrepreneurship_Research_and_Practice

 **E-ISSN: 2656-940X**
P-ISSN: 2442-367X
URL: jurnal.ideaspublishing.co.id

Volume: 8
Nomor : 4
Bulan : November
Tahun : 2022