

Analisis Pengaruh Karakter Personal dan Sikap Mahasiswa terhadap Digital Entrepreneurship

Admiral^{1*}, Nelson Silitonga², Masduki Asbari³, Jumiran⁴, Gusli Chidir⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Insan Pembangunan Indonesia, Indonesia

*Corresponding author email: admiral_trust@yahoo.com

Abstrak: Kemajuan teknologi telah menciptakan banyak peluang bagi wirausaha muda untuk mengembangkan dan memperluas operasi bisnis mereka. Oleh karena itu, internet telah mendorong munculnya kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship*) sebagai bentuk kewirausahaan yang berkembang di antara banyak pengusaha muda dan bahkan mahasiswa, yang memang menjadi generasi *digital native*. Penelitian ini mengkaji sejauh mana karakter personal atau ciri-ciri pribadi *digital natives* dari kalangan mahasiswa di Indonesia berdampak pada niat kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship intention*) mereka. Penelitian ini mengkaji dampak langsung dari lima karakter personal yang diadopsi dari *the big five personal traits*, yaitu *openness to experience*, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, and *neuroticism*, terhadap sikap pribadi (*attitude*) dan *digital entrepreneurship intention*. Untuk tujuan ini, responden penelitian ini adalah 254 mahasiswa Indonesia dengan menggunakan teknik pengambilan sampel secara *simple random sampling*. Pemodelan persamaan struktural menggunakan SEM SmartPLS 4.0. Hasil studi ini mengungkapkan bahwa semua hipotesis terbukti berpengaruh positif signifikan, yakni kelima karakter personal mahasiswa (*agreeableness*, *conscientiousness*, *extraversion*, *neuroticism*, dan *openness to experience*) berpengaruh positif terhadap sikap pribadi (*attitude*). Selanjutnya, variabel sikap pribadi (*attitude*) juga berpengaruh positif terhadap *digital entrepreneurship intention*. Hasil penelitian ini berkontribusi pada kesenjangan penelitian tentang karakter personal *the big five personal traits*, sikap pribadi dan *digital entrepreneurship intention*. Implikasi teoritis dan praktis telah dibahas dan menjadi rekomendasi penting bagi proyeksi masa depan para mahasiswa, dosen pendidik, dan juga bagi kebijakan manajemen di perguruan tinggi.

Kata Kunci: Digital Entrepreneurship, karakter personal, sikap pribadi, *the big five personal traits*, wirausaha.

Abstract: Technological advances have created many opportunities for young entrepreneurs to develop and expand their business operations. Therefore, the internet has encouraged the emergence of digital entrepreneurship as a form of entrepreneurship that is developing among many young entrepreneurs and even students, who are indeed the digital native generation. This research examines the extent to which the personal character or personal characteristics of digital natives among students in Indonesia have an impact on their digital entrepreneurship intention. This research examines the direct impact of five personal characteristics adopted from the big five personal traits, namely openness to experience, conscientiousness, extraversion, agreeableness, and neuroticism, on personal attitude and digital entrepreneurship intention. For this purpose, the respondents of this study were 254 Indonesian students using a simple random sampling technique. Structural equation modeling using SEM SmartPLS 4.0. The results of this study revealed that all hypotheses were proven to have a significant positive effect, namely that the five personal characteristics of students (*agreeableness*, *conscientiousness*, *extraversion*, *neuroticism*, and *openness to experience*) had a positive effect on personal attitudes (*attitude*). Furthermore, the personal attitude variable (*attitude*) also has a positive effect on digital entrepreneurship intention. The results of this research contribute to the research gap regarding personal characteristics, the big five personal traits, personal attitudes and digital entrepreneurship intention. Theoretical and practical implications have been discussed and become important recommendations for future projections for students, teaching lecturers, and also for management policies in higher education.

Keywords: Attitudes, Digital Entrepreneurship, entrepreneurship, personal character, the big five personal traits.

I. PENDAHULUAN

Konsep digitalisasi telah mengubah konstelasi ekonomi dunia dengan adanya ekonomi digital yang muncul sebagai pembangunan ekonomi terpenting kedua setelah revolusi industri. Adopsi teknologi digital dianggap sebagai motivator penting kewirausahaan. Kemajuan teknologi telah menciptakan banyak peluang bagi pengusaha muda khususnya untuk mengembangkan dan memperluas operasi bisnis mereka. Internet dan teknologi telah secara dramatis mengubah struktur dan cara bisnis yang didirikan. Hal ini menyebabkan munculnya jenis kewirausahaan yang dikenal sebagai “kewirausahaan digital” atau *digital entrepreneurship*. Hubungan antara internet dan kewirausahaan telah dikaitkan dengan beberapa konsep seperti kewirausahaan elektronik, kewirausahaan digital, kewirausahaan kapal atau internet. Terdapat banyak literatur akademis yang diterbitkan mengenai kewirausahaan tradisional. Namun, literatur baru yang membahas topik kewirausahaan digital di Indonesia dan dalam konteks Mahasiswa, masih dalam tahap awal dan memerlukan pemahaman lebih lanjut dan investigasi lebih luas.

Secara umum, kewirausahaan digital telah dianggap penting dan krusial karena Kewirausahaan digital penting karena beberapa alasan berikut: (1) Inovasi dan Fleksibilitas: Kewirausahaan digital mendorong inovasi dan fleksibilitas dalam bisnis dengan memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan solusi baru, produk, dan layanan yang dapat mengubah cara bisnis dilakukan. (2) Akses Pasar Global: Dengan kewirausahaan digital, pelaku bisnis dapat mengakses pasar global secara lebih mudah melalui platform online, memperluas jangkauan bisnis mereka tanpa terbatas oleh batasan geografis. (3) Efisiensi Operasional: Penggunaan teknologi digital dalam kewirausahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan mempercepat proses bisnis, sehingga memungkinkan perusahaan untuk bersaing lebih baik di pasar. (4) Peningkatan Daya Saing: Kewirausahaan digital memungkinkan perusahaan untuk tetap relevan dan bersaing dalam era digital yang terus berkembang, dengan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan produk, layanan, dan pengalaman pelanggan. (5) Kemampuan Beradaptasi: Bisnis yang menerapkan kewirausahaan digital cenderung lebih mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi, sehingga dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Dengan demikian, kewirausahaan digital menjadi penting dalam menghadapi tantangan dan peluang yang ditawarkan oleh era digital saat ini, memungkinkan perusahaan untuk berkembang dan sukses dalam lingkungan bisnis yang terus berubah.

Latar belakang membahas personal traits the Big Five dalam penelitian ini, khususnya dalam konteks mahasiswa adalah karena pentingnya memahami bagaimana karakteristik personal individu dapat memengaruhi sikap dan niat terhadap kewirausahaan digital. The Big Five Personality Traits, yang terdiri dari *openness to experience, conscientiousness, extraversion, agreeableness, dan neuroticism*, telah menjadi kerangka kerja yang umum digunakan untuk memahami perbedaan individual dalam perilaku dan preferensi. Dalam konteks kewirausahaan digital, penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa personal traits individu dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi sikap dan niat terhadap kewirausahaan digital. Dengan mempertimbangkan Big Five Personality Traits, penelitian ini dapat mengidentifikasi hubungan antara karakteristik personal individu dan perilaku kewirausahaan digital, serta bagaimana faktor-faktor ini saling berinteraksi dalam konteks pengambilan keputusan kewirausahaan. Dengan demikian, penggunaan kerangka kerja Big Five Personality Traits dalam penelitian ini memberikan dasar yang kuat untuk menganalisis pengaruh personal traits terhadap sikap dan niat terhadap kewirausahaan digital, serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana karakteristik personal individu dapat memengaruhi kesuksesan dalam berwirausaha di era digital.

Sementara itu, mengaitkan personal traits dengan sikap dan kewirausahaan digital penting karena: Pertama, Pengaruh Personal Traits: Personal traits seperti keberanian, ketekunan, kreativitas, dan kemampuan beradaptasi dapat memengaruhi sikap seseorang terhadap kewirausahaan digital. Individu dengan personal traits yang mendukung cenderung memiliki sikap positif terhadap tantangan dan inovasi dalam dunia digital. Kedua, Pengaruh Sikap: Sikap individu terhadap kewirausahaan digital dapat dipengaruhi oleh personal traits mereka. Misalnya, individu yang memiliki personal traits seperti keterbukaan, ekstrovert, dan kesadaran diri cenderung memiliki sikap yang mendukung eksplorasi dan keterlibatan dalam kewirausahaan digital. Ketiga, Prediktor Kewirausahaan Digital: Personal traits dapat berperan sebagai prediktor dalam menentukan seberapa besar seseorang tertarik dan berkomitmen terhadap kewirausahaan digital. Keterkaitan antara personal traits, sikap, dan niat kewirausahaan digital dapat membantu dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan individu dalam berwirausaha di era digital. Keempat, Pengembangan Potensi: Dengan mengaitkan personal traits dengan sikap dan kewirausahaan digital, individu dapat lebih memahami kekuatan dan kelemahan pribadi mereka dalam konteks kewirausahaan digital. Hal ini dapat membantu dalam pengembangan diri, peningkatan keterampilan, dan peningkatan kesuksesan dalam berwirausaha di dunia digital yang kompetitif. Dengan demikian, mengaitkan personal traits dengan sikap dan kewirausahaan digital penting untuk memahami hubungan antara faktor-faktor personal individu dengan kesuksesan dalam berwirausaha di era digital, serta untuk mengidentifikasi potensi dan peluang yang dapat dimanfaatkan dalam mengembangkan bisnis digital.

Penelitian saat ini telah mendefinisikan sifat-sifat pribadi mahasiswa yang saling terkait untuk niat kewirausahaan digital mereka. Ini mengkaji sejauh mana sikap terhadap perilaku, sebagai faktor penting dalam dimensi teori yang direncanakan perilaku (TPB), mempengaruhi niat mahasiswa terhadap kewirausahaan digital. Penelitian saat ini mengadopsi model komprehensif yang menyelidiki dampak langsung dari ciri-ciri pribadi, khususnya taksonomi lima sifat besar “yaitu, keterbukaan, ekstrovert, kesadaran ketidaksihonestan, keramahan, dan neurotisme” pada sikap pribadi (*attitude*) dan pengaruhnya (*attitude*) terhadap niat kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, berdasarkan argumen di atas, ada dua pertanyaan penelitian (*research questions*) sebagai berikut:

RQ 1: Apa pengaruh taksonomi The Big Five Personality Traits terhadap sikap pribadi (*attitude*) mahasiswa?

RQ 2: Apa pengaruh sikap pribadi (*attitude*) terhadap niat siswa terhadap niat kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship intention*) mahasiswa?

Untuk mencapai tujuan dan menjawab pertanyaan penelitian di atas, peneliti menarasikannya dalam urutan langkah sebagai berikut: Langkah pertama, dengan menyoroti kesenjangan penelitian dan tujuan melakukan penelitian. Langkah kedua, menyajikan kerangka konseptual penelitian. Peneliti membangun hipotesis penelitian dan mengembangkan model teoretis berdasarkan tinjauan karakter personal pribadi The Big Five Personality Traits dan hubungannya dengan sikap pribadi mahasiswa, serta hubungan sikap pribadi terhadap *digital entrepreneurship intention*. Langkah ketiga, peneliti menyajikan desain penelitian dan metode yang digunakan untuk pengumpulan dan menganalisis data. Selanjutnya, para peneliti menyajikan temuan penelitian menggunakan analisis pemodelan persamaan struktural SEM SmartPLS 4.0 di langkah keempat. Pada langkah kelima, peneliti membahas hasil studi yang dibandingkan dengan hasil penelitian sebelumnya untuk menentukan beberapa hal implikasinya bagi para mahasiswa, akademisi pendidik dan pembuat kebijakan di perguruan tinggi. Terakhir, peneliti menyoroti keterbatasan studi ini di langkah keenam, dan arah penelitian di masa depan.

Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Konsep Kewirausahaan Digital

Kewirausahaan digital merujuk pada praktik mengejar peluang usaha baru yang muncul dari teknologi internet dan media baru. Ini melibatkan pengembangan nilai baru dengan layanan atau produk digital, di lingkungan kerja digital, pasar digital, melalui saluran distribusi digital, atau campuran dari semua faktor tersebut. Kewirausahaan digital memanfaatkan teknologi digital dalam berbagai kegiatan rantai nilai usaha, seperti generasi ide, identifikasi peluang, dan komersialisasi produk/layanan. Meskipun memiliki kesamaan dengan kewirausahaan tradisional dalam hal generasi ide dan komersialisasi, kewirausahaan digital membedakan diri dengan penggunaan teknologi digital dalam aktivitas bisnisnya (Park, 2020).

Beberapa bentuk kewirausahaan digital termasuk situs web e-commerce sederhana, platform multimedia kompleks, dan ruang komputasi awan. Kewirausahaan digital juga dapat diklasifikasikan dalam tiga bentuk terkait teknologi: kewirausahaan teknologi, kewirausahaan teknologi digital, dan kewirausahaan digital (AI-Hammadi et al., 2021). Memahami kewirausahaan digital penting karena fenomena ini semakin dianggap sebagai jalur karier yang diinginkan, terutama oleh generasi digital saat ini.

Variabel niat kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship intention*) dalam penelitian ini mengacu pada niat mahasiswa untuk melakukan kegiatan kewirausahaan digital. Variabel ini sangat penting untuk memahami kemauan dan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha di ranah digital. Item indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini meliputi pernyataan yang mencerminkan sikap dan niat siswa terhadap kewirausahaan digital. Misalnya, item indikator dapat mencakup pernyataan seperti: "Saya tahan terhadap ketidaknyamanan yang disebabkan oleh proyek digital." atau "Saya akan terus berinvestasi dalam proyek digital." Item indikator ini dirancang untuk menilai tingkat komitmen, minat, dan kesiapan siswa untuk berpartisipasi dalam kegiatan kewirausahaan digital (Sobaih & Elshaer, 2022).

Sifat Pribadi dan Sikap Pribadi terhadap Kewirausahaan Digital

Berikut adalah definisi dari masing-masing Big Five Personality Traits yang dijelaskan oleh Sobaih and Elshaer (2022): Pertama, *Agreeableness*: *Agreeableness* mengacu pada sejauh mana seseorang bersikap ramah, kooperatif, dan bersedia bekerja sama dengan orang lain. Individu yang tinggi dalam *agreeableness* cenderung memiliki sifat empati, toleransi, dan keinginan untuk membantu orang lain. Kedua, *Conscientiousness*: *Conscientiousness* mencerminkan tingkat keteraturan, kedisiplinan, dan tanggung jawab seseorang dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Individu yang tinggi dalam *conscientiousness* cenderung memiliki sifat teliti, terorganisir, dan memiliki motivasi tinggi untuk mencapai tujuan. Ketiga, *Extraversion*: *Extraversion* menggambarkan sejauh mana seseorang bersifat ekstrovert, ramah, dan energik dalam interaksi sosial. Individu yang tinggi dalam *extraversion* cenderung menikmati interaksi sosial, berani mengambil risiko, dan memiliki tingkat energi yang tinggi. Keempat, *Neuroticism*: *Neuroticism* merujuk pada tingkat kecenderungan seseorang

untuk merasakan emosi negatif seperti kecemasan, ketakutan, dan depresi. Individu yang tinggi dalam neuroticism cenderung rentan terhadap stres, mudah cemas, dan sulit untuk mengatasi tekanan emosional. Kelima, *Openness to Experience*: Openness to Experience mencerminkan sejauh mana seseorang terbuka terhadap ide-ide baru, pengalaman, dan konsep-konsep kreatif. Individu yang tinggi dalam openness to experience cenderung memiliki imajinasi yang kuat, keterbukaan terhadap perubahan, dan minat dalam eksplorasi ide-ide baru. Definisi-definisi ini memberikan gambaran tentang karakteristik masing-masing Big Five Personality Traits dan bagaimana mereka dapat memengaruhi perilaku dan preferensi individu dalam berbagai konteks, termasuk dalam kewirausahaan digital.

Menurut Rahman et al. (2018), motivator perilaku manusia adalah kepribadian. Beberapa penelitian telah menegaskan bahwa keputusan individu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadian (Hamza et al., 2023; Judge & Zapata, 2015; Rahman et al., 2018b, 2018a). Menurut (Judge & Zapata, 2015), ciri-ciri kepribadian membedakan potensi kewirausahaan seseorang dan karakter personal tersebut memiliki dampak signifikan terhadap niat berwirausaha. Karakter personal menjelaskan variasi perilaku dan pilihan dalam berbagai bidang kehidupan, memberikan wawasan cara umum dalam merasakan, berpikir, dan bertindak.

Pengaruh The Big Five Traits terhadap sikap pribadi mahasiswa adalah topik yang menarik untuk diteliti (Wang et al., 2023). Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengeksplorasi hubungan antara The Big Five Traits dan sikap pribadi mahasiswa. Salah satu penelitian yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh dua ratus sembilan puluh mahasiswa (Muhid et al., 2021). Studi tersebut menunjukkan bahwa kelima faktor kepribadian dalam The Big Five Traits, yaitu kestabilan emosional (keambingan rendah), extraversion, keterbukaan baru, kesantunan, dan ketekunan/kenetukan (samenhang/pertahanan) memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap pribadi mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat kestabilan emosional yang tinggi cenderung memiliki sikap pribadi yang positif, seperti kemampuan mengelola emosi dengan baik dan cenderung menjadi individu yang tenang dan sabar (Wardani et al., 2019). Selain itu, mahasiswa yang memiliki tingkat extraversion yang tinggi cenderung memiliki sikap pribadi yang ekstrover, yaitu aktif, bersosialisasi dengan mudah, dan percaya diri dalam berinteraksi dengan orang lain. Di sisi lain, mahasiswa yang memiliki tingkat keterbukaan baru yang tinggi cenderung memiliki sikap pribadi yang inovatif dan mampu beradaptasi dengan perubahan dengan lebih baik (Lounsbury et al., 2019). Selanjutnya, mahasiswa yang memiliki tingkat kesantunan yang tinggi cenderung memiliki sikap pribadi yang sopan dan menghargai orang lain, serta memiliki kemampuan dalam berkomunikasi secara efektif. Selain itu, mahasiswa yang memiliki tingkat ketekunan/kenetukan yang tinggi cenderung memiliki sikap pribadi yang pantang menyerah dan berdedikasi dalam mencapai tujuan-tujuan mereka. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana The Big Five Traits dapat mempengaruhi sikap pribadi mahasiswa. Berdasarkan kajian teori dan temuan penelitian sebelumnya yang disebutkan di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 1 (H1). *Agreeableness* berpengaruh positif terhadap sikap pribadi mahasiswa dalam menyikapi kewirausahaan digital.

Hipotesis 2 (H2). *Conscientiousness* berpengaruh positif terhadap sikap pribadi mahasiswa dalam menyikapi kewirausahaan digital.

Hipotesis 3 (H3). *Extraversion* berpengaruh positif terhadap sikap pribadi mahasiswa dalam menyikapi kewirausahaan digital.

Hipotesis 4 (H4). *Neuroticism* berpengaruh positif terhadap sikap pribadi mahasiswa dalam menyikapi kewirausahaan digital.

Hipotesis 5 (H5). *Openness to Experience* berpengaruh positif terhadap sikap pribadi mahasiswa dalam menyikapi kewirausahaan digital.

Sikap terhadap Niat Kewirausahaan Digital

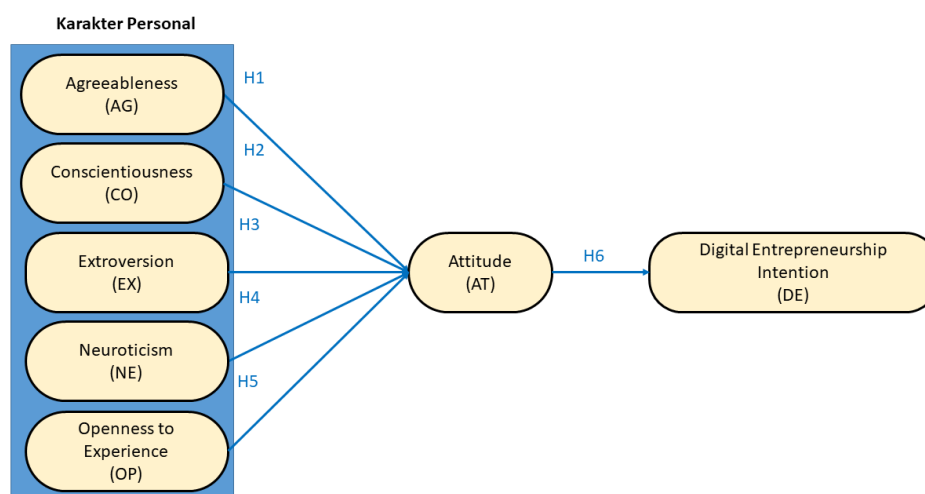
Menurut teori tindakan beralasan (TRA) yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991), niat perilaku bersifat perseptif dan berfungsi sebagai tanda kecenderungan seseorang untuk terlibat dalam suatu perilaku tertentu. Selain itu, TPB menyarankan agar perilaku ditentukan dengan niat, yaitu insentif untuk melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Sikap pribadi mahasiswa (attitude) dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat kewirausahaan digital mereka. Berikut adalah beberapa penjelasan mengenai pengaruh sikap pribadi mahasiswa terhadap niat kewirausahaan digital (Sobaih & Elshaer, 2022): (1) Pengaruh Positif: Sikap yang positif terhadap kewirausahaan digital, seperti keyakinan akan kesuksesan, minat dalam inovasi, dan motivasi untuk mengembangkan bisnis digital, dapat meningkatkan niat mahasiswa untuk terlibat dalam kewirausahaan digital. Sikap yang positif cenderung memperkuat keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk berhasil dalam lingkungan bisnis digital yang kompetitif. (2) Pengaruh Motivasi: Sikap pribadi yang didasari oleh motivasi

intrinsik, seperti keinginan untuk menciptakan nilai tambah, mengembangkan ide-ide kreatif, dan mencapai tujuan pribadi, dapat mendorong mahasiswa untuk memiliki niat yang kuat untuk terlibat dalam kewirausahaan digital. Motivasi ini dapat menjadi pendorong utama dalam mengatasi tantangan dan mengambil risiko dalam memulai bisnis digital. (3) Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat: Sikap pribadi juga dapat memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap kemudahan dan manfaat terlibat dalam kewirausahaan digital. Jika mahasiswa memiliki sikap positif terhadap kemudahan akses teknologi, potensi keuntungan finansial, dan peluang pengembangan karir melalui kewirausahaan digital, mereka cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk memulai bisnis digital. (4) Pengaruh Keterlibatan dan Komitmen: Sikap pribadi yang mencerminkan keterlibatan dan komitmen mahasiswa terhadap kewirausahaan digital juga dapat memengaruhi niat mereka. Mahasiswa yang memiliki sikap proaktif, tekun, dan berkomitmen terhadap pengembangan bisnis digital biasanya memiliki niat yang lebih kuat untuk mengambil langkah-langkah nyata dalam mewujudkan ide-ide kewirausahaan mereka.

Beberapa penelitian menyebutkan bahwa sikap mahasiswa berpengaruh positif terhadap digital entrepreneurship intention dan niat untuk terlibat dalam kewirausahaan digital (Aloulou et al., 2023; Vasileva et al., 2022; Yu et al., 2022). Penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti tersebut menunjukkan bahwa sikap pribadi mahasiswa memiliki pengaruh positif terhadap digital entrepreneurship intention dan niat untuk terlibat dalam kewirausahaan digital. Penelitian yang dilakukan oleh Almi & Rahmi (2020) menemukan bahwa sikap pribadi mahasiswa, seperti kreativitas, optimisme, dan ketahanan terhadap risiko, berpengaruh positif terhadap niat mahasiswa untuk terlibat dalam kewirausahaan digital. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Carvalho et al. (2023) juga menemukan bahwa sikap pribadi mahasiswa, seperti berorientasi pada pencapaian, kemampuan problem solving, dan rasa percaya diri, berpengaruh positif terhadap digital entrepreneurship intention.

Namun, beberapa kritikus mengatakan bahwa sikap pribadi mahasiswa tidak selalu menjamin kesuksesan dalam kewirausahaan digital. Mereka berargumen bahwa faktor-faktor eksternal seperti persaingan pasar, regulasi pemerintah, dan perubahan teknologi juga memainkan peran yang signifikan dalam menentukan keberhasilan usaha digital. Selain itu, mereka menegaskan bahwa seseorang dapat memiliki sikap yang positif namun tanpa pengetahuan dan keterampilan yang cukup, kesuksesan dalam kewirausahaan digital tetap sulit diwujudkan. Penelitian terdahulu menemukan fakta bahwa sikap mahasiswa tidak berpengaruh positif terhadap niat kewirausahaan digital pada beberapa kasus. Namun, penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti pengalaman sebelumnya dalam kewirausahaan digital dan dukungan lingkungan universitas dapat mempengaruhi hubungan antara sikap mahasiswa dan niat kewirausahaan digital. Berdasarkan kajian teori dan temuan penelitian sebelumnya yang disebutkan di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 6 (H6). Sikap pribadi berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha digital mahasiswa.



Gambar 1. Model Penelitian

II. METODE PENELITIAN

Bagian pertama survei ini memperkenalkan tujuan penelitian dan memberikan instruksi untuk mengisi kuesioner. Bagian kedua meminta responden untuk memberikan informasi tentang diri mereka sendiri, termasuk

demografi mereka. Bagian ketiga mewakili pertanyaan utama penelitian menggunakan skala Likert lima poin (1–5), dengan angka 1 “sangat tidak setuju” dan angka 5 menyatakan “sangat setuju”. Niat berwirausaha digital (*digital entrepreneurship intention*) diukur dengan tiga item (DE1-DE3), sikap pribadi mahasiswa (*attitude*) diukur dengan empat item (AT1-AT4), selanjutnya untuk *agreeableness* (AG1-AG3), *conscientiousness* (CO1-CO4), *extraversion* (EX1-EX3), *neuroticism* (NE1-NE3), dan *openness to experience* (OP1-OP3). Kesemua items tersebut diadaptasi dari Sobaih & Elshaer (2022).

Teknik statistik paling populer di bawah Structural Equation Model SEM adalah berbasis kovarian pendekatan (CB-SEM) dan teknik kuadrat terkecil parsial berbasis varian (PLS-SEM) (Sarstedt et al., 2014). Namun, PLS-SEM akhir-akhir ini mendapat perhatian yang luas di banyak orang disiplin ilmu seperti pemasaran, manajemen strategis, sistem informasi manajemen, dan cabang keilmuan lainnya (Hair et al., 2012). Kemampuan PLS-SEM untuk menangani permasalahan *problematic modelling* yang biasa terjadi di lingkungan ilmu pengetahuan sosial seperti karakteristik data yang tidak biasa (misalnya data non-normal) dan model yang sangat kompleks adalah alasan penting di balik peningkatan penggunaan pendekatan ini. Mengingat keuntungan dari pendekatan ini, penelitian ini menggunakan PLS-SEM untuk menguji secara keseluruhan dari hipotesis yang diajukan. Perangkat lunak SmartPLS 4.0 dilakukan untuk mengevaluasi masing-masing *outer model* dan *inner model*. Pengujian *outer model* dilakukan untuk memastikan keandalan dan validitas pengukuran, sedangkan hipotesis yang diperkenalkan diperiksa melalui *inner model*.

Menurut Creswell & Creswell (2017), jika tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan pengaruh antar variabel yang diteliti, maka pendekatan kuantitatif adalah yang terbaik. Metode penelitian kuantitatif adalah cocok dalam menguji teori dan hipotesis melalui penggunaan seperangkat alat statistik (Agus Purwanto et al., 2019; Purwanto et al., 2021b, 2021a; Purwanto, Asbari, Santoso, & ..., 2020a; Purwanto, Asbari, Santoso, Paramarta, et al., 2020). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode survei untuk menguji hipotesis yang dirumuskan. Oleh karena itu, diadopsi kuesioner digunakan sebagai instrumen untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan. Populasi penelitian terdiri dari 351 mahasiswa di perguruan tinggi swasta di Tangerang, Indonesia. Dengan menggunakan *simple random sampling*, kuesioner dikirim secara online kepada populasi. Sebanyak 254 kuesioner dikembalikan dan valid, yang membentuk tingkat tanggapan 72,3%. Oleh karena itu, menurut Roscoe et al. (1975) jumlah sampel yang diperoleh sudah sangat memadai.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

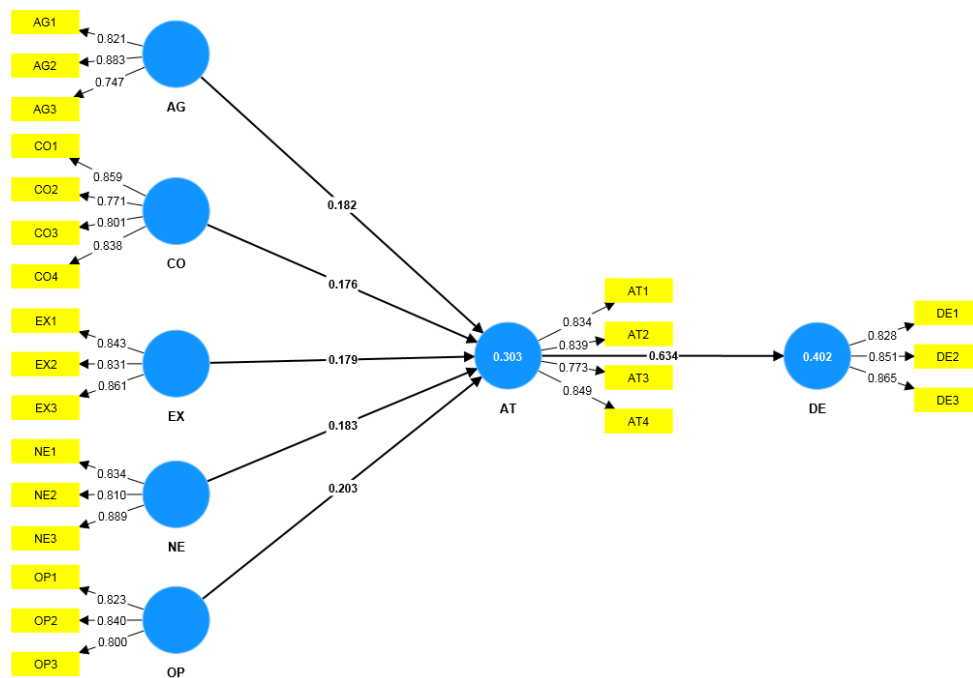
Total ada 254 mahasiswa perguruan tinggi swasta di Tangerang yang berpartisipasi, terdiri dari laki-laki (61%) dan perempuan (39%). Hampir seluruh responden memiliki kelompok umur yang seragam, yakni 17-24 tahun. Tahap pengujian model pengukuran meliputi pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan. Sementara untuk menguji reliabilitas konstruk digunakan *nilai cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Hasil analisis PLS dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian jika seluruh indikator dalam model PLS telah memenuhi syarat validitas konvergen, validitas deskriminan dan uji reliabilitas. Uji validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai *loading factor* masing-masing indikator terhadap konstruknya. Pada sebagian besar referensi, bobot faktor sebesar 0,7 atau lebih dianggap memiliki validasi yang cukup kuat untuk menjelaskan konstruk laten (Chin W, 1998; Flury et al., 1988; Ghozali, 2017). Pada penelitian ini batas minimal besarnya *loading factor* yang diterima adalah 0,7, dan dengan syarat nilai AVE setiap konstruk $> 0,5$ (Imam Ghozali, 2017). Setelah melalui pengolahan SmartPLS 4.0, seluruh indikator telah memiliki nilai *loading factor* di atas 0,7 dan nilai AVE di atas 0,5. Model fit atau valid dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2. Jadi dengan demikian, validitas konvergen dari model penelitian ini sudah memenuhi syarat (Purwanto et al., 2021b, 2021a; Purwanto, Asbari, Santoso, & ..., 2020a, 2020b; Purwanto, Asbari, Santoso, Paramarta, et al., 2020). Nilai loadings, cronbach's alpha, composite reliability dan AVE setiap konstruk selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 2 dan Tabel 1.

Discriminant validity dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing variabel laten berbeda dengan variabel laten lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika nilai kuadrat AVE masing-masing konstruk eksogen (nilai pada diagonal) melebihi korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya (nilai di bawah diagonal) (Ghozali, 2017). Hasil pengujian *discriminant validity* adalah dengan menggunakan nilai kuadrat AVE, yakni dengan melihat Fornell-Larcker Criterion Value diperoleh sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2. Hasil uji validitas deskriminan pada Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memiliki nilai akar kuadrat AVE di atas nilai korelasi dengan konstruk laten lainnya (melalui kriteria Fornell-Larcker), sehingga dapat disimpulkan bahwa model telah memenuhi validitas deskriminan (Fornell & Larcker, 1981).

Selanjutnya dilakukan evaluasi *collinearity* untuk mengetahui ada tidaknya masalah *collinearity* pada model. Untuk menemukan *collinearity* tersebut, diperlukan statistik *collinearity* VIF dari setiap konstruk. Jika

VIF lebih dari 5, maka model memiliki collinearity (Hair et al., 2014). Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3, semua skor VIF kurang dari 5, yakni hasil dari model struktural collinearity mengungkapkan nilai VIF di bawah 2. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian ini tidak ada masalah multikolinearitas.

Reliabilitas konstruk dapat dinilai dari nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dari masing-masing konstruk. Nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* yang disarankan adalah lebih dari 0,7 (Ghozali, 2017). Hasil uji reliabilitas pada Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,7 (> 0,7). Kesimpulannya, seluruh konstruk telah memenuhi reliabilitas yang dipersyaratkan.



Gambar 2. Model Valid Penelitian
Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0 (2024)

Tabel 1. Items Loadings, Cronbach’s Alpha, Composite Reliability, and Average Variance Extracted (AVE)

Variables & Items	Items Loadings	Cronbach’s Alpha	Rho_A	Composite Reliability	AVE
AG		0.758	0.808	0.859	0.671
AG1	0.821				
AG2	0.883				
AG3	0.747				
AT		0.842	0.846	0.894	0.679
AT1	0.834				
AT2	0.839				
AT3	0.773				
AT4	0.849				
CO		0.836	0.853	0.890	0.669
CO1	0.859				
CO2	0.771				
CO3	0.801				
CO4	0.838				
DE		0.805	0.805	0.885	0.719
DE1	0.828				
DE2	0.851				
DE3	0.865				

Variables & Items	Items Loadings	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	AVE
EX		0.800	0.800	0.882	0.714
EX1	0.843				
EX2	0.831				
EX3	0.861				
NE		0.800	0.813	0.882	0.714
NE1	0.834				
NE2	0.810				
NE3	0.889				
OP		0.758	0.759	0.861	0.674
OP1	0.823				
OP2	0.840				
OP3	0.800				

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0 (2024)

Tabel 2. Discriminant Validity

Variables	AG	AT	CO	DE	EX	NE	OP
AG	0.819						
AT	0.375	0.824					
CO	0.571	0.376	0.818				
DE	0.503	0.634	0.492	0.848			
EX	0.578	0.336	0.519	0.444	0.845		
NE	-0.024	0.278	-0.004	0.505	-0.091	0.845	
OP	-0.036	0.284	0.016	0.538	-0.116	0.575	0.821

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0 (2024)

Tabel 3. Collinearity (VIF)

Variables	AG	AT	CO	DE	EX	NE	OP
AG		1.770					
AT				1.000			
CO		1.622					
DE							
EX		1.662					
NE		1.496					
OP		1.511					

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0 (2024)

Tabel 4. Nilai *R Square*

Variables	R Square	R Square Adjusted
AT	0.303	0.289
DE	0.402	0.400

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0 (2024)

Tabel 5. Hypotheses Testing

Hypotheses	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values	Decision
H1 AG -> AT	0.182	0.184	0.073	2.494	0.013	Didukung
H2 CO -> AT	0.176	0.182	0.083	2.129	0.033	Didukung
H3 EX -> AT	0.179	0.177	0.072	2.483	0.013	Didukung
H4 NE -> AT	0.183	0.180	0.065	2.815	0.005	Didukung
H5 OP -> AT	0.203	0.208	0.062	3.260	0.001	Didukung
H6 AT -> DE	0.634	0.635	0.042	15.180	0.000	Didukung

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 4.0 (2024)

Pengujian hipotesis dalam PLS disebut juga sebagai uji inner model. Uji ini meliputi uji signifikansi pengaruh langsung dan tidak langsung serta pengukuran besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Untuk mengetahui pengaruh karakter personal dalam The Big Five Traits terhadap sikap pribadi mahasiswa (*attitude*), dan pengaruh sikap pribadi mahasiswa terhadap niat kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship intention*) dibutuhkan uji pengaruh langsung. Uji pengaruh dilakukan dengan menggunakan uji t-statistik dalam model analisis *partial least squared* (PLS) dengan menggunakan bantuan *software* SmartPLS 4.0, Dengan teknik *bootstrapping*, diperoleh nilai *R Square* dan nilai uji signifikansi sebagaimana Tabel 4 dan Tabel 5. Hasilnya adalah semua hipotesis penelitian ini (H1, H2, H3, H4, H5, dan H6) di dukung.

Pembahasan

Berdasarkan Tabel 4, nilai *R Square Adjusted* sikap pribadi mahasiswa (*attitude*) (AT) sebesar 0,303 yang berarti bahwa variable sikap pribadi mahasiswa (*attitude*) mampu dijelaskan oleh kelima variabel karakter personal dari The Big Five Traits, yakni *agreeableness* (AG), *conscientiousness* (CO), *extraversion* (EX), *neuroticism* (NE), dan *openness to experience* (OP) sebesar 30,3%, sedangkan sisanya sebesar 69,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Demikian juga, nilai *R Square Adjusted digital entrepreneurship intention* (DE) sebesar 0,402, berarti bahwa variable *digital entrepreneurship intention* (DE) mampu dijelaskan oleh variabel sikap pribadi mahasiswa (*attitude*) (AT) sebesar 40,2%, dan sisanya sebesar 59,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Sedangkan Tabel 5 menampilkan *t-statistics* dan *p-values* yang menunjukkan pengaruh antar variable penelitian yang telah disebutkan. Besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependennya dijelaskan oleh nilai Original Sample (O). Contohnya adalah sebagai berikut: Besarnya pengaruh variable *agreeableness* (AG) terhadap sikap pribadi mahasiswa (*attitude*) (AT) adalah sebesar 0,182, artinya setiap penambahan satu satuan pada variabel AG akan memberikan pengaruh positif terhadap AT sebesar 0,182 satu satuan atau sebesar 18,2%. Demikian seterusnya.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh kelima karakter personal mahasiswa (*agreeableness, conscientiousness, extraversion, neuroticism, dan openness to experience*) terhadap sikap pribadi mahasiswa (*attitude*). Juga untuk menyelidiki pengaruh sikap pribadi (*attitude*) terhadap *digital entrepreneurship intention*. Penelitian ini relative baru yang diterapkan pada unit analisis mahasiswa perguruan tinggi di Indonesia. Hasil studi ini mengonfirmasi bahwa semua variabel karakter personal dari The Big Five Personality Traits ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pribadi mahasiswa (*attitude*). Demikian juga mengonfirmasi bahwa variabel sikap pribadi (*attitude*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital entrepreneurship intention*.

Temuan ini mengamplifikasi penelitian sebelumnya bahwa karakter personal dari The Big Five Personality Traits ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pribadi (*attitude*) (Elshaer & Sobaih, 2023; Sobaih & Elshaer, 2022). Walaupun ada penelitian yang hasilnya berkebalikan dengan hasil studi ini (Çekici, 2019; Lynn, 2021). The Big Five Personality Traits (keterbukaan, kesadaran, ekstrasversi, keramahan, dan neurotisme) dapat mempengaruhi sikap karena dampaknya terhadap persepsi, keyakinan, dan perilaku individu. Berikut ini bagaimana masing-masing sifat dapat memengaruhi sikap: pertama, Keterbukaan (*openness to experience*): Individu yang memiliki keterbukaan tinggi cenderung memiliki rasa ingin tahu, imajinatif, dan terbuka terhadap pengalaman baru. Sifat ini dapat mengarah pada sikap positif terhadap ide-ide baru, termasuk kewirausahaan digital, karena individu yang terbuka lebih cenderung menerima perubahan dan inovasi. Kedua,

Conscientiousness: Orang yang memiliki conscientiousness tinggi adalah orang yang terorganisir, bertanggung jawab, dan berorientasi pada tujuan. Sifat ini dapat mengarah pada sikap positif terhadap kewirausahaan digital, karena individu yang teliti cenderung melakukan tugas dengan tekun dan berusaha keras untuk sukses dalam usaha kewirausahaan. Ketiga, Ekstraversi: Ekstrovert adalah orang yang mudah bergaul, ramah, dan energik. Sifat ini dapat mempengaruhi sikap positif terhadap kewirausahaan digital dengan memfasilitasi jaringan, komunikasi, dan kolaborasi dengan pihak lain dalam lingkungan bisnis digital. Keempat, Agreeableness: Individu yang tinggi dalam agreement adalah orang yang kooperatif, empati, dan ramah. Sifat ini dapat menimbulkan sikap positif terhadap kewirausahaan digital dengan membina hubungan harmonis dengan mitra, pelanggan, dan pemangku kepentingan dalam usaha kewirausahaan. Kelima, Neurotisme: Neurotisme ditandai dengan ketidakstabilan emosi, kecemasan, dan kemurungan. Meskipun neurotisme yang tinggi mungkin tidak secara langsung mengarah pada sikap positif, mengelola dan mengurangi kecenderungan neurotik dapat menjadi penting untuk mempertahankan pola pikir positif terhadap kewirausahaan digital. Secara keseluruhan, karakter personal The Big Five Personality Traits dapat membentuk sikap individu dengan memengaruhi persepsi, respons emosional, dan kecenderungan perilaku terhadap kewirausahaan digital.

Penelitian ini juga menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa variabel sikap pribadi (*attitude*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital entrepreneurship intention* (Sahrah et al., 2023; Sobaih & Elshaer, 2022; Vasileva et al., 2022). Sikap memainkan peran penting dalam mempengaruhi niat berwirausaha digital karena alasan berikut (Sobaih & Elshaer, 2022): Pertama, sikap positif mendorong motivasi: Sikap positif terhadap kewirausahaan digital dapat meningkatkan motivasi dan mendorong individu untuk aktif mengejar peluang kewirausahaan di ranah digital. Ketika individu memiliki sikap positif terhadap kewirausahaan digital, mereka akan lebih termotivasi untuk mengambil tindakan dan berupaya mencapai tujuan kewirausahaan mereka. Kedua, mempengaruhi pengambilan keputusan: Sikap membentuk proses pengambilan keputusan individu. Sikap positif terhadap kewirausahaan digital dapat mengarahkan individu untuk mengambil keputusan yang sejalan dengan aspirasi kewirausahaannya, seperti menginvestasikan waktu, sumber daya, dan tenaga dalam usaha bisnis digital. Ketiga, mempengaruhi kontrol perilaku yang dirasakan: Sikap dapat memengaruhi persepsi kontrol perilaku individu dalam melakukan kewirausahaan digital. Sikap positif dapat meningkatkan kepercayaan diri individu terhadap kemampuannya untuk berhasil dalam usaha digital, sehingga mengarah pada niat yang lebih tinggi untuk menekuni kegiatan wirausaha di ranah digital. Keempat, dampak persepsi risiko: Sikap terhadap kewirausahaan digital juga dapat memengaruhi persepsi individu terhadap risiko. Sikap positif dapat mengarahkan individu untuk memandang risiko kewirausahaan sebagai tantangan yang harus diatasi dan bukan sebagai hambatan menuju kesuksesan, sehingga meningkatkan niat mereka untuk terlibat dalam kewirausahaan digital meskipun terdapat potensi risiko. Kelima, bentuk penetapan tujuan: Sikap mempengaruhi penetapan tujuan dan pencapaian tujuan. Individu yang memiliki sikap positif terhadap kewirausahaan digital cenderung menetapkan tujuan kewirausahaan yang ambisius dan bekerja keras untuk mencapainya, sehingga pada akhirnya mendorong niat mereka untuk membangun dan mengembangkan usaha digital. Singkatnya, sikap positif terhadap kewirausahaan digital dapat meningkatkan motivasi, pengambilan keputusan, persepsi kendali, persepsi risiko, dan penetapan tujuan, yang semuanya berkontribusi pada niat yang lebih tinggi untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan di domain digital.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh langsung dari karakter personal yang dikembangkan dari konsep The Big Five Personality Traits. Lima karakter personal tersebut diuji pengaruhnya terhadap sikap pribadi mahasiswa, dan selanjutnya diuji pengaruh sikap pribadi tersebut terhadap *digital entrepreneurship intention*. Sebagaimana yang dihipotesiskan, hasil dari pemodelan persamaan struktural menggunakan analisis Smart PLS4 4.0 mendukung semuanya jalur langsung dan dampak dari lima besar ciri pribadi terhadap sikap pribadi terhadap pemanfaatan teknologi dalam kewirausahaan karena semua jalur bersifat positif dan signifikan.

Karakter personal seperti agreeableness, conscientiousness, extroversion, neuroticism, dan openness to experience memiliki pengaruh positif signifikan terhadap sikap pribadi mahasiswa terhadap kewirausahaan digital. Hal ini menunjukkan pentingnya karakteristik personal dalam membentuk sikap individu terhadap kewirausahaan digital. Sikap pribadi mahasiswa terhadap kewirausahaan digital memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat kewirausahaan digital mereka. Hal ini menegaskan bahwa sikap individu terhadap kewirausahaan digital dapat menjadi prediktor penting dalam menentukan niat untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan digital. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang hubungan antara karakter personal, sikap pribadi, dan niat kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa. Implikasi dari temuan ini dapat digunakan untuk meningkatkan pendekatan pendidikan dan pengembangan kewirausahaan di perguruan tinggi guna mendukung pertumbuhan kewirausahaan digital di masa depan.

Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: Pertama, Kontribusi terhadap Teori Big Five Personality Traits: Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperluas pemahaman tentang bagaimana Big Five Personality Traits (agreeableness, conscientiousness, extraversion, neuroticism, dan openness to experience) dapat mempengaruhi sikap pribadi dan niat kewirausahaan digital mahasiswa. Hal ini dapat memperkaya literatur tentang hubungan antara karakteristik personal dan perilaku kewirausahaan digital. Kedua, Pengembangan Model Teoritis: Hasil penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan model teoritis yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi niat kewirausahaan digital. Dengan memasukkan konsep sikap pribadi sebagai mediator antara personal traits dan niat kewirausahaan digital, model teoritis dapat menjadi lebih holistik dan memperhitungkan aspek psikologis individu secara lebih mendalam. Ketiga, Validasi Teori Perilaku Terencana (TPB): Penelitian ini juga dapat memberikan validasi terhadap Teori Perilaku Terencana (TPB) yang menyatakan bahwa perilaku dipengaruhi oleh niat, sikap, kontrol perilaku, dan norma subjektif. Dengan menunjukkan bahwa sikap pribadi memiliki pengaruh positif terhadap niat kewirausahaan digital, penelitian ini dapat memperkuat konsep TPB dalam konteks kewirausahaan digital. Keempat, Pengembangan Pengetahuan Baru: Hasil penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan pengetahuan baru tentang faktor-faktor psikologis yang memengaruhi niat mahasiswa terhadap kewirausahaan digital. Dengan memahami lebih dalam hubungan antara personal traits, sikap pribadi, dan niat kewirausahaan digital, penelitian ini dapat memberikan wawasan baru yang bermanfaat bagi pengembangan program pendidikan dan pelatihan di bidang kewirausahaan digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini memiliki implikasi teoritis yang penting dalam memperluas pemahaman tentang faktor-faktor psikologis yang memengaruhi niat mahasiswa terhadap kewirausahaan digital dan dapat menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut di bidang ini.

Implikasi Praktis

Implikasi praktis dari temuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Pertama, Pengembangan Program Pendidikan: Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan program pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan niat mahasiswa terhadap kewirausahaan digital. Institusi pendidikan dapat memperhatikan pentingnya membangun sikap positif terhadap kewirausahaan digital melalui kurikulum yang mendukung pengembangan personal traits yang relevan. Kedua, Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan: Institusi pendidikan dan pelatihan dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk merancang program pelatihan dan pengembangan keterampilan yang fokus pada memperkuat sikap positif mahasiswa terhadap kewirausahaan digital. Pelatihan ini dapat membantu mahasiswa dalam mengembangkan keyakinan, motivasi, dan keterampilan yang diperlukan untuk sukses dalam dunia kewirausahaan digital. Ketiga, Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa: Temuan penelitian ini dapat menjadi panduan bagi lembaga atau organisasi yang ingin mendorong kewirausahaan mahasiswa, terutama dalam konteks kewirausahaan digital. Dengan memahami hubungan antara personal traits, sikap pribadi, dan niat kewirausahaan digital, mereka dapat memberikan dukungan yang lebih efektif dalam memfasilitasi mahasiswa untuk memulai bisnis digital mereka sendiri. Keempat, Penyusunan Kebijakan Pendidikan: Pemerintah dan lembaga terkait dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk menyusun kebijakan pendidikan yang mendukung pengembangan kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa. Dengan memperhatikan faktor-faktor psikologis yang memengaruhi niat kewirausahaan digital, kebijakan pendidikan dapat dirancang untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, temuan penelitian ini memiliki implikasi praktis yang dapat digunakan untuk menginformasikan pembangunan program pendidikan, pelatihan, pengembangan kewirausahaan, dan penyusunan kebijakan yang mendukung pertumbuhan kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa.

Implikasi Manajerial Perguruan Tinggi

Implikasi manajerial bagi pengelola perguruan tinggi dari temuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Pertama, Pengembangan Kurikulum: Pengelola perguruan tinggi dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk mengembangkan kurikulum yang lebih responsif terhadap kebutuhan mahasiswa dalam mengembangkan niat dan keterampilan kewirausahaan digital. Dengan memasukkan aspek personal traits dan sikap pribadi dalam kurikulum, perguruan tinggi dapat membantu mahasiswa untuk mempersiapkan diri dalam memasuki dunia kewirausahaan digital. Kedua, Pengembangan Program Pendukung: Pengelola perguruan tinggi dapat merancang program-program pendukung seperti pelatihan kewirausahaan, workshop, dan mentoring yang bertujuan untuk membantu mahasiswa dalam mengembangkan sikap positif terhadap kewirausahaan digital. Program-program ini dapat membantu mahasiswa dalam mengasah keterampilan dan membangun keyakinan untuk menjadi wirausahawan digital yang sukses. Ketiga, Kolaborasi dengan Industri: Pengelola perguruan tinggi dapat menjalin kerjasama dengan industri dan perusahaan start-up untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan digital. Kolaborasi ini dapat membantu mahasiswa untuk memahami lebih dalam tuntutan dan peluang di dunia kewirausahaan digital serta memperluas jaringan

profesional mereka. Keempat, Pengembangan Sumber Daya Manusia: Pengelola perguruan tinggi dapat memperhatikan pengembangan sumber daya manusia di lingkungan kampus untuk mendukung mahasiswa dalam mengembangkan sikap positif terhadap kewirausahaan digital. Pelatihan dan pengembangan staf akademik dan non-akademik juga penting untuk menciptakan lingkungan pendidikan yang mendukung pertumbuhan kewirausahaan mahasiswa. Dengan memperhatikan implikasi manajerial ini, pengelola perguruan tinggi dapat meningkatkan peran dan kontribusi mereka dalam mendukung pengembangan kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa serta mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Pertama, Generalisasi Hasil: Penelitian ini dilakukan pada sampel mahasiswa senior di universitas negeri di Arab Saudi. Oleh karena itu, hasil penelitian mungkin tidak dapat langsung diterapkan pada populasi mahasiswa di universitas negeri atau di negara lain. Generalisasi hasil penelitian perlu dilakukan dengan hati-hati. Kedua, Variabel yang Tidak Diperhitungkan: Penelitian ini hanya mempertimbangkan peran *personal attitude* sebagai mediator antara personal traits dan niat kewirausahaan digital. Variabel lain seperti norma subjektif atau kontrol perilaku yang dirasakan tidak dimasukkan dalam analisis. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan variabel yang dipertimbangkan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Ketiga, Metode Penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam atau observasi mungkin dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara karakter personal, sikap pribadi, dan niat kewirausahaan digital. Kombinasi metode penelitian dapat menghasilkan hasil yang lebih kaya. Keempat, Faktor Kontekstual: Penelitian ini tidak mempertimbangkan faktor kontekstual tertentu seperti perbedaan gender, usia, atau spesialisasi universitas dalam hubungan antara karakter personal dan niat kewirausahaan digital. Penelitian mendatang dapat mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor ini dapat memoderasi hubungan tersebut. Dengan menyadari keterbatasan-keterbatasan ini, penelitian selanjutnya dapat mengatasi dan memperluas temuan penelitian ini untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi niat kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Hammadi, A., Al-Shami, S. A., & Sidek, S. (2021). The Relationship between Big Five Personality of Youth Entrepreneurial Intention through Entrepreneurial Capability and Awareness. Pt. 2 *J. Legal Ethical & Regul. Issues*, 24, 1.
- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Ryu, K. (2018). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 514–538. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2016-0568>
- Almi, S N., & Rahmi, E. (2020, June 5). Pengaruh Digital Literacy Terhadap Kesiapan Berwirausaha di Era-digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(2), 242-242. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i2.8829>
- Aloulou, W., Ayadi, F., Ramadani, V., & Dana, L.-P. (2023). Dreaming digital or chasing new real pathways? Unveiling the Determinants Shaping Saudi youth's Digital Entrepreneurial Intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Carvalho, L., Poletto, T., Ramos, C C., Rodrigues, F D A., Carvalho, V D H D., & Nepomuceno, T C C. (2023, May 11). Predictors of Digital Competence of Public University Employees and the Impact on Innovative Work Behavior. <https://doi.org/10.3390/admsci13050131>
- Çekici, F. (2019). The Relationships between the Big Five Personality Traits and Attitudes towards Seeking Professional Psychological Help in Mental Health Counselor Candidates: Mediating Effect of Cognitive Flexibility. *Educational Research and Reviews*, 14(14), 501–511.
- Chin W, M. G. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Formula Modeling. In E. Modern Methods for Business Research, In: G. A. Marcoulides (Ed.), *Advances in Hospitality and Leisure: Vol. 8* (2) (Issue January 1998). Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Elshaer, I. A., & Sobaih, A. E. E. (2023). The Impact of Gender on the Link between Personality Traits and Entrepreneurial Intention: Implications for Sustainable Agriculture. *Agriculture*, 13(2), 454.
- Flury, B., Murtagh, F., & Heck, A. (1988). *Multivariate Data Analysis*. In *Mathematics of Computation* (7th ed., Vol. 50, Issue 181). Pearson Prentice Hall. <https://doi.org/10.2307/2007941>

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hamza, M. A., Rehman, S., Sarwar, A., & Choudhary, K. N. (2023). Is knowledge a tenement? The mediating role of team member exchange over the relationship of big five personality traits and knowledge-hiding behavior. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 53(1), 166–186. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-05-2020-0084>
- Imam Ghozali. (2017). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square PLS*. In Badan Penerbit Universitas Diponegoro (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Judge, T. A., & Zapata, C. P. (2015). The person-situation debate revisited: Effect of situation strength and trait activation on the validity of the big five personality traits in predicting job performance. *Academy of Management Journal*, 58(4), 1149–1179. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.0837>
- Lounsbury, J. W., Levy, J. J., Saudargas, R. A., & Gibson, L. W. (2019, January 1). Big Five Personality Traits and Outcomes for First-Year College Students. *The journal of college orientation and transition*, 14(1). <https://doi.org/10.24926/jcotr.v14i1.2655>
- Lynn, M. (2021). Effects of the Big Five personality traits on tipping attitudes, motives, and behaviors. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102722.
- Muhid, A., Ridho, A., Yusuf, A., Noor, W., Ulya, Z., & Asyhar, A. H. (2021, April 1). Big Five Personality Test for State Islamic Senior High School Students in Indonesia. *International Journal of Instruction*, 14(2), 783–500. <https://doi.org/10.29333/iji.2021.14227a>
- Park, W. (2020). A Study of Influence of Banker's Big5 Personality Traits on Entrepreneurial Intention: Mediated Effect of Digital Media Utilization Capability. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(2), 209–220.
- PH. and Chang, Y. C. (2009). Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. *Research Design Qualitative Quantitative and Mixed Methods Approaches*. In *Research Design* (Vol. 4, Issue June). Sage publications.
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021a). Analisis Data Penelitian Manajemen Pendidikan: Perbandingan Hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS untuk Jumlah Sampel Kecil. *International Journal of Social, Policy and Law (IJOSPL)*, 01(01), 111–122. <https://ijospl.org/index.php/ijospl/article/view/64>
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021b). Education Management Research Data Analysis: Comparison of Results between Lisrel, Tetrad, GSCA, Amos, SmartPLS, WarpPLS, and SPSS For Small Samples. *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 382–399. <https://doi.org/10.31538/ndh.v6i2.1575>
- Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, T. I., & ... (2020a). Marketing Research Quantitative Analysis for Large Sample: Comparing of Lisrel, Tetrad, GSCA, Amos, SmartPLS, WarpPLS, and SPSS. ... *Administrasi Publik ...*, 4(2), 335–350. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3937202
- Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, T. I., & ... (2020b). Marketing Research Quantitative Analysis for Large Sample: Comparing of Lisrel, Tetrad, GSCA, Amos, SmartPLS, WarpPLS, and SPSS. ... *Administrasi Publik ...*, 9(2), 355–372. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3937202
- Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, T. I., Paramarta, V., & Sunarsih, D. (2020). Social and Management Research Quantitative Analysis for Medium Sample: Comparing of Lisrel, Tetrad, GSCA, Amos, SmartPLS, WarpPLS, and SPSS. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik*, 9(2), 518–532. <https://ojs.unm.ac.id/iap/article/view/22804>
- Rahman, M. S., Mannan, M., Hossain, A., Zaman, M. H., & Hassan, H. (2018a). Tacit knowledge sharing behavior among the academic staff: trust, self-efficacy, motivation and Big Five personality traits embedded model. *International Journal of Educational Management*, 32(5), 761–782. <https://doi.org/10.1108/IJEM-08-2017-0193>
- Rahman, M. S., Mannan, M., Hossain, M. A., Zaman, M. H., & Hassan, H. (2018b). Tacit knowledge-sharing behavior among the academic staff: Trust, self-efficacy, motivation and Big Five personality traits embedded model. *International Journal of Educational Management*, 32(5), 761–782. <https://doi.org/10.1108/IJEM-08-2017-0193>
- Roscoe, A. M., Lang, D., & Sheth, J. N. (1975). Follow-up Methods, Questionnaire Length, and Market Differences in Mail Surveys: In this experimental test, a telephone reminder produced the best response rate and questionnaire length had no effect on rate of return. *Journal of Marketing*, 39(2), 20–27.

- Sahrah, A., Guritno, P., Rengganis, R., Dewi, R., Saufi, R., & Permarupan, Y. (2023). Personality traits, individual resilience, openness to experience and young digital entrepreneurship intention. *International Journal of Data and Network Science*, 7(3), 1193–1204.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Smith, D., Reams, R., & Hair, J. F. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): A useful tool for family business researchers. *Journal of Family Business Strategy*, 5(1), 105–115. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2014.01.002>
- Sobaih, A. E. E., & Elshaer, I. A. (2022). Personal Traits and Digital Entrepreneurship: A Mediation Model Using SmartPLS Data Analysis. *Mathematics*, 10(21), 1–19. <https://doi.org/10.3390/math10213926>
- Vasileva, O. O., Pozdeeva, E. G., & Shipunova, O. D. (2022). Students' Attitude to Digital Entrepreneurship. Challenges and Solutions in the Digital Economy and Finance: Proceedings of the 5th International Scientific Conference on Digital Economy and Finances (DEFIN 2022), St. Petersburg 2022, 319–329.
- Wang, H., Liu, Y., Wang, Z., & Wang, T. (2023, January 27). The influences of the Big Five personality traits on academic achievements: Chain mediating effect based on major identity and self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1065554>
- Wardani, F Z., Suparmi, S., & Aminah, N S. (2019, February 1). Evaluating the E-Learning on Students' Character: Blended Learning Model as a Strategy to Improve Students' Character. *Journal of Physics: Conference Series*, 1155, 012029-012029. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1155/1/012029>
- Yu, T.-K., Chao, C.-M., & Wang, Y. (2022). Factors influencing the teaching intention of business college teachers to fulfill digital entrepreneurship courses. *Frontiers in Psychology*, 13, 860808.