BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

1. *Expectancy Theory*

Penelitian ini memanfaatkan penggunaan *Expectancy Theory* yang dikemukakan oleh Vroom (1964) sebagai *grand theory* yang menjelaskan bahwa *Exspectancy* merupakan keyakinan mengenai hubungan antara suatu tindakan dengan hasil yang akan diperoleh. Nilainya berada pada rentang nol hingga satu, di mana nilai nol menunjukkan bahwa secara subjektif seseorang tidak meyakini tindakan tersebut akan menghasilkan suatu hasil, sedangkan nilai satu menunjukkan adanya keyakinan penuh bahwa tindakan tersebut akan menghasilkan hasil yang diharapkan. Instrumentalitas, di sisi lain, mengacu pada hubungan antara hasil yang sudah dicapai dengan hasil atau hasil lainnya yang mungkin diperoleh. Motivasi atau dorongan seseorang untuk bertindak (force) merupakan hasil interaksi antara tiga komponen yaitu, *expectancy, instrumentality,* dan *valence*. *Valence* didefinisikan sebagai orientasi afektif seseorang terhadap suatu hasil (*outcome*) bernilai positif jika hasil tersebut diinginkan, netral jika seseorang acuh terhadapnya, dan negatif jika hasil tersebut dihindari, kemudian Instrumentality merujuk pada keyakinan bahwa suatu hasil (*outcome* pertama) berperan sebagai sarana yang mengantarkan pada

tercapainya hasil lain (*outcome* kedua) yang diinginkan dan *Expectancy* didefinisikan sebagai keyakinan sesaat individu mengenai kemungkinan bahwasanya suatu tindakan tertentu akan diikuti oleh hasil tertentu Vroom (1964).

Dalam perkembangannya, Expectancy Theory tidak hanya diterapkan dalam bidang manajemen dan dunia kerja, tetapi juga mulai digunakan dalam bidang kewirausahaan. (Renko et al., 2011) menjelaskan bahwa meskipun Expectancy Theory awalnya banyak diteliti dalam konteks motivasi kerja dan perilaku organisasi, sejumlah penelitian mulai menerapkannya untuk memahami perilaku wirausaha, termasuk menjelaskan motivasi individu dalam menentukan pilihan karier dan membangun usaha baru. Perkembangan teknologi digital yang semakin cepat turut membuka peluang penerapan teori ini secara lebih luas, khususnya untuk menjelaskan perilaku individu dalam menentukan minat dan pilihan terhadap aktivitas kewirausahaan berbasis digital.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa ekspektasi terhadap keberhasilan usaha serta keyakinan terhadap kemampuan diri menjadi unsur yang memegang peranan krusial dalam mendorong minat berwirausaha. Individu yang meyakini kapasitas dirinya dan memiliki pandangan positif terkait hasil dari usaha yang dijalankan umumnya memperlihatkan tingkat minat berwirausaha yang lebih tinggi. Selain itu, penelitian lain juga menjelaskan bahwa harapan terhadap hasil

(*valence*) dan keyakinan mengenai hubungan antara usaha dan hasil yang diperoleh (instrumentality) turut berperan dalam meningkatkan motivasi dan minat individu dalam kegiatan kewirausahaan (Santos et al., 2019).

Penelitian yang dijalankan oleh Abdelwahed et al. (2023) memperlihatkan bahwasanya *self-efficacy* memberikan kontribusi krusial dalam membangun rasa percaya diri wirausahawan agar mampu menghadapi berbagai tantangan serta menciptakan solusi yang inovatif, yang pada akhirnya memperkuat keberhasilan usaha dan keterlibatan kerja mereka. Selanjutnya Tristianto & Noviani (2024) menemukan bahwa *self-efficacy* dan kreativitas memberikan pengaruh positif terhadap niat berwirausaha digital pada mahasiswa karena mampu meningkatkan rasa percaya diri dan keberanian dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan usaha. Penelitian Rahmah, & Gufron (2023) menyatakan *self-efficacy* memengaruhi intensi berwirausaha secara signifikan. Dengan demikian, berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harapan terhadap keberhasilan, keyakinan diri, kreativitas, serta kemampuan memanfaatkan teknologi digital menjadi faktor krusial dalam mendorong tumbuhnya minat berwirausaha digital.

Pada penelitian ini, *Expectancy Theory* dimanfaatkan guna menjelaskan bahwa minat berwirausaha digital muncul karena adanya harapan individu terhadap keberhasilan usaha yang akan dijalankan.

Harapan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti literasi digital, kreativitas, dan *self-efficacy*.

Literasi digital membantu individu dalam memahami serta memanfaatkan teknologi digital untuk menunjang keberhasilan usaha. Kreativitas berperan dalam mendorong individu menghasilkan ide dan inovasi usaha sehingga peluang keberhasilan menjadi lebih besar. Sementara itu, *self-efficacy* berkenaan dengan keyakinan individu terhadap kapasitasnya dalam memulai dan menjalankan usaha digital. Ketika seseorang merasa mampu memanfaatkan teknologi digital, memiliki ide yang kreatif, serta percaya pada kemampuan dirinya sendiri, maka minat untuk berwirausaha digital akan semakin meningkat.

2. Minat Berwirausaha Digital

a. Pengertian Minat Berwirausaha Digital

Minat dapat dipahami sebagai suatu ketertarikan yang timbul pada diri seseorang terhadap hal tertentu. Ketertarikan tersebut menggambarkan keinginan, kesukaan, atau hal-hal yang ingin dilakukan oleh individu. Ketika seseorang memiliki minat terhadap suatu bidang, maka tindakan dan perilaku yang ditunjukkannya cenderung mengarah pada bidang yang diminatinya tersebut (Aprilianty, 2012). Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki potensi besar untuk turut berperan dalam pembangunan perekonomian, salah satunya dengan memanfaatkan masa

perkembangan remaja guna membekali siswa agar tumbuh minatnya untuk berwirausaha. Kewirausahaan dapat dipahami sebagai suatu proses kreatif dan inovatif yang mengandung risiko cukup besar, namun bertujuan untuk menghasilkan nilai tambah (*add value*) pada produk atau jasa demi memenuhi kebutuhan konsumen maupun masyarakat luas. Pada dasarnya, kewirausahaan mencerminkan ciri, sifat, dan karakter individu yang dilandasi oleh dorongan serta kemampuan untuk mewujudkan gagasan secara inovatif, produktif, dan kreatif. Minat berwirausaha terbentuk melalui interaksi antara faktor internal, eksternal dan kontekstual (Tahirs, J. P., & Rambulangi, 2020). Faktor internal meliputi keyakinan diri, kreativitas, serta kemampuan dalam memanfaatkan peluang. Dalam konteks kewirausahaan digital, minat berwirausaha menjadi semakin relevan karena perkembangan teknologi membuka peluang usaha yang lebih luas bagi generasi muda (Saputri & Qotrunnada, 2025). Dalam konteks kewirausahaan digital, minat berwirausaha diberi pengaruh oleh berbagai faktor internal individu, di antaranya literasi digital, kreativitas, dan *self-efficacy*.

b. Karakteristik Minat Berwirausaha Digital

Wirausaha adalah seorang yang memiliki kepribadian unggul.

Menurut Corsini et al. (2022), karakteristik yang dimiliki oleh wirausahawan yang efektif dan berhasil meliputi :

1) Percaya Diri

   Seorang wirausahawan memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuan dirinya, mampu berpikir mandiri, serta bersikap independen dan optimis dalam memandang masa depan. Kepercayaan diri tersebut tercermin dalam kualitas kepemimpinan, sikap dinamis, serta pandangan positif terhadap diri sendiri dan perkembangan usahanya di masa yang akan datang.

2) Berorientasi Lingkungan

   Seorang wirausahawan mempunyai kemampuan bersosialisasi yang baik serta mampu menjalin hubungan dengan berbagai pihak di sekitarnya tanpa membedakan peran, baik sebagai klien, pesaing usaha, maupun karyawan.

3) Berorientasi pada tugas

   Wirausahawan selalu menunjukkan etos kerja yang tinggi, memiliki visi yang jelas, serta semangat yang kuat dalam menjalankan usaha, disertai dengan ketangguhan dan kesungguhan dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis.

4) Ide dan Kreatif

   Seorang wirausahawan senantiasa mengedepankan gagasan yang orisinal dengan didukung oleh pemikiran kreatif, serta terus berupaya melakukan pembaruan terhadap produk barang maupun jasa yang dihasilkan agar memiliki daya tarik di pasar.

Upaya tersebut memberikan nilai keunggulan sehingga produk lebih mudah diterima oleh pelanggan.

5) Berorientasikan masa depan

Seorang wirausahawan selalu berorientasi pada masa depan dan tidak terpaku pada masa lalu. memiliki pandangan yang luas terhadap peluang yang ada serta bersikap optimis dalam menghadapi berbagai kemungkinan ke depan. Bagi wirausahawan, masa depan dipandang sebagai ruang penuh harapan dan peluang yang harus dimanfaatkan sebaik mungkin.

6) Kesediaan Mengambil Resiko

Setiap usaha pasti menghadapi risiko karena masa depan yang tidak dapat dipastikan. Seorang wirausahawan adalah individu yang siap menghadapi dan menanggung risiko tersebut, dengan keyakinan bahwa kesediaan dalam menghadapi risiko berpotensi memberikan kesempatan untuk meraih keuntungan yang lebih tinggi.

7) Kemampuan Membuat Keputusan

Seorang wirausahawan adalah individu yang mampu mengambil keputusan dengan baik karena memahami berbagai persoalan yang mungkin dihadapi di masa depan. Selain itu, wirausahawan juga mampu mengumpulkan dan memanfaatkan informasi yang dibutuhkan sebagai landasan penetapan suatu putusan, sehingga putusan yang diambil didasarkan pada

informasi yang cukup dan keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri.

8) Berorientasikan Perencanaan

Seorang wirausahawan selalu berusaha merencanakan setiap kegiatan yang akan dilakukan. Perencanaan tersebut bertujuan untuk menyelaraskan berbagai aspek usaha agar langkah yang diambil di masa depan dapat berjalan secara lebih terfokus serta selaras dengan sasaran yang hendak dipenuhi capaiannya.

9) Kemampuan mendirikan usaha

Seorang wirausahawan memiliki kemampuan khusus dalam mengelola berbagai aktivitas karyawan dan usahanya dan mampu memanfaatkan potensi orang-orang di sekitarnya untuk mendukung pengelolaan perusahaan dan kelancaran seluruh kegiatan usaha.

10) Kemampuan Manajemen

Kemampuan yang alamiah.

Seorang wirausahawan senantiasa mengedepankan gagasan yang orisinal dengan didukung oleh pemikiran kreatif, serta terus berupaya melakukan pembaruan terhadap produk barang maupun jasa yang dihasilkan agar memiliki daya tarik di pasar. Upaya tersebut memberikan nilai keunggulan sehingga produk lebih mudah diterima oleh pelanggan.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Berwirausaha Digital

Menurut Afifudin (2025) minat berwirausaha timbul dari berbagai faktor antara lain:

1) Faktor Internal: Meliputi motivasi, sikap, serta kemampuan yang dimiliki mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi digital.
2) Faktor Eksternal: meliputi kondisi lingkungan bisnis, dukungan dari pihak keluarga dan teman terdekat, serta kemudahan akses terhadap sumber daya yang tersedia.

d. Indikator Minat Berwirausaha Digital

Bersumber dari Septianti & Putri (2023), tingkat minat berwirausaha digital yang dimiliki seorang individu dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator berikut:

1) Perasaan Senang
2) Ketertarikan
3) Perhatian
4) Keterlibatan

3. Literasi Digital

a. Pengertian Literasi Digital

Literasi digital ialah kecakapan individu dalam memahami, mengoperasikan, serta memanfaatkan teknologi informasi secara efektif pada berbagai aktivitas. Kecakapan tersebut tidak sekadar

mencakup penggunaan perangkat dan media digital, melainkan juga meliputi kapasitas untuk mengelola, menelaah, serta mengolah informasi yang diperoleh melalui teknologi digital (Sembiring et al., 2026).

Murwani & Mukhlis (2023) mengemukakan bahwasanya literasi digital memberikan kontribusi penting dalam membangun sikap serta minat berwirausaha. Literasi digital tidak sekadar berkenaan dengan kecakapan mengoperasikan perangkat digital, melainkan juga meliputi kemampuan menelusuri, mengevaluasi, menciptakan, dan memanfaatkan informasi digital secara kritis serta beretika guna mendukung pencapaian tujuan tertentu, termasuk dalam pengembangan aktivitas kewirausahaan (Masyrin et. al 2026).

b. Ciri-ciri Literasi Digital

Literasi digital tidak sekadar soal bisa memanfaatkan penggunaan teknologi, melainkan juga mencakup seperti apa seorang individu bersikap, memahami, serta memanfaatkan teknologi tersebut dengan tepat.

Menurut Zaenudin et al. (2020), literasi digital mempunyai empat kompetensi utama, yakni:

1) Kemampuan mencari informasi di internet (Internet Searching), yaitu kemampuan memanfaatkan internet dan mesin pencari untuk memperoleh informasi yang relevan.

2) Kemampuan memahami navigasi digital (Hypertextual Navigation), yaitu kemampuan memahami cara kerja halaman web, tautan (hyperlink), serta berbagai elemen dasar dalam penelusuran informasi di internet.
3) Kemampuan mengevaluasi informasi (Content Evaluation), yaitu kemampuan menilai keakuratan, kredibilitas, dan kelengkapan informasi yang diperoleh dari sumber digital secara kritis.
4) Kemampuan mengolah dan menyusun pengetahuan (Knowledge Assembly), yaitu kemampuan mengumpulkan, mengintegrasikan, serta menyimpulkan informasi dari berbagai sumber digital menjadi pengetahuan yang bermanfaat.

c. Manfaat Literasi Digital

Literasi Digital mencakup kemampuan memahami, mengelola, dan memanfaatkan teknologi informasi secara efektif dalam aspek bisnis, seperti mengenali peluang, pemasaran digital, dan pengelolaan operasional usaha berbasis teknologi (Fauziah et al., 2025).

Menurut Ferdiyanto & Arifin (2025) literasi digital memiliki peran yang sangat penting dan memberikan berbagai manfaat dalam meningkatkan minat berwirausaha digital:

1) Mengembangkan straegi pemasaran.
2) Meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional

3) Memahami trend dan inovasi teknologi yang dapat diterapkan diusaha mereka.
4) Menjadi bekal menghadapi persaingan bisnis digital.

d. Indikator Literasi Digital

Indikator Literasi Digital dari penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1) Kemampuan mengakses informasi digital (Fernando & Handoyo, 2022)
2) Kemampuan mengevaluasi informasi digital (Yuwafi et al., 2026)
3) Kemampuan menggunakan teknologi digital (Yuwafi et al., 2026)
4) Kemampuan memanfaatkan media digital secara produktif (Yuwafi et al., 2026)
5) Kemampuan komunikasi digital (Aji et al., 2025)
6) Kesadaran etika dan keamanan digital (Yuwafi et al., 2026)
7) Kemampuan melihat peluang usaha digital (Aji et al., 2025)

4. Kreativitas

a. Pengertian Kreativitas

Menurut (Tuzzahrok & Murniningsih, 2021) Kreativitas merupakan kemampuan individu untuk mengembangkan berbagai ide, gagasan, dan imajinasi baru dalam menghasilkan barang atau jasa yang memiliki daya tarik serta keunikan bagi masyarakat.

Pada bidang kewirausahaan, kreativitas memegang peranan krusial dalam melahirkan produk maupun layanan yang memiliki keunikan serta mampu bersaing. Dalam konteks kewirausahaan, kreativitas dimaknai sebagai kecakapan untuk mencetuskan gagasan yang orisinal, relevan, dan bernilai guna dalam menciptakan nilai tambah bagi suatu usaha (Harahap, 2024). Dalam kegiatan kewirausahaan, kreativitas memiliki peran penting karena mendorong individu untuk selalu mencari cara baru dan menghasilkan ide-ide baru sebagai dasar dalam mengembangkan kegiatan kewirausahaan Tristianto & Noviani (2024).

Dalam lingkup ekonomi, kreativitas dimaknai sebagai kecakapan dalam melahirkan gagasan yang orisinal sekaligus menemukan pendekatan baru untuk menyelesaikan permasalahan serta memanfaatkan berbagai peluang yang ada. Kreativitas juga merujuk pada suatu proses dinamis yang berperan penting dalam mendorong inovasi di berbagai bidang, seperti teknologi, pemasaran, dan praktik bisnis, dengan tujuan untuk meraih keunggulan bersaing dalam dunia ekonomi. Yasir et al. (2022) mengemukakan bahwasanya kreativitas menjadi satu di antara faktor yang berperan penting dalam meningkatkan daya saing suatu usaha.

b. Manfaat Kreativitas

Menurut Yasir et al. (2022) manfaat kreativitas terhadap minat berwirausaha digital tercermin dari kecakapan individu dalam menciptakan gagasan yang orisinal dan bernilai, serta merumuskan pendekatan baru untuk mengatasi berbagai permasalahan ketika memanfaatkan peluang yang tersedia. Selanjutnya, Septianti & Putri (2023) menjelaskan bahwa kreativitas memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan kewirausahaan karena dengan kreativitas, individu mampu mengidentifikasi kebutuhan pasar melalui perspektif yang berbeda sehingga bisa menghasilkan produk maupun jasa yang memiliki nilai tambah serta kemampuan bersaing.

c. Ciri-ciri Kreativitas

Ciri-ciri Kreativitas menurut (Zr et al., 2023) meliputi:

1) Memiliki rasa keingintahuan yang tinggi dan bersifat mendalam
2) Mempunyai kemampuan berimajinasi yang kuat.
3) Terbiasa mengemukakan ide maupun alternatif solusi ketika menghadapi suatu permasalahan.
4) Mampu meninjau suatu persoalan dari beragam perspektif.
5) Menunjukkan keaslian dalam menyampaikan gagasan serta menemukan penyelesaian terhadap permasalahan

Kreativitas terbukti berperan penting dalam mencapai kesuksesan wirausaha karena memungkinkan wirausahawan menghasilkan solusi inovatif dan meningkatkan daya saing usahanya Sephia et al. (2023)

c. Indikator Kreativitas

Menurut Septianti & Putri (2023) dan (Widhiandhono et al., 2016) indikator Kreativitas sebagai berikut:

1. Pencipta peluang
2. Penemu
3. Fleksibel
4. Pengambil resiko yang diperhitungkan

5. Self Efficacy

a. Pengertian *Self-efficacy*

Menurut (Tri et al., 2022) menjelaskan bahwasanya *Self-efficacy* ialah sebuah konsep yang berasal dari teori kognitif sosial. Konsep ini merujuk pada keyakinan seseorang terhadap kapasitas dirinya sendiri dalam mengatur dan menjalankan tindakan-tindakan yang dibutuhkan guna menghadapi atau mengelola suatu situasi tertentu. Cahya & Rafida (2026) menyatakan bahwasanya *self-efficacy* ialah tingkat kepercayaan individu terhadap kapasitas yang dimilikinya untuk menyelesaikan suatu tugas demi mencapai tujuan tertentu. Dalam ranah kewirausahaan, *self-efficacy* mengacu pada keyakinan seseorang atas kemampuannya dalam merintis,

mengelola, serta mengembangkan usaha. Individu dengan *self-efficacy* yang tinggi umumnya mempunyai rasa percaya diri yang lebih kuat, berani menetapkan keputusan, tetap gigih ketika menghadapi hambatan, serta memperlihatkan dorongan yang tinggi dalam menghadapi berbagai tantangan. Sebaliknya, individu yang memiliki *self-efficacy* rendah umumnya kurang meyakini kapasitas dirinya, sehingga memperlihatkan keraguan untuk memulai usaha. Sandi & Nurhayati (2020) menyebutkan bahwasanya *self-efficacy* memengaruhi minat berwirausaha secara positif.

Bagi siswa SMK, minat berwirausaha digital menjadi penting karena dapat menjadi alternatif karier setelah lulus sekolah, sekaligus mendukung program pemerintah dalam mencetak lulusan yang mandiri dan berdaya saing. Perkembangan era digital memberikan peluang yang semakin besar bagi generasi muda untuk tidak sekadar berorientasi sebagai pencari kerja, melainkan juga menjadi pencipta lapangan kerja melalui pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan kewirausahaan Cahya & Rafida (2026). Dengan demikian, literasi digital, kreativitas, dan *self-efficacy* merupakan faktor internal yang saling berkaitan dan memegang peranan krusial dalam membentuk minat berwirausaha digital.

b. Ciri-ciri Self-Efficacy

Semakin tinggi *self-efficacy*, maka semakin tinggi minat berwirausaha digital. Menurut Abdelwahed et al. (2023) ciri-ciri orang yang mempunyai *self efficacy* yang tinggi dalam konteks kewirausahaan digital antara lain:

1) kemampuan dirinya dalam menyelesaikan berbagai tindakan yang diperlukan guna mencapai tujuan organisasi maupun tujuan pribadi.
2) Keberhasilan yang diperoleh secara berulang akan meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuannya.Percaya terhadap kemampuan dan potensi yang dimiliki dalam dirinya.

c. Manfaat *Self-efficacy*

Bersumber dari Abdelwahed et al. (2023), *Self-efficacy* mempunyai peran penting dalam meningkatkan *work engagement* pegawai, antara lain:

1) Meningkatkan perilaku inovatif. *Self-efficacy* yang kuat pada kemampuan pribadi membuat karyawan lebih antusias dan penuh energi saat menjalani tugas-tugas pekerjaan.
2) Mendorong keterlibatan dalam aktivitas kreatif/inovatif
3) Membentuk atribusi/pola pikir wirausahawan pemula (nascent entrepreneurs).

4) Menjadi determinan performa wirausaha saat memulai usaha baru
5) Berkorelasi dengan kinerja perusahaan
6) Meningkatkan komitmen, performa, dan kesuksesan wirausaha

d. Indikator *Self-efficacy*

Menurut penelitian terdahulu indikator self-efficacy adalah :

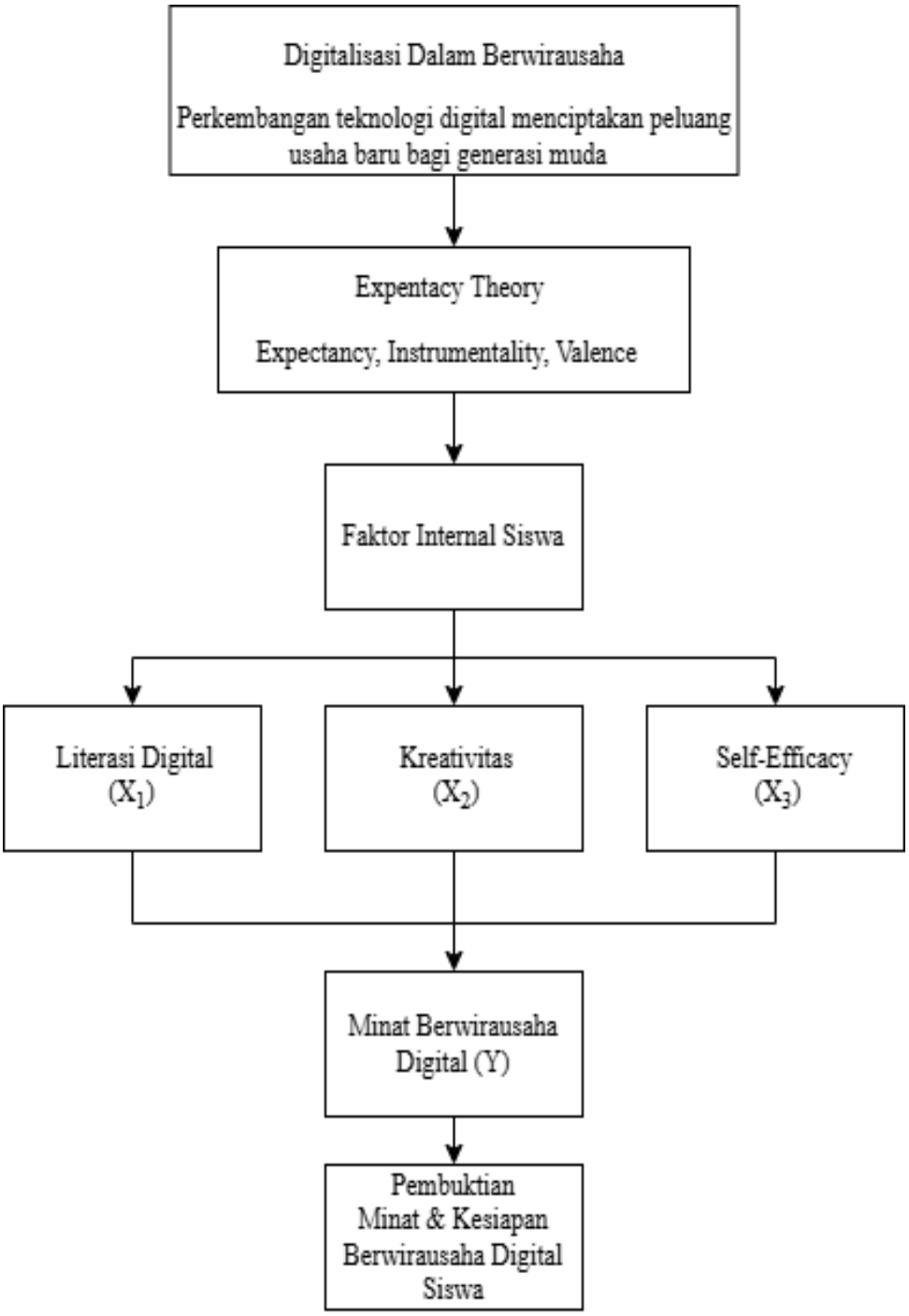
1) Keyakinan terhadap kemampuan diri (Ningsih, 2017)
2) Keberanian mengambil resiko (Yuwafi et al., 2026)
3) Keyakinan memulai usaha (Utami et al., 2026)
4) Kemampuan menghadapi tantangan usaha (Yuwafi et al., 2026)
5) Tidak mudah menyerah (Rahmawati & Nopriana, 2024)
6) Percaya mampu mengelola usaha digital (Ningsih, 2017)

B. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir dapat dipahami sebagai rangkaian alur logika yang menggabungkan berbagai teori relevan guna menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Adapun pendekatan yang dipergunakan pada penelitian ini ialah pendekatan deduktif, yakni proses penarikan kesimpulan yang berawal dari teori bersifat umum menuju fenomena yang lebih spesifik.

Berdasarkan kajian pustaka, literasi digital, kreativitas, dan *self-efficacy* merupakan faktor internal yang diduga memengaruhi minat berwirausaha digital siswa. Literasi digital memungkinkan siswa memahami dan memanfaatkan teknologi sebagai sarana usaha. Kreativitas mendorong

munculnya ide usaha yang inovatif, sedangkan *self-efficacy* meningkatkan keyakinan siswa untuk memulai dan menjalankan usaha digital.



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Bagan kerangka berpikir penelitian ini menjelaskan hubungan antara permasalahan, faktor yang memengaruhi, dan hasil yang diharapkan. Fokus penelitian adalah minat berwirausaha digital siswa kelas XI SMK Negeri 2 Jiwan yang masih belum optimal, meskipun teknologi digital sudah membuka banyak peluang usaha.

Penelitian ini berlandaskan *Expectancy Theory* yang dikemukakan oleh Victor H. Vroom. Teori tersebut menjelaskan bahwasanya individu akan terdorong untuk menjalankan suatu tindakan apabila meyakini bahwa upaya yang dijalankan mampu mengantarkan pada keberhasilan serta menghasilkan luaran yang sesuai dengan harapannya. Pada penelitian ini, minat siswa terhadap wirausaha digital dapat muncul apabila seseorang memiliki keyakinan bahwa kemampuan dan usaha yang dimiliki mampu mendukung keberhasilan dalam menjalankan usaha berbasis digital.

Minat ini diduga dipengaruhi oleh faktor internal siswa, yaitu literasi digital, kreativitas, dan *self-efficacy*. Literasi digital membantu siswa memahami dan memanfaatkan teknologi untuk kegiatan usaha. Semakin baik literasi digital, semakin besar kemungkinan siswa tertarik menggunakan teknologi dalam wirausaha.

Kreativitas mendorong siswa menghasilkan ide usaha digital yang inovatif dan bernilai jual, serta melihat peluang dari berbagai sisi. Tanpa kreativitas, minat berwirausaha digital sulit berkembang.

Self-efficacy, atau keyakinan diri siswa dalam memulai dan menjalankan usaha, juga penting. *Self-efficacy* tinggi membuat siswa lebih

percaya diri, berani mencoba, dan tidak mudah menyerah. Sebaliknya, rendahnya *self-efficacy* bisa menghambat minat berwirausaha.

Ketiga faktor ini, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama, memengaruhi minat berwirausaha digital siswa. Jadi, membuktikan literasi digital, kreativitas, dan *self-efficacy* diharapkan dapat meningkatkan minat berwirausaha digital siswa kelas XI SMK Negeri 2 Jiwan. Kerangka ini menjadi dasar penyusunan hipotesis dan instrumen penelitian.

C. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Digital

Bersumber dari *Expectancy Theory* yang diperkenalkan oleh Vroom (1964), individu akan mempunyai dorongan yang lebih besar untuk menjalankan suatu tindakan apabila meyakini bahwa upaya yang diberikan mampu menghasilkan kinerja yang baik sekaligus mengarah pada hasil yang diharapkan. Dalam konteks kewirausahaan digital, kemampuan literasi digital menjadi satu di antara unsur krusial yang dapat memperkuat keyakinan tersebut. Literasi digital sendiri meliputi kemampuan seseorang dalam mempergunakan, memahami, menilai, sekaligus memanfaatkan teknologi digital secara efektif guna mendukung berjalannya aktivitas usaha. Semakin tinggi tingkat literasi digital yang dimiliki siswa, maka semakin kuat pula keyakinannya dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana untuk mencapai keberhasilan usaha, sehingga hal ini turut mendorong meningkatnya minat berwirausaha digital.

Hasil penelitian Khairunisa & Sabaria (2023) memperlihatkan bahwasanya literasi digital memengaruhi minat berwirausaha digital mahasiswa secara positif dan signifikan. Hasil serupa juga ditemukan oleh Hasanah et al. (2024) yang menyatakan bahwasanya literasi digital memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Di samping itu, Murwani & Mukhlis (2023) mengungkapkan bahwa literasi digital berkontribusi positif terhadap entrepreneurial intention melalui *entrepreneurial attitude*. Berbagai hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan memanfaatkan teknologi digital dapat meningkatkan ketertarikan individu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan.

Berdasarkan *expectancy theory* dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha digital siswa kelas XI Program Keahlian Akuntansi SMK Negeri 2 Jiwan.

2. Pengaruh Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha Digital

Teori *Expectancy* yang dikemukakan oleh Vroom (1964) menyatakan bahwasanya Seseorang cenderung terdorong untuk bertindak apabila ia meyakini bahwa upaya yang dilakukannya akan membuahkan hasil sesuai harapan. Dalam ranah kewirausahaan digital, kreativitas menjadi salah satu faktor yang turut memperkuat keyakinan tersebut. Kreativitas menggambarkan kapasitas seseorang dalam melahirkan ide, gagasan, maupun solusi baru yang memiliki nilai guna. Melalui

kreativitas, siswa dapat mengenali peluang usaha, menciptakan inovasi, serta mengembangkan strategi bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Semakin tinggi tingkat kreativitas yang dimiliki siswa, semakin besar pula keyakinannya bahwa ide yang dikembangkan dapat menjadi usaha yang berhasil, sehingga minat untuk berwirausaha digital juga akan semakin meningkat.

Penelitian yang dijalankan oleh Tristianto & Noviani (2024) memperlihatkan bahwasanya kreativitas memberikan pengaruh positif terhadap niat berwirausaha digital pada mahasiswa. Temuan tersebut didukung oleh penelitian Septianti & Putri (2023) yang mengemukakan bahwasanya kreativitas memengaruhi minat berwirausaha secara positif. Hasil serupa juga ditemukan oleh (Tasidjawa & Amin, 2021) yang mengungkapkan bahwasanya kreativitas memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa secara signifikan. Berdasarkan berbagai temuan tersebut, bisa ditafsirkan bahwasanya kreativitas menjadi satu di antara faktor krusial yang bisa meningkatkan ketertarikan seseorang untuk memulai dan mengembangkan usaha.

Berlandaskan pada teori *expectancy* dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H2: Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha digital siswa kelas XI Program Keahlian Akuntansi SMK Negeri 2 Jiwan.

3. Pengaruh *Self-efficacy* terhadap Minat Berwirausaha Digital

Teori *Expectancy* Vroom (1964) menerangkan bahwasanya individu akan terdorong untuk menjalankan suatu tindakan ketika meyakini bahwa upaya yang diberikan mampu menghasilkan kinerja yang baik sekaligus memperoleh hasil sesuai dengan harapan. Dalam konteks kewirausahaan digital, keyakinan tersebut tercermin pada *self-efficacy*, yakni tingkat kepercayaan individu terhadap kapasitas dirinya dalam menyelesaikan berbagai tugas serta menghadapi beragam tantangan. Siswa yang mempunyai *self-efficacy* tinggi berkecenderungan lebih yakin untuk memulai usaha, berani mengambil keputusan, serta mampu menghadapi risiko yang mungkin muncul dalam kegiatan bisnis. Dengan demikian, semakin kuat keyakinan siswa terhadap kemampuan dirinya, semakin besar pula minatnya untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan digital.

Hasil penelitian yang dijalankan oleh Sandi & Nurhayati (2020) memperlihatkan bahwasanya *self-efficacy* memengaruhi minat berwirausaha secara positif. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Salsabila et al., 2023) yang membuktikan adanya pengaruh signifikan *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha. Selanjutnya, penelitian Syahrial et al. (2024) juga mengungkapkan bahwasanya *self-efficacy* berkontribusi positif dalam memberikan peningkatan pada minat berwirausaha. Berlandaskan pada berbagai hasil penelitian tersebut, bisa dipahami bahwasanya kepercayaan individu terhadap kapasitas yang dimilikinya

menjadi satu di antara faktor yang memberikan kontribusi krusial terhadap munculnya minat berwirausaha.

Berlandaskan pada teori *expectancy* dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H3: *Self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha digital siswa kelas XI Program Keahlian Akuntansi SMK Negeri 2 Jiwan.

4. **Pengaruh Literasi Digital, Kreativitas, dan *Self-efficacy* terhadap Minat Berwirausaha Digital**

Menurut Teori *Expectancy* yang dikemukakan oleh Vroom (1964) seseorang cenderung termotivasi untuk melakukan suatu tindakan ketika seseorang meyakini bahwasanya upaya yang dijalankan mampu menghasilkan performa yang optimal sekaligus memperoleh luaran sesuai dengan harapan. Dalam kewirausahaan digital, keyakinan tersebut dapat diperkuat oleh literasi digital, kreativitas, dan *self-efficacy*. Literasi digital membantu siswa memanfaatkan teknologi untuk mendukung aktivitas usaha, kreativitas memungkinkan siswa menemukan ide dan peluang bisnis yang inovatif, sedangkan *self-efficacy* mendorong munculnya rasa percaya diri dalam menghadapi berbagai tantangan usaha. Oleh karena itu, ketiga faktor tersebut diperkirakan dapat meningkatkan minat siswa untuk berwirausaha digital.

Hasil penelitian Tristianto & Noviani (2024) memperlihatkan bahwasanya literasi digital, kreativitas, serta *self-efficacy* memengaruhi

niat berwirausaha digital mahasiswa. Temuan tersebut selaras dengan penelitian Hasanah et al. (2024) yang mengungkapkan bahwasanya literasi digital dan faktor internal individu berkontribusi terhadap minat berwirausaha. Di samping itu, juga menemukan bahwasanya *self-efficacy* memengaruhi minat berwirausaha secara positif. Berdasarkan berbagai hasil penelitian tersebut, dapat dipahami bahwa kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital, didukung kreativitas serta keyakinan terhadap kemampuan diri, berperan krusial dalam memberikan peningkatan pada minat seorang individu untuk terjun ke dunia kewirausahaan digital.

Berlandaskan pada teori *expectancy* dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H4: Literasi digital, kreativitas, dan *self-efficacy* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha digital siswa kelas XI Program Keahlian Akuntansi SMK Negeri 2 Jiwan