

Pengaruh *Social Inclusion* terhadap *Entrepreneurial Intention*: Mediasi *Self-Efficacy* Wirausaha Mikro Gen Z Bandung

Penulis:

Fanny Widia
Maharani¹
Lia Yuldinawati²

Afiliasi:

Telkom University^{1,2}

Korespondensi:

liayuldi@telkomuniver
sity.ac.id

Histori Naskah:

Submit: 06-06-2026
Accepted: 14-06-2026
Published: 01-07-2026

Abstrak : Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Social Inclusion* terhadap *Entrepreneurial Intention* dengan *Self-Efficacy* sebagai variabel mediasi dari wirausaha mikro Generasi Z di kota Bandung. Penelitian ini melibatkan populasi wirausaha mikro Generasi Z di Kota Bandung. Pengumpulan data dilakukan melalui purposive sampling, dan sampel yang digunakan adalah 180 responden. Analisis data melibatkan penggunaan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan paket perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Inclusion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention*. Selanjutnya, *Social Inclusion* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Self-Efficacy* dan *Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention*. Temuan penelitian juga memperkuat bahwa *Self-Efficacy* berperan sebagai mediator dalam hubungan *Social Inclusion* terhadap *Entrepreneurial Intention*.

Kata kunci: *Entrepreneurial Intention; Self-Efficacy; Social Inclusion.*

Pendahuluan

Pengembangan kewirausahaan di Indonesia telah mengalami banyak perubahan, terutama dengan peran Generasi Z yang semakin tertarik pada usaha mikro berbasis digital. Umumnya, mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 disebut adaptif terhadap teknologi, inovatif, serta konsumen yang semakin aktif dalam berbisnis melalui media sosial dan platform digital. Fenomena ini disikapi dengan meningkatnya aktivitas bisnis *online*, pekerjaan sampingan (*side hustle*), dan usaha kreatif berbasis digital yang dilakukan secara besar-besaran oleh anak muda di berbagai kota, salah satunya adalah Bandung (IDN Research Institute, 2024). Pernyataan ini menunjukkan bahwa Gen Z tidak hanya memandang kewirausahaan sebagai alternatif profesi, tetapi juga sebagai aktualisasi diri dan upaya mereka untuk menjadi mandiri secara ekonomi.

Peran milenial yang semakin meningkat dalam mendorong pertumbuhan kewirausahaan juga dipengaruhi oleh komposisi penduduk di Indonesia yang didominasi oleh penduduk usia produktif. Generasi Z merupakan generasi usia produktif dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia, yaitu 74,93 juta dari total populasi berdasarkan sensus penduduk Oktober 2020 (Rainer, 2023). Di Kota Bandung sendiri, jumlah penduduk Generasi Z mencapai 645.903 orang, sehingga Generasi Z menjadi kelompok generasi dengan populasi terbesar dibandingkan generasi lainnya (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2022). Keberadaan Generasi Z yang sangat besar dapat sepenuhnya mendorong berkembangnya usaha mikro yang memanfaatkan kemajuan teknologi dan platform digital, membuka peluang yang luas untuk memperkuat perekonomian masyarakat.

Kota Bandung memiliki potensi kuat untuk pengembangan kewirausahaan pemuda. Hal ini didukung oleh berkembangnya ekonomi kreatif dan tingginya pemanfaatan teknologi digital. Di kota ini, kaum muda secara luas menggunakan media sosial dan platform online untuk menciptakan bisnis di bidang makanan & minuman, fashion, layanan, atau perdagangan. Open Data Kota Bandung (2025) menyatakan bahwa jumlah usaha mikro meningkat dari 8.684 unit pada tahun 2022 menjadi 10.916 unit pada tahun 2024.



Meskipun peningkatan pelaku usaha mikro berasal dari Generasi Z, masih terdapat tantangan yang mereka hadapi, seperti keterbatasan modal, kurangnya pengalaman berbisnis, kurangnya jaringan untuk melakukan bisnis serta mengelola risiko (Putri, Chairuz, Nasution, & Mulyati, 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa pengembangan bisnis tidak hanya berada pada ranah ekonomi semata; di sini, konteks sosial dan juga faktor psikologis dari wirausahawan berpengaruh.

Variabel lain yang memengaruhi *entrepreneurial intention* Generasi Z adalah *social inclusion* yang didefinisikan sebagai ketersediaan sumber daya yang memberikan akses yang sama terhadap dukungan sosial, jaringan bisnis, dan peluang secara umum. Jenis lingkungan sosial yang mendukung membantu meningkatkan kepercayaan diri individu untuk membuka bisnis melalui memulai dan mempertahankan bisnis mereka (Anggadwita, Ramadhanti, & Ghina, 2022a). Kategori *social inclusion* Indonesia berkisar dari dasar hingga peningkatan dengan skor 3,2 yang menunjukkan bahwa akses terhadap peluang ekonomi tidak sepenuhnya setara (Dwi dkk., 2024). Selanjutnya, efikasi diri merupakan faktor penting lain dalam mendorong niat berwirausaha. Gagasan ini adalah keyakinan yang dimiliki seseorang tentang kemampuannya untuk menghadapi tantangan, mengambil keputusan, dan menjalankan bisnis. Penelitian tentang efikasi diri menunjukkan bahwa individu dengan efikasi tinggi menunjukkan lebih banyak optimisme dalam mengambil lompatan besar dan secara psikologis lebih kebal terhadap persaingan yang tidak pasti (Bandura, 1977).

Penelitian ini bernilai, mengingat adanya kesenjangan antara minat bisnis Generasi Z dan kompetensi yang mereka persepsikan. Burlea-Schiopoiu & Popovici (2024) sebelumnya meneliti hubungan antara *social inclusion*, *self-efficacy* dan *entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Romania, dengan gender sebagai variabel pemoderasi. Studi ini sendiri tidak secara khusus membahas wirausahawan mikro Generasi Z di kota Bandung, melainkan bersifat deskriptif dalam berbagai konteks sosial. Selain itu, penelitian-penelitian sebelumnya sebagian besar berfokus pada mahasiswa universitas atau kewirausahaan secara umum dalam konteks digitalisasi yang berarti relatif sedikit studi yang meneliti wirausahawan mikro Generasi Z.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki hubungan antara *self-efficacy* dan ambisi kewirausahaan dengan efikasi diri sebagai mediator. Studi saat ini memberikan kontribusi teoretis bagi studi kewirausahaan pemuda dan menyumbangkan kerangka konseptual bagi pembuat kebijakan, institusi, serta pemangku kepentingan lainnya yang bertujuan untuk menerapkan program yang mendorong kewirausahaan digital yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan di kalangan pemuda di Indonesia dan juga negara-negara lain yang sedang dalam masa transisi.

Studi Literatur

The Bottom Up Spillover Theory

The bottom-up spillover theory yang komprehensif menyatakan bahwa pengalaman positif dalam satu ranah kehidupan memiliki dampak pada ranah-ranah kehidupan lainnya secara lebih umum. Dalam perspektif ini, *social inclusion* merupakan faktor eksternal yang dapat meningkatkan persepsi tentang rasa memiliki, dukungan sosial, atau keterhubungan dengan orang lain dari Generasi Z yang dikaitkan dengan meningkatnya *self-efficacy* serta *entrepreneurial intention* (Burlea-Schiopoiu & Popovici, 2024). Oleh karena itu, diasumsikan bahwa akan ada peluang yang lebih tinggi bagi munculnya kewirausahaan berkelanjutan yang dinamis berdasarkan lingkungan sosial seseorang.

Social Inclusion

Social Inclusion merupakan kondisi yang memberikan kesempatan setara bagi individu untuk berpartisipasi dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya tanpa memandang latar belakangnya. Dalam kewirausahaan, *Social inclusion* dapat meningkatkan *self-efficacy* dan mendorong individu untuk lebih berani memulai

usaha karena adanya dukungan serta penerimaan dari lingkungan sosial. Penelitian Burlea-Schiopoiu & Popovici (2024) menunjukkan bahwa *social inclusion* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention* Generasi Z. Selain itu, Gianis, Ramli, & Mariam (2025) menjelaskan bahwa lingkungan yang inklusif mampu meningkatkan rasa percaya diri dan kemampuan adaptasi individu dalam kegiatan kewirausahaan. Dukungan sosial dan persepsi positif dari lingkungan juga dapat memperkuat dorongan seseorang untuk terlibat dalam aktivitas usaha (Anggadwita dkk., 2022).

Selain memberikan akses terhadap berbagai sumber daya sosial dan ekonomi, *social inclusion* juga berperan dalam membangun rasa memiliki (*sense of belonging*) dalam suatu komunitas. Individu yang merasa menjadi bagian dari lingkungan sosial cenderung lebih aktif dalam menjalin hubungan, bertukar informasi, dan memanfaatkan peluang yang tersedia. Dalam konteks kewirausahaan, keterlibatan sosial tersebut dapat memperluas wawasan mengenai peluang pasar, meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, serta memperkuat motivasi untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Oleh karena itu, tingkat *social inclusion* yang tinggi tidak hanya berdampak pada kesejahteraan sosial individu, tetapi juga dapat mendorong tumbuhnya perilaku dan orientasi kewirausahaan (Burlea-Schiopoiu & Popovici, 2024).

Self-Efficacy

Self-efficacy dapat dilihat sebagai jenis kepercayaan personal, atau pada dasarnya bagaimana seseorang mempercayai kemampuan dirinya untuk menjalankan kewajiban dan mengatasi tantangan. Dalam konteks bidang bisnis, *self-efficacy* ini sangat penting karena memicu keberanian untuk terlibat dalam bisnis baru, spekulasi terhadap risiko, dan ketidakpastian pasar. Dengan demikian, wirausahawan dengan *self-efficacy* yang tinggi lebih yakin dalam mewujudkan gagasan bisnis yang direncanakan sambil menyelesaikan masalah-masalah yang muncul (Akhter, Anwarul Islam, Karim, & Bin Latif, 2022). Pada saat yang sama, variabel ini menghubungkan pembelajaran bisnis dengan intensi berwirausaha karena efikasi diri yang baik membuat seseorang lebih siap untuk mengambil tanggung jawab inovasi dan manajemen usaha yang efektif (Purmono, 2023).

Selanjutnya, Hamdani dkk. (2023) menemukan bahwa efikasi diri yang kuat terdiri dari wirausahawan yang memecah hambatan menjadi isu-isu, peluang di pasar, serta memiliki sikap yang konsisten agar tetap terdorong untuk mencapai tujuan bisnis mereka. Mereka juga menunjukkan bukti bahwa efikasi diri memiliki pengaruh positif dan terukur terhadap perhatian pada kewirausahaan yang berarti jika seseorang menilai kemampuan dirinya meningkat, maka ia akan semakin kuat untuk diarahkan dalam memilih jalur karier sebagai pemilik bisnis (Hamdani dkk., 2023). Fenomena psikologis ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Gianis dkk. (2025) dan Hatammimi & Rosniawati (2023) yang menempatkan *self-efficacy* sebagai pilar mental yang vital yang dapat meningkatkan kesiapan dan intensi berwirausaha pada usaha mikro yang dijalankan oleh kelompok Generasi Z.

Entrepreneurial Intention

Entrepreneurial Intention adalah kecenderungan individu untuk bergabung dalam usaha sebagai sarana pemenuhan tujuan bisnis. Dalam lingkup Generasi Z, perkembangan teknologi digital, media sosial, dan kemudahan akses informasi yang mendorong minat pada bisnis online umumnya diterima sebagai faktor yang memengaruhi intensi berwirausaha (Ha & Linh, 2024). Intensi berwirausaha juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti efikasi diri, pendidikan kewirausahaan, dan dukungan sosial. Mereka yang memiliki keyakinan diri yang lebih tinggi serta lingkungan sosial yang konstruktif cenderung mendirikan usaha mereka sendiri dan mengatasi hambatan usaha (Akhter dkk., 2022). Hasil Studi Wani & Kumari (2026) juga menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan yang didukung serta dukungan sosial memiliki pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha pada Generasi Z. Sejalan dengan Yuliana & Sakinah (2020), manfaat menggunakan media sosial adalah tersedianya jaringan yang cukup luas untuk memasarkan informasi; jaringan bisnis; dan peluang, sehingga mendorong munculnya Intensi Berwirausaha Digital di

kalangan mahasiswa atau anak muda yang memiliki harapan. Anggadwita, Ramadhanti, & Ghina (2022) juga menjelaskan bahwa persepsi dan dukungan sosial dari lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha, karena penerimaan sosial dapat mendorong individu untuk menjadi lebih termotivasi dalam memilih karier kewirausahaan keluarga.

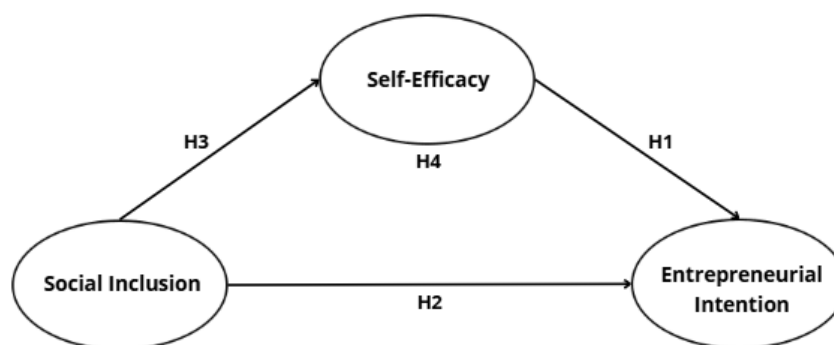
Usaha Mikro

Di negara-negara berkembang di mana usaha mikro sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, namun banyak yang tidak mencatat pajak secara resmi. Solusi teknologi digital tidak hanya memberikan peluang bagi UMKM untuk berkembang melalui efisiensi operasional dan perluasan pasar. Akhter dkk. (2022) menyatakan bahwa potensi menjalankan usaha secara digital bagi usaha mikro sangat besar, karena semua bentuk platform digital dapat mengoptimalkan keunggulan kompetitif bisnis Anda. Generasi Z menganggap usaha mikro menarik terutama karena kemampuan mereka dalam mengeksplorasi teknologi dan media sosial. Platform digital itu sendiri adalah alat yang memungkinkan pelaku usaha menjalankan bisnis mereka dengan cara yang lebih fleksibel, relatif berbiaya rendah, dan berbeda satu sama lain, termasuk dengan cakupan pasar (Wani & Kumari, 2026).

Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang sangat berkaitan dengan munculnya teknologi digital. Karena memiliki akses informasi secara instan, serta fungsi teknologi dalam kehidupan, Generasi Z lebih cenderung secara budaya terhadap bisnis yang hanya didukung setengah oleh media digital dan media sosial. Menurut Ha & Linh (2024), Generasi Z dapat menciptakan bisnis, jaringan pasar yang lebih luas, dan personal brand dengan lebih mudah melalui internet. Namun demikian, meskipun Generasi Z memiliki kemahiran teknologi yang kuat, mereka menghadapi berbagai hambatan yang berkaitan dengan pendidikan kewirausahaan dan dukungan sosial saat memulai sebuah bisnis. Oleh karena itu, perlu diciptakan lingkungan yang inklusif serta diberikan dukungan pendidikan kewirausahaan yang dapat memenuhi perkembangan digital agar Generasi Z siap menjadi wirausahawan (Burlea-Schiopoiu & Popovici, 2024). Hal lain yang disampaikan oleh para penulis tentang Generasi Z adalah bahwa ini merupakan generasi yang tumbuh bersama teknologi dan juga memiliki keahlian yang baik, seperti menggunakan internet atau media sosial untuk mengumpulkan informasi, terhubung dengan sesama investor, dan menciptakan ide-ide inovatif. Ciri-ciri tersebut memungkinkan Generasi Z lebih adaptif dalam menghadapi perubahan dan membuka peluang besar bagi generasi ini untuk bertindak sebagai wirausahawan, terutama dalam bidang bisnis berbasis digital. Dengan memanfaatkan teknologi secara optimal, mereka dapat memperluas jangkauan pasar secara fleksibel serta menggunakan berbagai platform digital untuk pengembangan bisnis. Dengan fitur-fitur tersebut, Generasi Z dianggap sebagai kelompok yang memiliki potensi besar di masa depan untuk membuat kewirausahaan berkembang (Ha & Linh, 2024).

Model Konseptual Penelitian



Gambar 1. Model hubungan antara *Social Inclusion*, *Self-efficacy*, dan *Entrepreneurial intention*

Hipotesis Penelitian

H1 : Pengaruh *Self-efficacy* terhadap *Entrepreneurial intention*

H2 : Pengaruh *Social inclusion* terhadap *Entrepreneurial intention*

H3 : Pengaruh *Social inclusion* terhadap *Self-efficacy*

H4 : *Self-efficacy* memediasi hubungan antara *Social inclusion* dan *Entrepreneurial intention*

Metode Penelitian

Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain eksplanatori yang bertujuan untuk menguji hubungan antara inklusi sosial dan intensi kewirausahaan dengan *self-efficacy* sebagai variabel mediasi bagi wirausaha mikro Generasi Z di Kota Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wirausaha mikro Generasi Z yang menjalankan aktivitas bisnis di Kota Bandung. Populasi sasaran ditentukan sebagai generasi yang saat ini paling produktif dan memiliki potensi besar untuk berkembangnya kewirausahaan berbasis digital, yaitu Generasi Z, karena penelitian ini berfokus pada Gen Z.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu metode di mana sampel ditetapkan berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden adalah individu yang termasuk Generasi Z, berdomisili di Kota Bandung, dan menjalankan usaha mikro pada tanggal penelitian. Teknik ini digunakan karena tidak semua anggota populasi dalam kasus ini memiliki karakteristik yang memenuhi kebutuhan studi, sehingga responden diperlukan yang dapat memberikan informasi yang relevan mengenai variabel yang diteliti.

Ukuran sampel mendapatkan 180 responden. Ukuran sampel ini ditentukan oleh karakteristik analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) yang relatif fleksibel terhadap ukuran sampel dan mampu menghasilkan estimasi model yang baik untuk penelitian (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2019). Kuantitas ini dirasa telah memenuhi untuk analisis model penelitian sehingga dapat digunakan untuk menguji hubungan antara *social inclusion*, *self-efficacy*, dan *entrepreneurial intention* Gen Z pada wirausaha mikro di Kota Bandung.

Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui distribusi kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data kemudian dianalisis dengan metode PLS-SEM melalui SmartPLS 4.0. Metode ini dipilih karena memeriksa hubungan antarvariabel laten secara simultan, memungkinkan kita untuk menilai efek mediasi, serta memiliki kemampuan prediktif yang tinggi untuk model penelitian dengan konstruk yang kompleks (Hair dkk., 2019).

Tiga variabel utama dalam penelitian ini adalah *Social Inclusion* (SI), *Self-Efficacy* (SE), dan *Entrepreneurial Intention* (EI). *Social Inclusion* merupakan variabel independen, *Entrepreneurial Intention* adalah variabel dependen, dan *Self-Efficacy* adalah variabel mediasi. Penelitian ini mengadaptasi indikator-indikator yang ditinjau dari penelitian (Burlea-Schiopoiu & Popovici, 2024). *Social inclusion* terdiri dari tiga butir pernyataan yang menggambarkan bagaimana rasa keterhubungan sosial, penerimaan saat membangun diri mereka di komunitas kewirausahaan, serta keterhubungan responden dalam lingkungan sosial dan bisnis. Setelah itu, *Self-Efficacy* dimaksudkan dengan menggunakan enam butir pernyataan yang mewakili keyakinan individu, yang ditanyakan mengenai kemampuan mereka untuk menghadapi tantangan dalam bisnis, menyelesaikan tugas-tugas bisnis, dan bertindak sesuai dengan target kewirausahaan. Di sisi lain, variabel *Entrepreneurial Intention* terdiri dari enam pernyataan mengenai seberapa serius,

berkomitmen, dan terencana responden untuk memulai bisnis dan/atau mengembangkan bisnis mereka sendiri di masa depan.

Semua variabel diukur menggunakan skala Likert 5 poin, di mana 1 = Sangat Tidak Setuju dan 5 = Sangat Setuju. Tujuan dari jenis skala ini adalah untuk menggambarkan kesetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang pada gilirannya membantu mengubah konsep kualitatif menjadi bentuk yang lebih sistematis dan dapat diukur.

Hasil

Penilaian Model Pengukuran

Pengujian hasil dengan *outer model* dilakukan untuk menguji nilai *loading factor*, *Cronbach's Alpha* (CA), *Composite Reliability* (CR), dan *Average Variance* (AVE) pada setiap konstruk penelitian dinyatakan valid. Kami menganggap bahwa suatu indikator valid ketika nilai loading untuk masing-masing indikator lebih tinggi dari 0,70, dan bahwa suatu konstruk dianggap reliabel ketika nilai CA dan CR berada di atas 0,70 serta AVE lebih besar dari 0,50. Dari pengujian yang dilakukan pada setiap konstruk, semua indikator telah memenuhi kriteria sehingga variabel yang diteliti dinyatakan valid dan reliabel untuk digunakan pada tahapan analisis selanjutnya.

Tabel 1. Measurement Model Results

Konstruk	Indikator	Loading	CA (>0,7)	CR (>0,07)	AVE (>0,5)
<i>Social inclusion</i> (Inklusi Sosial)	SI1	0.745	0.836	0.880	0.550
	SI2	0.846			
	SI3	0.828			
<i>Self-efficacy</i> (Efikasi Diri)	SE1	0.781	0.891	0.917	0.647
	SE2	0.826			
	SE3	0.817			
	SE4	0.837			
	SE5	0.791			
	SE6	0.773			
<i>Entrepreneurial Intention</i> (Niat Kewirausahaan)	EI1	0.710	0.732	0.849	0.653
	EI2	0.719			
	EI3	0.740			
	EI4	0.752			
	EI5	0.767			
	EI6	0.758			

Hasil estimasi model pengukuran menunjukkan bahwa semua indikator pada variabel inklusi sosial, *self-efficacy*, dan niat untuk menjadi wirausaha memenuhi persyaratan validitas konvergen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai loading factor untuk setiap indikator yang berada di atas ambang batas minimum 0,70. Nilai loading factor untuk pengukuran inklusi sosial berada di antara 0,745 dan 0,846. Loading factor dihitung dengan nilai antara 0,773 dan 0,837 untuk variabel efikasi diri, serta nilai antara 0,710 hingga 0,767 untuk variabel ambisi kewirausahaan masing-masing, yang disajikan pada Tabel 2 di bawah ini. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa setiap indikator cukup merefleksikan variabel yang dievaluasi.

Selain itu, uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki konsistensi internal yang baik. Nilai Cronbachs Alpha (CA) untuk menilai reliabilitas memiliki nilai di atas kriteria minimum 0,70 untuk inklusi sosial (0,836), efikasi diri (0,891), dan ambisi kewirausahaan (0,732) masing-masing. Nilai

reliabilitas komposit (CR) juga memenuhi titik potong minimum (0,849 hingga 0,917), yang berarti bahwa instrumen penelitian cukup reliabel untuk mengukur beberapa variabel yang sedang dinilai.

Selanjutnya, ketiga domain AVE lebih besar dari 0,50: Inklusi Sosial (0,550), Self-efficacy (0,647), dan Niat Kewirausahaan (0,653). Hasil masing-masing indikator yang membentuk setiap variabel secara sendiri dapat menjelaskan lebih dari 50% varians total. Model pengukuran memenuhi kriteria untuk validitas konvergen dan reliabilitas, sehingga memungkinkan dilakukan analisis lebih lanjut terhadap model struktural.

Tabel 2. Discriminant Validity (HTMT)

Konstruk	<i>Entrepreneurial Intention</i> (Niat Kewirausahaan)	<i>Self-Efficacy</i> (Efikasi Diri)	<i>Social Inclusion</i> (Inklusi Sosial)
<i>Entrepreneurial Intention</i> (Niat Kewirausahaan)			
<i>Self-Efficacy</i> (Efikasi Diri)	0.742		
<i>Social Inclusion</i> (Inklusi Sosial)	0.660	0.650	

Dari hasil uji *Discriminant Validity* (HTMT) pada Tabel 2, diketahui bahwa hubungan antara *self-efficacy* dan *entrepreneurial intention* = 0,742, kemudian hubungan antara inklusi sosial dan *entrepreneurial intention* = 0,660, dan akhirnya hubungan antara Inklusi Sosial dengan *self-efficacy* = 0,650. Hasil ini menunjukkan bahwa konstruk dalam penelitian ini relatif tidak terlalu berkorelasi. Meskipun terdapat hubungan antarvariabel, namun masing-masing konstruk tetap mampu mewakili konsep yang berbeda sehingga tidak terjadi tumpang tindih dalam pengukurannya dan tidak mengurangi kualitas model penelitian kami.

Selain itu, *self-efficacy* dan niat berwirausaha menghasilkan nilai HTMT tertinggi yang menunjukkan adanya hubungan yang baik antara keyakinan diri dan niat berwirausaha. Di sisi lain, terdapat hubungan sedang antara inklusi sosial dengan *self-efficacy* dan dengan niat berwirausaha. Hasil ini mengindikasikan bahwa iklim sosial yang mendukung dapat membantu meningkatkan *self-efficacy* dan *entrepreneurial intention*, namun ketiganya merupakan faktor yang unik. Dengan demikian, hasil uji HTMT menunjukkan bahwa semua konstruk telah memenuhi kondisi di mana validitas diskriminan telah tercapai.

Tabel 3. Fornell- Larcker Criterion

Konstruk	<i>Entrepreneurial Intention</i> (Niat Kewirausahaan)	<i>Self-Efficacy</i> (Efikasi Diri)	<i>Social Inclusion</i> (Inklusi Sosial)
<i>Entrepreneurial Intention</i> (Niat Kewirausahaan)	0.741		
<i>Self-Efficacy</i> (Efikasi Diri)	0.646	0.804	
<i>Social Inclusion</i> (Inklusi Sosial)	0.522	0.531	0.808

Semua konstruk dalam penelitian ini memenuhi persyaratan untuk memiliki validitas diskriminan, berdasarkan hasil pengujian validitas diskriminan berdasarkan kriteria Fornell–Larcker. Untuk setiap konstruk, akar kuadrat AVE lebih besar daripada korelasi dengan konstruk lainnya. Untuk konstruk niat berwirausaha, *self-efficacy*, dan inklusi sosial, masing-masing nilainya adalah 0,741, 0,804, dan 0,808 (Hussin et al., 2023). Temuan ini menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki kemampuan untuk menjelaskan varians indikatornya dengan lebih baik daripada konstruk lainnya; oleh karena itu, validitas diskriminan dalam model penelitian ini dapat dinyatakan telah terpenuhi.

Penilaian Model Struktural

Kami melakukan evaluasi model struktural (model internal) untuk menilai kecukupan model dalam menjelaskan pengaruh antar konstruk dan hubungan antar variabel laten. Penilaian ini menggunakan pengujian koefisien jalur, statistik t, dan nilai p untuk memahami signifikansi korelasi yang terkait dengan variabel. Jika nilai statistik t berada di atas 1,96 dan nilai p lebih rendah dari 0,05, maka hipotesis diterima. Hasil pengujian model struktural dari studi ini menunjukkan bahwa wirausahawan mikro Gen Z di Kota Bandung dapat menggunakan interaksi antar variabel untuk menjelaskan bagaimana inklusi sosial dan efikasi diri memengaruhi niat berwirausaha.

Tabel 3. Hypothesis Testing Results

Hipotesis	Hubungan	Path coefficients	t-value	p-value	Keputusan
H1	<i>Self-Efficacy</i> → <i>Entrepreneurial Intention</i>	0.514	9.036	0.000	Diterima
H2	<i>Social Inclusion</i> → <i>Entrepreneurial Intention</i>	0.249	4.198	0.000	Diterima
H3	<i>Social Inclusion</i> → <i>Self-Efficacy</i>	0.531	9.815	0.000	Diterima
H4	<i>Social Inclusion</i> → <i>Self-Efficacy</i> → <i>Entrepreneurial Intention</i>	0.273	6.413	0.000	Diterima

Tabel hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua hipotesis penelitian diterima, dengan nilai p kurang dari 0,05. Hipotesis 1 (H1) menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha dengan t-statistik = 9,036 dan koefisien jalur = 0,514; Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin seseorang percaya diri dan mampu mengelola perusahaan, semakin besar minatnya untuk menjadi wirausaha bagi pengusaha mikro Generasi Z di Kota Bandung.

Dengan t-statistik 4,198 dan koefisien 0,249 untuk hipotesis kedua (H2), inklusi sosial meningkatkan kecenderungan berwirausaha secara positif. Hal ini menunjukkan bahwa Millennials dan Gen Z lebih cenderung memilih untuk memulai bisnis mereka sendiri asalkan mereka memiliki peluang yang setara, dukungan sosial, dan komunitas yang hangat.

Hipotesis ketiga (H3) dengan t-statistik 9,815 dan koefisien jalur 0,531 menunjukkan bahwa inklusi sosial berdampak positif terhadap *self-efficacy*. Hasil ini juga akan meningkatkan keyakinan atas kompetensi diri sebagai seorang pebisnis.

Hipotesis 4 (H4), jalur keempat yang menyatakan bahwa efikasi diri memediasi inklusi sosial terhadap intensi berwirausaha memiliki pengaruh tidak langsung dengan t-statistik 6,413 dan koefisien 0,273. Jika *self-efficacy* tinggi, maka dapat dipastikan bahwa dampak inklusi sosial terhadap ambisi berwirausaha akan menjadi lebih besar.

Pembahasan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha pengusaha mikro Gen-Z di Kota Bandung. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin individu percaya diri dalam mengelola bisnis, mengatasi hambatan bisnis, serta membuat keputusan terkait aktivitas kewirausahaan, maka semakin besar pula niatnya untuk menjalankan dan mengembangkan bisnis tersebut. Semua hasil ini dapat dijelaskan melalui *The Bottom-Up Spillover Theory* yang menyatakan bahwa pengalaman positif dalam satu ranah kehidupan akan menimbulkan efek limpahan ke ranah kehidupan lainnya. Efikasi diri, dalam konteks penelitian ini, merujuk pada pengalaman psikologis yang positif yang mendorong berkembangnya pola perilaku non-destruktif, termasuk intensi berwirausaha. Mereka yang memiliki efikasi diri tinggi memiliki harapan yang lebih positif tentang peluang keberhasilan bisnis dan

strategi coping yang lebih baik untuk mengelola ketidakpastian yang secara alami ditemukan dalam kewirausahaan. Hasil ini konsisten dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Akhter dkk. (2022), Purmono (2023), dan Hamdani dkk. (2023).

Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa *social inclusion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Semakin tinggi tingkat keterhubungan sosial, penerimaan dalam lingkungan, dan peluang yang setara untuk memiliki akses terhadap sumber daya ekonomi dan sosial, maka akan meningkatkan niat berwirausaha pada wirausaha mikro generasi Z. Menurut *The Bottom-Up Spillover Theory*, pengalaman sosial yang positif akan menciptakan efek riak dalam membentuk sikap dan perilaku individu. Lingkungan yang inklusif memungkinkan orang untuk memperoleh dukungan sosial, mendapatkan akses terhadap informasi dan jaringan yang dapat membantu mereka dalam memperoleh peluang bisnis—sehingga mendukung meningkatnya niat untuk melakukan inisiatif kewirausahaan. Meskipun niat berwirausaha tidak sepenuhnya didorong oleh faktor internal individu, namun sangat bergantung pada kualitas dukungan dari lingkungan sosial. Hasil penelitian mendukung temuan oleh Burlea-Schiopoiu & Popovici (2024), Anggadwita dkk. (2022a), serta Gianis dkk. (2025) yang menyatakan bahwa inklusi sosial berkontribusi pada peningkatan minat dan partisipasi dalam kewirausahaan dengan menciptakan rasa penerimaan, peluang yang setara, dan tingkat dukungan sosial yang sesuai.

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan inklusi sosial terhadap *self-efficacy*. Hasil ini mengindikasikan bahwa iklim sosial yang inklusif dapat memperkuat efikasi diri individu sebagai wirausaha. *The Bottom-Up Spillover Theory* menyatakan bahwa pengalaman positif individu dari lingkungan sosial akan melimpah ke variabel-variabel psikologis. Ketika mereka merasa diterima dalam lingkungan tempat mereka berada, serta merasa dihargai dan didukung, maka persepsi yang lebih konstruktif tentang kompetensi diri mereka akan muncul. Penguatan psikologis dari dukungan sosial, akses ke jaringan bisnis, serta peluang yang setara di antara para wirausaha dapat meningkatkan keberanian dan semangat, sehingga menghasilkan efek positif terhadap solusi yang lebih baik untuk berbagai permasalahan bisnis. Temuan ini menguatkan penelitian Burlea-Schiopoiu & Popovici (2024) serta Gianis dkk. (2025). Kegiatan kewirausahaan generasi Z harus menciptakan lingkungan sosial yang inklusif karena hal tersebut memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan *self-efficacy*.

Hasil penelitian baru menunjukkan bahwa *self-efficacy* memiliki kemampuan untuk memediasi inklusi sosial dan niat berwirausaha. Hasil ini menunjukkan bahwa inklusi sosial tidak hanya memberikan pengaruh langsung, tetapi juga pengaruh tidak langsung terhadap niat berwirausaha melalui peningkatan efikasi diri. Temuan ini sejalan dengan *The Bottom-Up Spillover Theory* yang menyatakan bahwa pengalaman positif dalam satu domain, termasuk sumber daya personal, secara bertahap akan merembes ke domain lain dalam kehidupan seseorang. Inklusi sosial sebagai faktor sosial menawarkan pengalaman positif seperti penerimaan sosial, dukungan lingkungan, serta kesempatan untuk terlibat dalam berbagai jenis bisnis (pengalaman yang diperoleh dari keterlibatan tersebut dapat diintegrasikan ke dalam usaha baru mereka) dalam penelitian ini. Pengalaman-pengalaman tersebut kemudian mendorong efikasi diri sebagai faktor psikologis yang menstimulasi keyakinan tinggi untuk menjalankan bisnis. Efikasi diri yang lebih tinggi kemudian memprediksi niat berwirausaha yang lebih tinggi. Dengan demikian, efikasi diri merupakan proses kognitif dari inklusi sosial dan, akibatnya, berfungsi bagi niat berwirausaha. Hasil ini selaras dengan penelitian Burlea-Schiopoiu & Popovici (2024) serta Gianis dkk. (2025) yang menyatakan bahwa pengaruh lingkungan sosial terhadap niat menjadi wirausaha akan lebih kuat ketika individu memiliki efikasi diri yang tinggi.

Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa aspek psikologis seperti *self-efficacy* dan faktor sosial seperti *social inclusion* sama-sama merupakan faktor penting dalam niat berwirausaha mikro pada Generasi Z. Kami dapat menarik beberapa kesimpulan berikut berdasarkan temuan penelitian.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut: Pertama, *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menjadi wirausahawan pada pengusaha mikro Generasi Z di Bandung. Artinya, semakin besar keyakinan individu tentang kemampuan mereka untuk mengendalikan dan mengembangkan pekerjaan mereka, semakin tinggi niat berwirausaha.

Kedua, *social inclusion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan niat berwirausaha. Temuan ini menyoroti bahwa lingkungan sosial yang lebih inklusif, yang menampilkan dukungan sosial, penerimaan komunitas, dan peluang yang setara, dapat memfasilitasi peningkatan niat bisnis.

Ketiga, terdapat hubungan yang relevan antara *social inclusion* dan efikasi diri. Inklusi sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri. Ini menunjukkan bahwa mereka yang menerima dukungan sosial yang baik dan menjaga keterhubungan sosial yang kuat memiliki keyakinan diri yang lebih tinggi dalam menghadapi masalah bisnis.

Keempat, *self-efficacy* ditunjukkan mampu memediasi pengaruh inklusi sosial terhadap niat untuk memulai. Ini berarti bahwa konteks sosial memiliki pengaruh yang bahkan lebih signifikan terhadap niat berwirausaha melalui peningkatan efikasi diri individu.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan bukti untuk *The Bottom-Up Spillover Theory* yang berpendapat bahwa pengalaman positif pada tingkat sosial seharusnya meningkatkan psikologi seseorang lalu perilaku atau orientasi kewirausahaan. Temuan ini memperluas literatur kewirausahaan Generasi Z dengan menunjukkan dampak *social inclusion* dan *self-efficacy* terhadap niat berwirausaha mikro.

Saran

Berdasarkan studi, berpartisipasi dalam inisiatif yang mendorong *entrepreneurial intention* di kalangan Generasi Z tidak cukup hanya dengan akses modal atau pelatihan bisnis semata, kecuali jika disertai dengan konteks sosial yang mendukung. Oleh karena itu, pemerintah, institusi pendidikan tinggi, ekosistem kewirausahaan, serta mentor UMKM disarankan untuk menyediakan akses yang lebih luas terhadap jaringan bisnis, program pendampingan, dan aktivitas kolaboratif lainnya bagi sistem dukungan sosial guna memperkuat hubungan sosial antara wirausahawan muda dan lingkungan internal maupun eksternal mereka. Langkah-langkah ini diharapkan dapat membantu menciptakan iklim yang lebih positif bagi calon wirausahawan di Generasi Z.

Dikarenakan *self-efficacy* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat berwirausaha dan menjadi variabel mediasi dalam penelitian ini, maka beberapa program pengembangan kewirausahaan sebaiknya difokuskan untuk meningkatkan efikasi diri wirausahawan muda. Intervensi ini mencakup; pelatihan keterampilan kewirausahaan, pendampingan bisnis yang berkelanjutan, serta penyediaan pengalaman praktik bisnis yang nyata untuk memberikan kapasitas yang besar dalam mengelola risiko dan tantangan bisnis. Secara metodologis, jenis penelitian ini adalah kuantitatif.

Referensi

Akhter, A., Anwarul Islam, K. M., Karim, M. M., & Bin Latif, W. (2022). Examining determinants of digital entrepreneurial intention: A case of graduate students. *Problems and Perspectives in Management*, 20(3), 153–163. [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(3\).2022.13](https://doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.13)

- Anggadwita, G., Ramadhanti, N., & Ghina, A. (2022). PENGARUH PERSEPSI SOSIAL DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP NIAT WIRAUSAHA WANITA DI BANDUNG. *AdBispreneur*, 6(3), 269. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i3.35063>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2022, Juli 8). Penduduk Kota Bandung menurut Kategori Generasi d'an Kecamatan. Diambil 7 Januari 2026, dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung website: <https://bandungkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzAyIzI=/penduduk-kota-bandung-menurut-kategori-generasi-dan-kecamatan.html>
- Bandura, A. (1977). *Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change*. 84.
- Burlea-Schiopoiu, A., & Popovici, N. (2024). Social Inclusion: A Factor That Influences the Sustainable Entrepreneurial Behavior of Generation Z. *Administrative Sciences*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/admsci14030059>
- Dwi, M., Insiyah, J. S., Yosarie, I., Hasani, I., Hasan, H., Hang, J., ... Baru, K. (2024). INKLUSI SOSIAL DI INDONESIA P E N U L I S. Diambil dari www.setara-institute.org
- Gianis, A., Ramli, A. H., & Mariam, S. (2025). Social Inclusion, Entrepreneurial Intention, Self-Efficacy, Gender, And Entrepreneurship Education In Generation Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(2), 725–746. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i2.3136>
- Ha, N. T. V., & Linh, N. T. K. (2024). Exploring the Drivers of Gen Z's Online Business Intentions. *International Journal of Social Science and Human Research*, 7(09). <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v7-i09-26>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS EIGHTH EDITION*. Diambil dari www.cengage.com/highered
- Hamdani, N. A., Ramadani, V., Anggadwita, G., Maulida, G. S., Zuferi, R., & Maalaoui, A. (2023). Gender stereotype perception, perceived social support and self-efficacy in increasing women's entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 29(6), 1290–1313. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-02-2023-0157>
- Hatammimi, J., & Rosniawati, D. (2023). The Influence Of Entrepreneurial Education On Entrepreneurial Intentions By The Mediation Of Self Efficacy: Study Of A Vocational School. Jurry Hatammimi, et.al THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL EDUCATION ON ENTREPRENEURIAL INTENTIONS BY THE MEDIATION OF SELF EFFICACY: STUDY OF A VOCATIONAL SCHOOL under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0). *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 2023. Diambil dari <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- IDN Research Institute. (2024). *INDONESIA GEN Z REPORT*.
- Open Data Kota Bandung. (2025, Februari 27). Jumlah Usaha Mikro di Kota Bandung. Diambil 7 Januari 2026, dari Open Data Kota Bandung website: <https://opendata.bandung.go.id/dataset/jumlah-usaha-mikro-di-kota-bandung>
- Purmono, B. B. (2023). Enrichment: Journal of Management *Entrepreneurial Intention* among generation z education self efficacy and attitude. Dalam *Enrichment: Journal of Management* (Vol. 13).
- Putri, N. M., Chairuz, U., Nasution, M., & Mulyati, A. (2025). PENGARUH SELF EFFICACY DAN PERSONAL ATTITUDE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA UTARA. 5.
- Rainer, P. (2023, Agustus 29). Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z. Diambil 7 Januari 2026, dari GoodStats Data website: <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-Indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>
- Wani, M. U. D., & Kumari, D. (2026). Entrepreneurial intentions through self-efficacy and education: A moderated model. *Multidisciplinary Reviews*, 9(3). <https://doi.org/10.31893/multirev.2026142>
- Yuliana, E., & Sakinah, S. Al. (2020). *How social media impact digital Entrepreneurial Intention among private university students in Bandung city (Telkom University, Widyatama University, and Parahyangan Catholic University)*. Routledge, Taylor & Francis Group.