

DAPATKAH SITUS JEJARING SOSIAL MENDORONG INTENSI BERWIRAUSAHA HIJAU?

Yoel Christianto Raharjo¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan
yoel.cr17@yahoo.co.id

Chrisanty Victoria Layman²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan
chrisanty.layman@uph.edu

Diterima 21 Februari 2022

Disetujui 24 Mei 2022

Abstract- *Social networking sites are an important aspect of everyday life. Social networks are also thought to have the power to increase the intention of green entrepreneurship which is important in preventing ecological deprivation. Therefore, this study aims to analyze the effect of social networking sites on the green entrepreneurship intentions of Jabodetabek students mediated by self-efficacy and risk-taking tendencies. This research was conducted using quantitative research methods, with the use of convenience sampling and electronic questionnaires as data collection methods from 181 students studying at universities in the Jabodetabek area. Data analysis was performed using PLS-SEM. The results showed that social networking sites had a significant effect on green entrepreneurship intentions directly, without being mediated by self-efficacy or risk-taking tendencies. Thus, there is great hope that social networking sites can be utilized in the realization of green growth. Through the social networking movement that raises awareness and insight into the green economy, it can have a direct effect on increasing the green entrepreneurship intentions of Jabodetabek students.*

Keywords: *Social Networking Sites; Self-Efficacy; Propensity to Take Risks, Green Entrepreneurship Intentions*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dalam beberapa dekade terakhir, dunia sudah memasuki era globalisasi dan mengalami perkembangan ekonomi yang cepat. Namun terdapat fakta – fakta yang menunjukkan bahwa cepatnya laju perkembangan ekonomi secara keseluruhan tidak menyadari dampaknya terhadap krisis lingkungan. Aktivitas – aktivitas yang berhubungan dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat dan eksponensial menyebabkan manusia untuk menggunakan energi secara intensif, sehingga meningkatkan emisi gas rumah kaca yang akan menyebabkan deprivasi ekologi seperti perubahan iklim dan penyusutan flora dan fauna secara keseluruhan (Bibri, 2014). Oleh karena itu, permasalahan ini mulai menjadi prioritas di kalangan negara – negara berkembang dan mendorong berbagai perusahaan untuk fokus pada permasalahan lingkungan dalam menjalankan operasional bisnisnya (Lotfi *et al.*, 2018).

Indonesia juga merupakan salah satu negara yang sadar akan terjadinya permasalahan tersebut. Oleh karena itu, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia atau Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) telah memulai *low carbon*

development initiative (LCDI) dengan tujuan untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang hijau dan berkelanjutan melalui kegiatan pembangunan yang rendah emisi dan ramah lingkungan, serta meminimalkan eksploitasi sumber daya alam Indonesia. Dalam laporan tersebut, Bappenas memproyeksikan bahwa Indonesia akan mengalami penurunan pertumbuhan GDP (*gross domestic product*) jika tidak ada tindakan yang diambil berhubungan dengan degradasi iklim dan lingkungan. *Base case* merupakan proyeksi skenario saat ini, di mana kebijakan rendah karbon tidak diimplementasikan dan menggambarkan degradasi lingkungan. *High carbon scenario* menggambarkan skenario *base case*, namun dengan pengeluaran agregat setara dengan skenario LCDI *high* yang tidak digunakan untuk implementasi kebijakan rendah karbon. Sedangkan kedua skenario selanjutnya yaitu LCDI *moderate* dan LCDI *high* merupakan skenario yang menggambarkan jika kebijakan rendah karbon diimplementasikan. Skenario LCDI *moderate* diproyeksikan akan mengurangi emisi sebesar 29% pada tahun 2030 saat dibandingkan dengan skenario *base case*, sedangkan skenario LCDI *high* diproyeksikan akan mengurangi emisi sebesar 41% pada tahun 2030 saat dibandingkan dengan skenario *base case*. (Bappenas, 2019).

Berdasarkan Proyeksi Pertumbuhan GDP Riil Negara Indonesia, fenomena penurunan pertumbuhan GDP Indonesia terjadi dalam skenario *base case* yang menunjukkan bahwa proyeksi pertumbuhan GDP negara dapat mengalami penurunan dari 5% sampai 4.7% dalam periode tahun 2019 sampai 2045. Dari empat skenario yang diperlihatkan dalam grafik tersebut, diproyeksikan bahwa skenario LCDI *high* dan *moderate* akan menghasilkan tingkat pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi daripada skenario *high carbon* ataupun *base case* pada setiap titik waktu dalam periode 2019 sampai 2045. Hal ini merupakan dampak dari kegiatan pembangunan ekonomi hijau dan ramah lingkungan, sehingga mengurangi emisi gas rumah kaca dan membentuk dasar kapital yang lebih alami dan sehat (Bappenas, 2019).

Untuk mendukung program LCDI yang telah dimulai oleh Bappenas dengan tujuan membangun ekonomi hijau bagi Indonesia, diperlukan kehadiran dan kontribusi dari wirausahawan yang berusaha untuk mendukung dan mewujudkan ekonomi yang rendah karbon dan ramah lingkungan, atau dapat disebut wirausahawan hijau. Hadirnya aktivitas kewirausahaan hijau akan mendukung pertumbuhan dan pembangunan ekonomi yang lebih makmur, baik secara finansial ataupun lingkungan (Bappenas, 2019; Kabiamawei *et al.*, 2018).

Terlebih lagi, permasalahan lingkungan juga telah menarik perhatian dari konsumen, sehingga mereka lebih sadar mengenai tanggung jawab ekologis yang mereka miliki. Fakta ini juga ditekankan oleh Yue *et al.* (2020) dengan menambahkan bahwa rasa tanggung jawab lingkungan yang dimiliki konsumen secara langsung mendukung niatnya untuk membeli dan mengkonsumsi produk hijau atau ramah lingkungan. Hal ini membentuk peluang bagi wirausahawan untuk menciptakan *economic value* dan membangun bisnis hijau yang berdampak positif bagi lingkungan (Zeng *et al.*, 2019). Wirausahawan pada dasarnya adalah seseorang yang bersedia untuk mengambil risiko dan mengembangkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan pasar saat ini untuk menghasilkan keuntungan. Dalam kasus ini, seseorang yang melakukan aktivitas kewirausahaan hijau menggunakan pendekatan bisnis yang lebih menguntungkan lingkungan, sehingga memberikan solusi yang praktis dan inovatif bagi masalah sosial dan lingkungan yang sedang dihadapi (Demirel *et al.*, 2019).

Qazi *et al.* (2020) juga menyimpulkan bahwa model bisnis hijau tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, namun juga menciptakan nilai sosial serta lingkungan, sehingga masyarakat umum mulai menyadari kepentingan kewirausahaan hijau dan niat terhadap bidang tersebut juga meningkat seiring waktu, termasuk di kalangan akademisi dan mahasiswa. Selain itu, Soomro *et al.* (2020) menjelaskan bahwa faktor pendukung yang

menyadarkan masyarakat atas kepentingan hadirnya kewirausahaan hijau disebabkan oleh hadirnya media sosial yang dapat digunakan secara profesional untuk mendapatkan dan memberikan informasi penting, seperti informasi terkini mengenai bencana dan krisis publik yang terjadi baru – baru ini, mencakup permasalahan mengenai deprivasi ekologi dan krisis lingkungan. Sehingga kehadiran situs jejaring sosial atau media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform yang dapat digunakan seorang anggota komunitas untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan anggota komunitas lainnya, namun dapat dimanfaatkan juga sebagai sarana untuk mendapatkan informasi yang terkini (Wibowo *et al.*, 2021). Oleh karena itu, situs jejaring sosial dapat menjadi sarana untuk meningkatkan visibilitas masalah ini, serta inisiatif dan intensi kewirausahaan hijau di kalangan mahasiswa (Williams *et al.*, 2014).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alvarez-Risco *et al.* (2021); Peng *et al.* (2021); Qazi *et al.* (2020) menjelaskan bahwa efikasi diri merupakan salah satu komponen yang mendorong seorang individu untuk memiliki intensi berwirausaha hijau. Sedangkan terdapat penelitian – penelitian lain yang dilakukan oleh Fatoki (2020); Hussain, Nazir, Hashmi, Di Vaio, *et al.* (2021); Yacub *et al.* (2021) yang menjelaskan bahwa kecenderungan mengambil risiko atau *risk propensity* berhubungan dengan intensi berwirausaha hijau dan berkelanjutan. Dalam penelitian – penelitian tersebut, kedua efikasi diri dan kecenderungan mengambil risiko merupakan variabel yang dijelaskan sebagai karakter atau sifat yang terdapat pada mahasiswa tingkat universitas pada ruang lingkup geografis yang bervariasi.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan peran dan pengaruh penggunaan situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh efikasi diri dan kecenderungan mengambil risiko. Penelitian – penelitian yang telah dilakukan sebelumnya telah menjelaskan bahwa efikasi diri dan kecenderungan mengambil risiko memiliki peran penting dalam menentukan intensi berwirausaha hijau yang dimiliki seorang mahasiswa. Sehingga kedua variabel tersebut memiliki peran yang signifikan dalam menentukan intensi berwirausaha hijau. Meningkatnya intensi kewirausahaan hijau dapat menjadi solusi terhadap masalah yang berasal dari fenomena yang dijelaskan sebelumnya.

1.2 Situs Jejaring Sosial

Pada umumnya, situs jejaring sosial dijelaskan sebagai suatu alat atau sarana yang digunakan oleh seorang individual sebagai bagian dari suatu komunitas untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan individual atau sekelompok individual yang lain, sehingga dapat menunjang hubungan antar individu di dunia nyata (Oluwadamilola, 2016). Penelitian lain yang dilakukan oleh Stoyanova & Björling (2017) mendefinisikan situs jejaring sosial, atau media sosial sebagai platform yang digunakan oleh seorang individual untuk mempresentasikan dirinya kepada orang lain dan membentuk kesan orang lain kepada individual tersebut. Sedangkan Munshi *et al.* (2018) mendefinisikan situs jejaring sosial sebagai platform *online* di mana seseorang dapat membentuk akun individual dan berkomunikasi dengan keluarga, teman – teman, dan rekan kerja dari satu sudut dunia ke sudut lain. Sehingga memungkinkan mereka untuk berkomunikasi dengan orang lain, mencari teman mereka di situs jejaring tersebut, membentuk komunitas, berdiskusi, dan terhubung dengan orang lain yang memiliki minat yang sama dengan mereka.

Namun Munshi *et al.* (2018) juga menjelaskan bahwa situs jejaring sosial telah berkembang menjadi lebih dari sekedar platform yang digunakan untuk bersosialisasi saja, namun telah menjadi sarana bagi banyak individu untuk mendapatkan informasi terkini, serta membagikan opini mereka kepada individual lain. Fakta ini juga dijelaskan oleh Wibowo *et al.* (2021) bahwa seiring perkembangan zaman, situs jejaring sosial telah berkembang menjadi platform penyaluran informasi secara profesional, bahkan dapat digunakan sebagai sarana

pemasaran oleh bisnis dan perusahaan. Sehingga, situs jejaring sosial telah berkembang menjadi alat yang memiliki banyak fungsi, melampaui tujuan dan fungsi awal pembuatannya yang hanya menjadi sarana komunikasi dalam skala individual.

Kehadiran situs jejaring sosial dalam era digital ini juga memberikan manfaat bagi mereka yang berminat atau sudah berprofesi menjadi wirausahawan, dijelaskan oleh Turan & Kara (2018) bahwa para wirausahawan dapat memanfaatkan situs jejaring sosial untuk meningkatkan kinerja bisnis yang dibangunnya dalam aspek pemasaran, dengan meningkatkan visibilitas dan kesadaran konsumen terhadap suatu merek atau produk, mendapatkan *insight* dari pasar, dan membentuk sekelompok pelanggan yang setia. Penjelasan tersebut juga didukung oleh penelitian lain yang dilakukan oleh Olanrewaju *et al.* (2020), dengan menambahkan penjelasan bahwa situs jejaring sosial dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan dan mengelola informasi yang terkini untuk memberikan *value* bagi wirausahawan dan bisnisnya, serta membantu wirausahawan dalam membentuk dan mengelola jaringan yang dimilikinya dan membangun *social capital*. Sehingga bermanfaat bagi wirausahawan serta bisnisnya dalam membentuk *value* bagi pelanggan, identifikasi serta kapitalisasi peluang dalam pasar, meningkatkan proses dan kinerja bisnis, serta mendorong inovasi bisnis.

Dengan begitu, penelitian ini akan mendefinisikan situs jejaring sosial atau media sosial sebagai platform yang digunakan oleh seorang individual untuk berkomunikasi dengan individual atau kelompok lain, merepresentasikan dirinya kepada individual lain, serta membagi dan mendapatkan informasi yang terkini.

1.3 Efikasi Diri

Efikasi diri secara luas didefinisikan oleh Ahmed *et al.* (2011) sebagai tingkat kepercayaan, kemandirian, dan keyakinan seorang individu pada kemampuannya dalam melakukan sesuatu. Hal tersebut merupakan keyakinan pada diri sendiri yang dapat dibangun seiring berjalannya waktu. Dijelaskan juga bahwa seorang individu yang mengetahui efikasi dirinya sendiri dapat menentukan tujuan yang ingin dicapai serta cara mencapainya, sehingga meningkatkan tekad yang dimiliki dan membantu individu tersebut dapat menghadapi kegagalan atau ketidakpuasan. Sedangkan Gangloff & Mazilescu (2017) menjelaskan bahwa efikasi diri adalah kepercayaan diri yang dimiliki seorang individu dalam kemampuannya untuk melakukan segala hal yang diperlukan dengan tujuan mendapatkan hasil yang diinginkan. Tingkat efikasi diri yang dimiliki seorang individu akan menentukan cara individu tersebut dalam melakukan tugasnya serta tingkat kinerja yang akan dicapainya. Tentunya efikasi diri seorang wirausahawan merupakan faktor penentu wirausahawan untuk memiliki intensi serta terlibat dalam aktivitas kewirausahaan (Newman *et al.*, 2019).

Dalam ruang lingkup kewirausahaan, Newman *et al.* (2019) mendefinisikan efikasi diri seorang wirausahawan sebagai keyakinan seorang individu dalam kemampuan atau kapabilitasnya untuk melakukan tugas dan peran yang ditujukan untuk tujuan atau maksud yang berhubungan dengan kewirausahaan, sehingga memiliki peran penting dalam menentukan niat seorang individu untuk berprofesi sebagai wirausahawan. Sedangkan Shaheen & Al-haddad (2018) menjelaskan bahwa efikasi diri seorang wirausahawan sebagai penilaian individu tersebut terhadap kemampuannya untuk memulai dan melakukan aktivitas kewirausahaan untuk mencapai tujuan – tujuannya.

Efikasi diri sebagai karakteristik dari seorang wirausahawan merupakan komponen yang berdampak pada kinerja wirausahawan tersebut. Hal tersebut dibahas oleh Shaheen & Al-haddad (2018), bahwa pendiri bisnis yang memiliki efikasi diri yang tinggi akan memiliki pengambilan keputusan dan risiko yang lebih baik, serta meningkatkan performa bisnis yang dikelolanya, baik dalam aspek finansial, pemasaran, dan manajemen. Penelitian yang

dilakukan oleh Wei *et al.* (2020) juga mendiskusikan bahwa tingkat efikasi diri seorang wirausahawan mempengaruhi niat dan perilaku inovasi wirausahawan tersebut, sehingga efikasi diri atau kesadaran mengenai kompetensi dan kemampuan yang dimilikinya dalam melakukan aktivitas bisnis akan mendorong wirausahawan tersebut untuk memiliki perspektif yang positif, dengan demikian mendorong terjadinya inovasi.

1.4 Kecenderungan Mengambil Risiko

Kecenderungan mengambil risiko atau *risk-taking propensity* secara umum dapat dijelaskan sebagai kecenderungan seorang individu untuk terlibat dalam tindakan atau aktivitas yang dapat menimbulkan berbagai macam kerugian atau keuntungan bagi individu tersebut, sehingga dalam konteks ekonomi dijelaskan bahwa *risk-taking propensity* dapat menimbulkan berbagai kemungkinan kerugian dan/atau keuntungan secara keuangan (Josef *et al.*, 2016). Sedangkan Singh *et al.* (2018) mendefinisikan *risk propensity* sebagai tingkat kecenderungan untuk mengambil keputusan atau tindakan berisiko dalam suatu situasi yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, sehingga memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan seorang individual di berbagai bidang yang berbeda, tentu saja kewirausahaan merupakan salah satu bidang yang terkait dalam hal tersebut.

Danso *et al.* (2016) menjelaskan bahwa *risk propensity* merupakan salah satu karakteristik kepribadian yang dimiliki oleh seorang wirausahawan, sehingga memungkinkannya untuk mempersepsikan kemungkinan untuk mendapatkan keuntungan dari suatu situasi, walaupun situasi tersebut memiliki kemungkinan untuk menimbulkan kerugian atau konsekuensi tertentu. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Antoncic *et al.* (2018) yang menjelaskan bahwa seorang wirausahawan pada umumnya adalah pengambil risiko dan memiliki *risk propensity* tingkat sedang. Dengan begitu kecenderungan mengambil risiko seorang wirausahawan dijelaskan sebagai orientasi seorang wirausahawan untuk terlibat atau melakukan aktivitas kewirausahaan yang memungkinkannya untuk mewujudkan tujuannya yang memberikan keuntungan lebih besar jika dibandingkan dengan kerugian yang dapat timbul (Antoncic *et al.*, 2018; Salmony & Kanbach, 2021).

Risk-taking propensity merupakan salah satu faktor yang mendukung keberhasilan seorang individu dengan intensi kewirausahaan untuk mengambil satu langkah lebih maju jika dibandingkan dengan individu dengan *risk propensity* yang lebih rendah, sehingga mereka dapat membangun sebuah bisnis dan memulai karir mereka sebagai wirausahawan (Baciu *et al.*, 2020). Selain itu, García-Granero *et al.* (2015) menjelaskan bahwa *risk-taking propensity* memiliki peran yang penting dalam menentukan terjadinya inovasi dalam suatu bisnis atau perusahaan. Dijelaskan dalam penelitian tersebut bahwa kehadiran lingkungan kerja yang mendukung perilaku inovasi akan mendukung terjadinya inovasi dari para manajer dan karyawan perusahaan, dengan demikian mendorong terjadinya inovasi organisasi. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penelitian ini mendefinisikan kecenderungan mengambil risiko atau *risk-taking propensity* sebagai kecenderungan seorang individu untuk terlibat dalam tindakan atau aktivitas yang dapat menimbulkan keuntungan dan/atau kerugian bagi individu tersebut.

1.5 Intensi Berwirausaha Hijau

Intensi berwirausaha hijau merupakan perilaku yang terencana dan didefinisikan sebagai keinginan atau kecenderungan seorang individu untuk menerima dan menanggung risiko dalam memulai bisnis *startup* di dalam sektor bisnis hijau, sehingga intensi berwirausaha hijau berhubungan dengan niat seorang individu dalam membangun bisnis hijau dengan tujuan mengakomodasi dan meningkatkan kesejahteraan lingkungan (Loon & Nordin, 2019).

Sementara, Muo & Azeez (2019) menjelaskan intensi kewirausahaan hijau sebagai keinginan seorang individu untuk memulai dan mengelola bisnis yang memiliki proses dan produk yang hijau dan ramah lingkungan, sehingga terlibat dalam praktik bisnis hijau dan memberikan solusi pada masalah lingkungan secara kreatif dan inovatif.

Intensi berwirausaha hijau merupakan faktor yang penting dalam menentukan motivasi dan antusiasme dari seorang individu untuk membangun bisnis atau perusahaan yang berorientasi pada keberlangsungan lingkungan, dengan demikian akan mendukung agenda pemerintahan dalam membangun ekonomi yang hijau dan berkelanjutan di masa depan (Polas *et al.*, 2020). Selain itu, intensi berwirausaha hijau juga mendorong terjadinya perilaku berwirausaha hijau, dengan demikian dapat membentuk *value* secara sosial serta ekologis, serta mendukung terbentuknya skenario pasar yang hijau dengan dukungan kebijakan politik yang berorientasi pada kondisi lingkungan yang berkelanjutan (Amankwah & Sesen, 2021; Yasir *et al.*, 2021).

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penelitian ini mendefinisikan intensi berwirausaha hijau sebagai keinginan seorang individu untuk membangun dan mengelola bisnis di dalam sektor hijau, sehingga memiliki proses serta produk yang bertujuan untuk memberikan solusi pada masalah lingkungan.

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 Situs Jejaring Sosial dan Intensi Berwirausaha Hijau

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Ajjan *et al.* (2015) dijelaskan bahwa perkembangan situs jejaring sosial yang dihadapi masyarakat saat ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, namun dapat dimanfaatkan juga sebagai sarana untuk mencari sumber daya untuk memulai serta mendukung aktivitas bisnis. Sehingga penelitian tersebut menjelaskan bahwa situs jejaring sosial dapat meningkatkan intensi berwirausaha hijau dengan memungkinkan seorang individu untuk mengakses informasi mengenai masalah lingkungan beserta dengan sumber daya yang dibutuhkan untuk membentuk sebuah bisnis yang dapat memberikan solusi terhadap masalah tersebut. Hal tersebut juga didukung oleh Kumara (2020) yang menjelaskan bahwa hadirnya media sosial mendukung intensi seorang individu dalam berwirausaha hijau. Hal ini disebabkan media sosial dapat digunakan sebagai sarana pemasaran dengan jangkauan yang luas, sehingga memungkinkan sebuah bisnis hijau untuk memasarkan produknya kepada konsumen yang memiliki keprihatinan lingkungan dan ingin berkontribusi positif pada keberlangsungan lingkungan (Biswas & Roy, 2014; Kumara, 2020). Dengan begitu, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H_1 : Situs jejaring sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha hijau.

1.6.2 Situs Jejaring Sosial dan Efikasi Diri

Boahene *et al.* (2019) menjelaskan bahwa penggunaan situs jejaring sosial di kalangan pelajar meningkatkan efikasi diri yang dimilikinya dengan menyediakan platform yang diperlukan untuk mencari dan mendapatkan informasi yang diperlukan, sehingga menambah pengetahuan dan kapabilitasnya untuk mengerjakan suatu tugas. Selain itu, penelitian yang dilakukan Hu *et al.* (2017) juga menjelaskan bahwa situs jejaring sosial merupakan kunci dalam mengembangkan efikasi diri seorang individu, sebab situs jejaring sosial dapat membantu seorang individual dalam menghadapi suatu situasi atau lingkungan yang belum pernah mereka hadapi sebelumnya dengan menyediakan pengetahuan yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan dalam situasi tersebut, sehingga meningkatkan kepercayaan diri individu tersebut dalam menghadapi ketidakpastian dalam situasi atau lingkungan baru.

Terlebih lagi, penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa situs jejaring sosial memungkinkan seorang individu untuk melihat dan bersosialisasi dengan berbagai ahli dan profesional untuk belajar dari kegiatan dan pengalaman mereka. Tentunya wirausahawan hijau yang berhasil merupakan salah satu profesional tersebut, dengan demikian meningkatkan kepercayaan dirinya dalam berwirausaha hijau. Berdasarkan penjelasan tersebut, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Situs jejaring sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efikasi diri.

1.6.3 Situs Jejaring Sosial dan Intensi Berwirausaha Hijau yang Dimediasi oleh Efikasi Diri

Penelitian yang dilakukan oleh Cai *et al.* (2021) menjelaskan bahwa penggunaan situs jejaring sosial merupakan salah satu sumber kapital sosial yang dimiliki oleh seorang individu, karena hal tersebut menyediakan akses bagi seorang individu pada relasi atau hubungan yang dimilikinya seperti keluarga, teman, dan komunitas. Tidak hanya itu, dijelaskan juga bahwa kapital sosial juga meningkatkan kepercayaan diri individu tersebut untuk terlibat dalam kewirausahaan dengan memberikan akses kepada sumber daya yang berpotensi, hal seperti informasi tentang pasar, akses kepada investor, serta pelanggan potensial. Dalam proses pencarian peluang bisnis, seorang individu dapat memanfaatkan situs jejaring sosial untuk mengakses informasi mengenai masalah lingkungan serta sumber daya yang dibutuhkan untuk mengembangkan solusi terhadap masalah tersebut, sehingga meningkatkan efikasi diri individu tersebut dalam beraktivitas kewirausahaan serta intensinya dalam membangun bisnis hijau (Cai *et al.*, 2021; Hu *et al.*, 2017; Lotfi *et al.*, 2018). Dengan begitu, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Terdapat pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh efikasi diri.

1.6.4 Situs Jejaring Sosial dan Kecenderungan Mengambil Risiko

Vannucci *et al.* (2020) menjelaskan bahwa hadirnya situs jejaring sosial sebagai platform yang digunakan seorang individu untuk berkomunikasi dengan individu lain serta menciptakan sebuah komunitas *online*, di mana komunitas tersebut cenderung memiliki persepsi risiko dan norma perilaku yang serupa, sehingga dapat meniru perilaku berisiko satu sama lain yang dianggap dapat bernilai atau dihargai. Tidak hanya itu, dijelaskan juga bahwa situs jejaring sosial meningkatkan paparan seorang individu terhadap perilaku berisiko yang dilakukan oleh *influencer* atau tokoh terkenal lainnya, sehingga meningkatkan *risk propensity* atau kecenderungannya untuk mengambil bagian dalam perilaku yang berisiko. Hal tersebut juga dijelaskan oleh penelitian yang dilakukan oleh Vente *et al.* (2020) bahwa media sosial dianggap sebagai tempat untuk mencari validasi diri dan *sense of normalcy*, sehingga meningkatkan kecenderungan seorang individu dalam mengambil tindakan berisiko karena terekspos pada perilaku berisiko yang dilakukan oleh orang lain di situs jejaring sosial. Dengan begitu, diajukan hipotesis sebagai berikut:

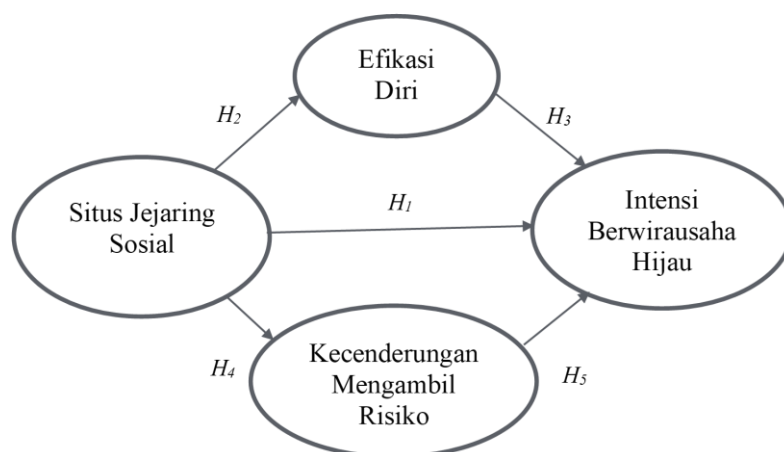
H₄: Situs jejaring sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan mengambil risiko.

1.6.5 Situs Jejaring Sosial dan Intensi Berwirausaha Hijau yang Dimediasi oleh Kecenderungan Mengambil Risiko

Hussain, Nazir, Hashmi, Di Vaio, *et al.* (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa situs jejaring sosial sebagai platform yang memungkinkan seorang individu untuk mengakses jaringan serta informasi sebagai sumber daya yang diperlukan dalam membangun bisnis hijau,

sehingga dapat meningkatkan *risk propensity* individu tersebut untuk terlibat dalam kewirausahaan hijau. Salah satu sumber informasi tersebut didapatkan melalui interaksi dan keterlibatan seorang individu dengan individu lain yang berpartisipasi dalam kewirausahaan hijau, sehingga dapat mempengaruhi persepsi risiko individu tersebut dan meningkatkan kecenderungannya untuk mengambil risiko serta meningkatkan intensinya untuk berpartisipasi dalam kewirausahaan hijau (Hussain et al., 2021; Vannucci et al., 2020). Dengan begitu, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H_5 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh kecenderungan mengambil risiko.



Gambar 1. Kerangka Penelitian Konseptual

Sumber: Diadopsi dari penelitian Hussain et al. (2021)

2. METODOLOGI PENELITIAN

Ahmad *et al.* (2019) menjelaskan bahwa metode penelitian dapat terbagi menjadi kualitatif dan kuantitatif. Dijelaskan juga penelitian kuantitatif sebagai penelitian untuk menghasilkan data numerik beserta fakta konkrit, berdasarkan teknik statistika dan matematis. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif, dengan pendekatan penelitian positivisme. Dijelaskan juga oleh Kivunja & Kuyini (2017) bahwa pendekatan positivisme mendukung metode riset kuantitatif karena bersifat objektif, sekaligus berperan sebagai landasan bagi kemampuan peneliti untuk menjadi presisi serta teliti dalam mengumpulkan, melakukan analisis, dan menginterpretasikan data. Sehingga alasan peneliti dalam melakukan penelitian kuantitatif dengan pendekatan positivisme karena bersifat objektif, sehingga penelitian ini akan mengumpulkan dan memberikan fakta tanpa menganjurkan interpretasi subjektif. Alasan selanjutnya adalah hasil dari penelitian ini akan menyajikan data dalam bentuk angka, serta berorientasi pada hasil tersebut. Selain itu, penelitian kuantitatif ini bersifat *particularistic* atau akan berusaha untuk melakukan analisis data untuk mendapatkan hasil.

Penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai penelitian deskriptif. Akhtar (2016) menjelaskan penelitian deskriptif sebagai penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan informasi mengenai karakteristik suatu masalah yang terjadi. Alasan penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif karena tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan menjelaskan hubungan antar variabel. Selain itu, jenis penelitian ini juga membutuhkan pengumpulan data dari objek penelitian untuk mendeskripsikan penemuan dari penelitian ini. Selain itu, tinjauan literatur atau dasar teori dari penelitian ini berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Terlebih lagi, dilakukannya penelitian deskriptif

juga didukung oleh penggunaan metode penelitian kuantitatif, sehingga menghasilkan penelitian yang valid dan dapat diandalkan (Sekaran & Bougie, 2016).

Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh situs jejaring sosial pada intensi berwirausaha hijau mahasiswa di daerah Jabodetabek, sehingga target populasi penelitian ini merupakan mahasiswa aktif yang menggunakan situs jejaring sosial dan berdomisili di daerah Jabodetabek. Dalam menentukan ukuran sampel yang tepat, Hair *et al.* (2018) menjelaskan bahwa penentuan ukuran sampel dapat dilihat dari jumlah indikator yang digunakan dalam suatu penelitian, dengan ukuran sampel berkisar dari 5 sampai 10 kali lipat dari jumlah indikator yang digunakan dalam pengukuran. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan minimal 176 sampel atau $n = 22$ (jumlah indikator) \times 8. *Convenience sampling* dipilih sebagai teknik pengambilan sampel dalam proses pengumpulan data agar dapat mengumpulkan dan mendapatkan jumlah sampel yang memadai dalam waktu yang cepat, sebab peneliti mendapatkan akses yang cepat kepada sampel (Rahi, 2017; Sekaran & Bougie, 2016). Variabel konseptual dan operasional yang dipakai dalam penelitian ini terdapat pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel dan Indikator

Variabel	Definisi Operasional	Sumber
Situs jejaring sosial atau media sosial (SNS) didefinisikan sebagai platform yang digunakan oleh seorang individual untuk berkomunikasi dengan individual atau kelompok lain, merepresentasikan dirinya kepada individual lain, serta membagi dan mendapatkan informasi yang terkini.	Saya sering mengakses situs jejaring sosial.	Koranteng <i>et al.</i> (2019); Park <i>et al.</i> (2021)
	Saya menghabiskan banyak waktu untuk menggunakan situs jejaring sosial.	
	Saya mengikuti banyak individu/akun/kelompok yang pernah membahas mengenai masalah lingkungan dan/atau solusi terhadap masalah tersebut di situs jejaring sosial	
	Saya belajar banyak mengenai masalah / isu lingkungan melalui situs jejaring sosial	
Efikasi diri (ED)didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan dan keyakinan seorang individu dalam kemampuan serta kapabilitasnya untuk melakukan suatu tugas atau peran untuk mencapai tujuan – tujuannya	Saya mampu menulis dan melengkapi sebuah rencana bisnis hijau (<i>green business plan</i>).	Liu <i>et al.</i> (2019); Wen <i>et al.</i> (2020)
	Saya mampu membentuk sebuah rencana yang jelas agar saya dapat menjadi wirausahawan hijau.	
	Saya mampu memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjadi seorang wirausahawan hijau.	
	Saya mampu mengembangkan sebuah produk yang memberikan solusi pada masalah lingkungan.	
	Saya mampu mengelola sebuah tim manajemen dalam bisnis hijau.	
	Saya yakin bahwa saya dapat tetap membangun bisnis hijau, walaupun menghadapi tantangan.	
Kecenderungan mengambil risiko atau <i>risk propensity</i> (RP) adalah kecenderungan seorang individu untuk terlibat dalam tindakan atau aktivitas yang dapat menimbulkan keuntungan dan/atau kerugian bagi individu tersebut.	Saya cenderung untuk mengambil keputusan atau tindakan yang berisiko.	Luc <i>et al.</i> (2021); Yusoff <i>et al.</i> (2021)
	Saya merasa nyaman berada dalam situasi dengan ketidakpastian.	
	Saya melihat risiko sebagai sebuah tantangan	
	Saya melihat diri saya sebagai seorang pengambil risiko.	
	Saya siap menanggung risiko untuk menjadi wirausahawan hijau.	

	Saya bersedia untuk menginvestasikan sumber daya yang saya miliki untuk membangun bisnis hijau.	
Intensi berwirausaha hijau (IBH) didefinisikan sebagai keinginan seorang individu untuk membangun dan mengelola bisnis di dalam sektor hijau, sehingga memiliki proses serta produk yang bertujuan untuk memberikan solusi pada masalah lingkungan.	Saya memiliki rencana untuk membangun sebuah bisnis hijau.	Alvarez-Risco <i>et al.</i> (2021); Qazi <i>et al.</i> (2020)
	Saya memiliki tujuan profesi untuk menjadi wirausahawan hijau.	
	Saya bersedia untuk melakukan hal yang diperlukan untuk memberikan solusi pada masalah lingkungan.	
	Saya memiliki keinginan untuk membangun bisnis yang berkontribusi secara positif pada lingkungan.	
	Saya akan membangun bisnis hijau jika saya memiliki kesempatan serta sumber daya yang dibutuhkan.	
	Saya akan terlibat dalam manajemen dari bisnis hijau yang saya bangun.	

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert yang digunakan untuk meneliti seberapa kuat responden setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5-poin atau 7-poin. dan secara umum dianggap sebagai skala interval (Sekaran & Bougie, 2016). Alasan penelitian ini menggunakan skala tersebut untuk mengukur seberapa setuju atau tidak setujunya responden dalam bentuk numerik terhadap semua item kuesioner. Selain itu, skala Likert juga merupakan skala yang paling sering digunakan untuk mengukur sikap dan perilaku dalam penelitian di ruang lingkup bisnis (Dalati, 2018; Sekaran & Bougie, 2016). Skala Likert yang dipilih adalah skala Likert satu sampai lima. Pemilihan skala Likert satu sampai lima dibandingkan dengan skala Likert satu sampai tujuh atau lebih bertujuan untuk meminimalkan bias pada tanggapan responden serta memaksimalkan informasi yang disampaikan dalam skala dengan menggunakan upaya kognitif yang lebih rendah, sehingga menghindari kelelahan pada responden dalam mengisi kuesioner yang diberikan (Chyung *et al.*, 2017). Pemilihan skala Likert satu sampai lima memberikan kesempatan bagi responden untuk memilih opsi netral dalam menganggapi indikator yang diberikan, sehingga tidak memaksa responden untuk memberikan respons setuju atau tidak setuju dalam mengisi kuesioner dan mengurangi bias pada tanggapan yang diberikan (Chyung *et al.*, 2017).

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Kuesioner tersebut akan disebarluaskan melalui sarana elektronik. Pemilihan metode pengumpulan data kuesioner elektronik disebabkan proses penyebaran yang cepat, cakupan geografis yang luas, beserta biaya yang relatif rendah. Namun kelemahan dari metode ini adalah tingkat respons yang rendah, masalah pengambilan sampel, dan perlu mencari responden yang bersedia untuk menyelesaikan kuesioner tersebut (Sekaran & Bougie, 2016).

3. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Dengan tujuan menjawab permasalahan penelitian, peneliti melakukan pengumpulan data dari sejumlah responden. Profil responden penelitian ini dijelaskan dalam beberapa kategori, yaitu: jenis kelamin, jangkauan usia, tingkat pendidikan terakhir, serta domisili responden. Seperti yang dijelaskan pada bagian-bagian sebelumnya, target responden penelitian ini adalah mahasiswa yang berdomisili di daerah Jabodetabek. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penyebaran kuesioner dalam bentuk Google Forms secara online melalui berbagai platform media sosial. Peneliti menyebarkan kuesioner tersebut kepada sejumlah grup media sosial yang memiliki 319 orang secara total. Setelah beberapa waktu, kuesioner yang mendapatkan tanggapan berjumlah 181 orang. Sehingga memiliki *response rate* sebesar 56.74%. Dari 181 tanggapan yang diterima dari responden, hanya 163 tanggapan yang dapat digunakan untuk

analisis data dalam penelitian ini. Sehingga tingkat *response rate* yang dapat digunakan sebesar 51.1%. Responden dari kuesioner elektronik yang disebar untuk pengumpulan data penelitian ini dapat terbagi menjadi beberapa kategori. Pembagian tersebut berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, domisili, universitas, serta situs jejaring sosial yang digunakan (Tabel 2).

Tabel 2. Pembagian Profil Responden

	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	86	52.76%
	Wanita	77	47.24%
Usia	16-20	135	82.82%
	21-25	27	16.57%
	26-30	1	0.61%
Domisili	Jakarta	58	35.58%
	Bogor	18	11.04%
	Depok	6	3.68%
	Tangerang	67	41.10%
	Bekasi	14	8.59%
Universitas	Universitas Multimedia Nusantara	67	41.10%
	Universitas Bina Nusantara	2	1.23%
	Universitas Atma Jaya	40	24.54%
	Universitas Sampoerna	9	5.52%
	Universitas Prasetya Mulia	3	1.84%
	Universitas Pelita Harapan	5	3.07%
	Lainnya	37	22.70%
Situs Jejaring Sosial yang Paling Sering Digunakan	Instagram	59	36.20%
	Whatsapp	48	29.45%
	Line	45	27.61%
	Twitter	8	4.91%
	Snapchat	2	1.23%
	Facebook	1	0.61%
Penggunaan Utama Situs Jejaring Sosial	Sebagai platform komunikasi	74	45.40%
	Mencari hiburan	47	28.83%
	Sebagai sarana untuk mencari informasi / berita terkini	31	19.02%
	Dengan tujuan atau maksud bisnis	8	4.91%
	Lainnya	3	1.84%

Dalam penelitian aktual, penyebaran kuesioner memiliki *response rate* sebesar 56.74% dan mendapatkan 181 responden secara total. Namun dari 181 tersebut, hanya 163 tanggapan yang dapat digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini. Sehingga tingkat *response rate* yang dapat digunakan sebesar 51.1%. Selain itu dalam uji studi pendahuluan dilakukan eliminasi terhadap dua indikator, sehingga jumlah indikator dalam penelitian aktual berjumlah 20 indikator. Hal yang dilakukan pertama kali saat ingin menganalisis data adalah melakukan

feel for the data atau merasakan data hasil dari penelitian aktual dengan melakukan statistik deskriptif (Sekaran & Bougie, 2016).

Untuk melakukan statistik deskriptif, data yang dikumpulkan harus dipersiapkan terlebih dahulu untuk dianalisis. Hal ini dilakukan dengan melakukan koding dan transformasi data agar jawaban responden dapat dipindahkan ke dalam *database*. Namun sama halnya dengan *pilot test*, hal ini hanya berlaku pada indikator yang digunakan untuk mengukur variabel situs jejaring sosial (SNS), sebab jawaban responden dari indikator lainnya dapat langsung dipindahkan ke dalam *database* oleh karena penggunaan survei elektronik yang menyajikan data dalam format *spreadsheet*.

Setelah melakukan koding dan transformasi data, data respons tersebut dapat digabungkan dalam satu *spreadsheet* untuk menjadi *database*, Setelah itu, dapat melakukan pengeditan data untuk menghapus respons kosong dan tidak logis agar *database* dapat dilanjutkan ke proses analisis data selanjutnya, yaitu melakukan statistik deskriptif. Penelitian ini menggunakan skala Likert satu sampai lima, di mana untuk variabel selain situs jejaring sosial (SNS), angka 1 merupakan “Sangat Tidak Setuju”, angka 2 merupakan “Tidak Setuju”, angka 3 merupakan “Netral”, angka 4 merupakan “Setuju”, dan angka 5 merupakan “Sangat Setuju”. Tabel 3 memperlihatkan statistik deskriptif data hasil penelitian aktual.

Tabel 3 Indicator Loadings dan Koefisien Variabel Laten

<i>Item</i>	<i>Mean</i>	<i>Factor Loading</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	CR
ED1	3.307	0.828	0.578	0.935
ED2	3.405	0.819		
ED3	3.748	0.653		
ED4	3.509	0.769		
ED5	3.454	0.719		
IBH1	3.166	0.86	0.634	0.913
IBH2	3.104	0.822		
IBH3	3.319	0.825		
IBH4	3.81	0.707		
IBH5	3.755	0.768		
IBH6	3.724	0.784		
RP1	3.515	0.618	0.506	0.905
RP2	3.025	0.626		
RP3	3.712	0.7		
RP4	3.423	0.745		
RP5	3.472	0.776		
RP6	3.411	0.783		
SNS1	4.043	0.8	0.667	0.932
SNS3	2.871	0.855		
SNS4	3.086	0.793		

Dalam penelitian aktual, pengujian reliabilitas dilakukan untuk memastikan indikator yang digunakan dapat mengukur sebuah konsep tertentu dengan stabil dan konsisten (Sekaran & Bougie, 2016; Sürücü & Maşlakçı, 2020). Kriteria untuk menentukan apakah pengukuran

yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel atau tidak terlihat dari nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Secara umum nilai *cronbach's alpha* dibawah 0.6 dianggap tidak baik, nilai *cronbach's alpha* 0.7 atau lebih tinggi dianggap bisa diterima, dan nilai *cronbach's alpha* diatas 0.8 dianggap baik (Sekaran & Bougie, 2016), sedangkan nilai *composite reliability* diatas 0.7 dianggap baik (Hair *et al.*, 2019). Hasil pengujian reliabilitas penelitian aktual dari setiap variabel dalam penelitian ini dapat terlihat pada nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* pada tabel 3.

Berdasarkan Tabel 3, dapat dilihat bahwa bahwa semua variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* diatas 0.5, beserta dengan nilai *composite reliability* diatas 0.7. Maka dari itu, semua pengukuran variabel yang digunakan dalam uji aktual ini dapat dikatakan reliabel. Beserta dengan dilakukannya pengujian reliabilitas, pengujian validitas juga dilakukan untuk memastikan kelayakan dan kebaikan indikator yang digunakan. Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan dapat mengukur sebuah konsep tertentu (Sekaran & Bougie, 2016; Sürücü & Maşlakçı, 2020). Di dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan melakukan *construct validity* yang terdiri dari dua hal: validitas konvergen dan validitas diskriminan.

Validitas konvergen atau *convergent validity* terjadi saat hasil yang didapatkan dari indikator yang berbeda memiliki korelasi yang tinggi, walaupun mengukur suatu konsep yang sama. Kriteria yang harus dipenuhi untuk menetapkan validitas konvergen dari pengukuran yang digunakan harus sesuai dengan *rule of thumb* bahwa $AVE > 0.5$ dengan nilai *indicator loadings* > 0.5 (Hair *et al.*, 2019). *Indicator loadings* atau *factor loadings* dapat dilihat pada tabel 3. Berdasarkan tabel 3 yang memperlihatkan hasil uji validitas konvergen dalam penelitian aktual, dapat dilihat bahwa semua indikator memiliki nilai *loadings* > 0.5 , sehingga setiap indikator telah memenuhi kriteria yang ditentukan. Setelah itu, kriteria lain yang harus dipenuhi untuk menetapkan validitas konvergen dari pengukuran yang digunakan adalah nilai *average variance extracted* (AVE) > 0.5 (Hair *et al.*, 2019). Nilai AVE setiap variabel dalam penelitian aktual dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Nilai Average Variance Extracted Setiap Variabel

	ED	IBH	RP	SNS
AVE	0.578	0.634	0.506	0.667

Berdasarkan hasil pada tabel 4 bahwa semua variabel memiliki nilai *average variance extracted* (AVE) lebih dari 0.5. Sehingga memenuhi *rule of thumb* yang telah dijelaskan sebelumnya dan hasil penelitian dapat dikatakan telah mencapai validitas konvergen. Untuk menetapkan validitas pengukuran, dilakukan juga pengujian validitas diskriminan yang tercapai saat dua variabel diprediksi untuk tidak memiliki korelasi, dan hasil dari pengukuran memang secara empiris tidak memiliki korelasi. Kriteria yang harus dipenuhi untuk menentukan validitas diskriminan dari indikator yang digunakan sesuai dengan Fornell-Lacker *criterion*, yaitu $AVE > \text{squared correlations}$ (Joseph F. Hair *et al.*, 2018). Hasil pengujian validitas penelitian aktual dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Fornell-Lacker Criterion

	ED	IBH	RP	SNS
ED	0.761			
IBH	0.415	0.796		
RP	0.48	0.517	0.711	
SNS	0.081	0.198	0.033	0.816

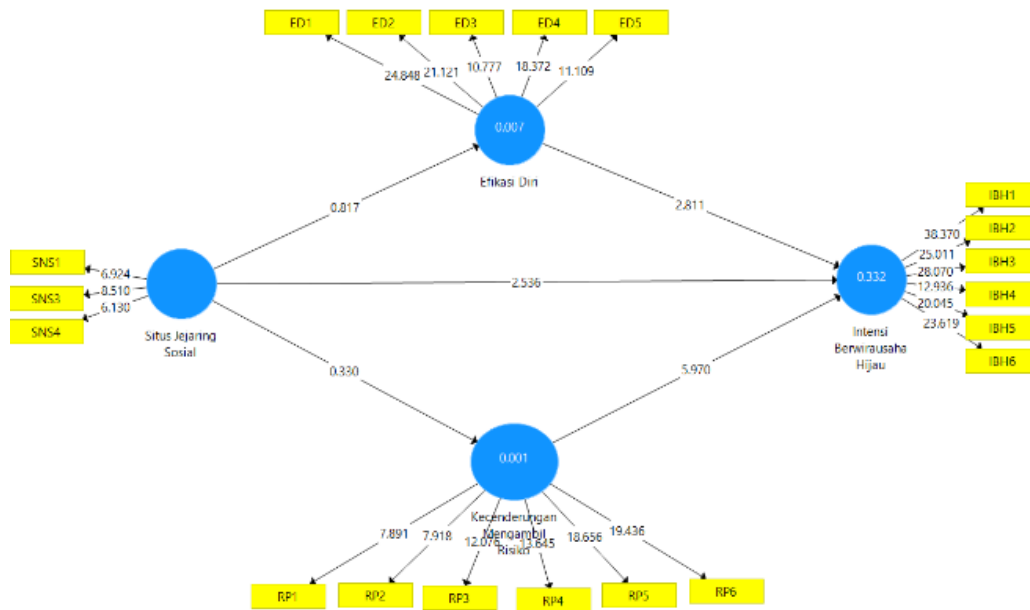
Dapat dilihat dalam tabel 5, setiap variabel memiliki nilai korelasi yang lebih rendah dengan variabel lainnya jika dibandingkan dengan nilai korelasi variabel tersebut dengan dirinya sendiri. Maka dari itu, pengukuran yang digunakan untuk mengukur variabel dalam uji aktual ini dapat disebut valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabelnya masing – masing. Setelah menguji kebaikan data yang didapatkan dari penelitian aktual, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah menilai dan menguji model struktural, dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) serta nilai *R-square* (Hair *et al.*, 2019). VIF digunakan untuk menguji multikolinearitas, fenomena di mana dua atau lebih variabel independen memiliki korelasi yang tinggi (Sekaran & Bougie, 2016). Secara ideal, nilai VIF sebaiknya lebih kecil dari 3, sebab multikolinearitas terjadi saat nilai VIF lebih dari 5, serta memiliki potensi untuk terjadi saat bernilai 3 sampai 5 (Hair *et al.*, 2019).

Tabel 6. Hasil Uji Kolinearitas / Nilai Inner VIF

	ED	IBH	RP	SNS
ED		1.306		
IBH				
RP		1.299		
SNS	1.000	1.007	1.000	

Berdasarkan hasil pada Tabel 6 bahwa semua variabel memiliki nilai VIF dibawah 3, sehingga dapat dikatakan bahwa multikolinearitas tidak terjadi dalam variabel yang diteliti. Setelah menguji multikolinearitas, langkah selanjutnya adalah menguji *R-square* atau koefisien determinasi yang memperlihatkan kebaikan dari model struktural. *R-square* dapat digunakan untuk mengukur kemampuan model struktural untuk menjelaskan suatu konsep (Joseph F. Hair *et al.*, 2018). Hair *et al.* (2019) juga menjelaskan bahwa nilai *R-square* 0.75 dapat dikategorikan sebagai kuat, nilai 0.5 dikategorikan sedang, dan nilai dibawah 0.25 dapat dikategorikan lemah. Berikut diperlihatkan nilai *R-square* yang didapatkan dari analisis menggunakan SmartPLS.

Dapat dilihat bahwa koefisien determinasi atau nilai *R-square* dari variabel dependen penelitian ini, intensi berwirausaha hijau sebesar 0.332. Nilai *r-square* tersebut berarti 33.2% variasi dari intensi berwirausaha hijau dapat dijelaskan oleh situs jejaring sosial, efikasi diri, dan kecenderungan mengambil risiko, sedangkan untuk 66.8% variasi lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Hasil *R-square* tersebut juga dapat dikategorikan ke arah sedang, sebab masih berada di atas 0.25, sesuai dengan kriteria yang dijelaskan sebelumnya. Berikut model struktural yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 2. Model Struktural

3.1 Hasil Pengujian Hipotesis

Dengan tujuan menjawab pertanyaan penelitian perlu dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah diajukan. Untuk itu, penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS 3 dan melakukan *bootstrapping* untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah diajukan. Penerimaan atau penolakan hipotesis berdasarkan *t-value* dan *p-value* yang didapatkan dari hasil pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan 0.05 dan bersifat *two-tailed*, sehingga hipotesis yang diterima harus memiliki *t-value* lebih besar dari 1.96 dengan *p-value* lebih kecil dari 0.05 (Hair *et al.*, 2018). Penelitian ini telah mengajukan dua hipotesis yang memiliki hubungan mediasi, yaitu variabel efikasi diri (ED) serta kecenderungan mengambil risiko (RP) yang memediasi pengaruh antara situs jejaring sosial (SNS) terhadap intensi berwirausaha hijau (IBH). Tabel 7 di bawah memperlihatkan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, serta keputusan yang diambil terhadap hipotesis tersebut.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Penelitian Aktual

Hipotesis	Original Sample	Standard Deviation	t-value	p-value	Hasil
H1: Situs jejaring sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha hijau.	0.167	0.065	2.555	0.011	Diterima
H2: Situs jejaring sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efikasi diri.	0.081	0.097	0.837	0.403	Ditolak
H3: Terdapat pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh efikasi diri.	0.016	0.023	0.702	0.483	Ditolak
H4: Situs jejaring sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan mengambil risiko.	0.033	0.1	0.335	0.738	Ditolak
H5: Terdapat pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh kecenderungan mengambil risiko.	0.014	0.044	0.317	0.751	Ditolak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang terlihat pada Tabel 7, hasilnya menunjukkan bahwa:

1. Situs jejaring sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha hijau. Dapat dilihat pada tabel 4.24, bahwa untuk hipotesis yang pertama mengenai pengaruh situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau memiliki nilai *t-statistic* sebesar 2.555 dan nilai *p-value* sebesar 0.011. Dari hasil yang didapatkan maka hipotesis ini dapat diterima karena *t-value* yang didapatkan lebih dari 1.96. Dapat juga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial dengan intensi berwirausaha hijau karena nilai *p-value* kurang dari 0.05.
2. Situs jejaring sosial *tidak* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efikasi diri. Untuk hipotesis yang selanjutnya mengenai pengaruh situs jejaring sosial terhadap efikasi diri, dapat dilihat pada tabel 9 bahwa hipotesis tersebut memiliki nilai *t-statistic* sebesar 0.837 dan nilai *p-value* sebesar 0.403. Dari hasil yang didapatkan maka keputusan yang diambil adalah untuk menolak hipotesis ini, sebab *t-value* yang didapatkan kurang dari 1.96. Dapat juga disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial dengan efikasi diri karena nilai *p-value* lebih dari 0.05.
3. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh efikasi diri. Dapat dilihat pada tabel 7, bahwa pengaruh variabel efikasi diri terhadap intensi berwirausaha hijau memiliki nilai *t-statistic* sebesar 2.768 dan nilai *p-value* sebesar 0.006. Dari hasil yang didapatkan maka dapat dikatakan efikasi diri memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha hijau karena *t-value* yang didapatkan lebih dari 1.96. Dapat juga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara efikasi diri dengan intensi berwirausaha hijau karena nilai *p-value* kurang dari 0.05. Namun dalam tabel 4.23 mengenai efek tidak langsung, dapat dilihat bahwa variabel efikasi diri yang memediasi pengaruh antara situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau memiliki nilai *t-statistic* sebesar 0.702 dengan nilai *p-value* sebesar 0.483. Maka dari itu, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada efek tidak langsung yang signifikan antara situs jejaring sosial dengan intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh efikasi diri karena memiliki nilai *t-statistic* kurang dari *critical value*, yaitu 1.96, beserta dengan *p-value* > 0.05. Maka dari itu keputusan yang diambil terhadap hipotesis yang ketiga adalah untuk menolaknya, atau dengan kata lain tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh efikasi diri.
4. Situs jejaring sosial *tidak* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan mengambil risiko. Untuk hipotesis yang keempat mengenai pengaruh situs jejaring sosial terhadap kecenderungan mengambil risiko, dapat dilihat pada tabel 9 bahwa hipotesis tersebut memiliki nilai *t-statistic* sebesar 0.335 dan nilai *p-value* sebesar 0.738. Dari hasil yang didapatkan maka keputusan yang diambil adalah untuk menolak hipotesis ini, sebab *t-value* yang didapatkan kurang dari 1.96. Dapat juga disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial dengan kecenderungan mengambil risiko karena nilai *p-value* lebih dari 0.05.
5. *Tidak* terdapat pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh kecenderungan mengambil risiko. Dapat dilihat pada tabel 4.22, bahwa pengaruh variabel kecenderungan mengambil risiko terhadap intensi berwirausaha hijau memiliki nilai *t-value* sebesar 5.966 dan nilai *p-value* sebesar 0.000. Dari hasil yang didapatkan maka kecenderungan mengambil risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha hijau, karena *t-value* yang didapatkan lebih dari 1.96 dengan nilai *p-value* kurang dari 0.05. Namun dalam tabel 4.23

mengenai efek tidak langsung, yaitu kecenderungan mengambil risiko yang dimediasi pengaruh antara situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau memiliki nilai *t-statistic* sebesar 0.317 dengan nilai *p-value* sebesar 0.751. Maka dari itu, keputusan yang diambil terhadap hipotesis yang kelima adalah untuk menolaknya, karena memiliki nilai *t-statistic* kurang dari *critical value*, yaitu 1.96, beserta dengan *p-value* > 0.05. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial dengan intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh kecenderungan mengambil risiko.

3.2 Diskusi dan Pembahasan

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk melakukan analisis pengaruh situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh efikasi diri dan kecenderungan mengambil risiko. Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Hussain, Nazir, Hashmi, Shaheen, et al. (2021) pada bulan Mei 2021 lalu. Penelitian tersebut dilakukan pada negara Pakistan dan ditargetkan kepada mahasiswa secara umum di beberapa universitas negara tersebut. Beberapa variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah situs jejaring sosial, efikasi diri, kecenderungan mengambil risiko, serta intensi berwirausaha hijau.

3.3 Situs Jejaring Sosial dan Intensi Berwirausaha Hijau

Pada penelitian ini, peneliti mengajukan lima hipotesis. Hipotesis pertama yang diajukan berbunyi “Situs jejaring sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha hijau”. Dalam hipotesis pertama, peneliti menganalisis hubungan antara variabel independen yaitu situs jejaring sosial, dan variabel dependen yaitu intensi berwirausaha hijau. Hipotesis yang pertama diterima karena memenuhi persyaratan yaitu *t-value* > *critical value* yaitu 1,96. Nilai *t-statistic* yang didapatkan adalah 2.555. Persyaratan lain yang dipenuhi adalah *p-value* < 0.05, dimana *p-value* yang didapatkan adalah 0.011. Sehingga, dapat diambil kesimpulan bahwa dari responden yang tinggal di sekitar area Jabodetabek, situs jejaring sosial memiliki efek yang signifikan terhadap intensi berwirausaha hijau. Hipotesis ini didukung oleh jurnal - jurnal sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Alayis et al. (2018) yang menjelaskan bahwa penggunaan situs jejaring sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha hijau dalam hal mendukung mahasiswa dalam mengakses informasi terkait permasalahan lingkungan yang dapat menjadi peluang bisnis hijau, beserta dengan menyediakan akses pada informasi dan teknologi yang berhubungan dengan menjadi wirausahawan hijau, Penelitian yang dilakukan oleh Ahmed et al. (2019) juga menjelaskan hal yang serupa, bahwa situs jejaring sosial dapat dimanfaatkan dalam meningkatkan intensi berwirausaha hijau pada mahasiswa, karena situs jejaring sosial dapat digunakan untuk memfasilitasi serta mempromosikan pentingnya kewirausahaan hijau, sehingga meningkatkan intensi mahasiswa untuk berwirausaha hijau. Begitu juga dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ajjan et al. (2015), bahwa penggunaan situs jejaring sosial memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan intensi berwirausaha hijau pada mahasiswa, karena hadirnya situs jejaring sosial sebagai platform yang dapat menyediakan akses kepada sumber daya yang diperlukan dalam membangun bisnis hijau.

3.4 Situs Jejaring Sosial dan Efikasi Diri

Hipotesis kedua yang diajukan oleh peneliti mengatakan bahwa situs jejaring sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efikasi diri. Namun dalam penelitian aktual, keputusan yang diambil berhubungan dengan hipotesis ini adalah untuk menolaknya. Dalam hipotesis kedua, peneliti menganalisis hubungan antara variabel independen yaitu situs jejaring

sosial dan variabel mediasi yaitu efikasi diri. Hipotesis kedua tidak diterima dikarenakan tidak memenuhi persyaratan yang ada. Nilai *t-statistic* yang ditemukan dalam hipotesis kedua adalah sebesar 0.837 yang kurang dari persyaratan yaitu *t-value* > 1.96. Selain itu, *p-value* yang ditemukan juga tidak memenuhi syarat yaitu kurang dari 0,05. Maka dari itu, hipotesis kedua tidak dapat diterima. Walaupun hasil pengujian pada hipotesis ini bertentangan dengan jurnal acuan serta hasil yang diduga, namun hal tersebut sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Surej & John (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa penggunaan situs jejaring sosial yang merupakan faktor sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efikasi diri seorang individu. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Bratkovič *et al.* (2012) juga menunjukkan bahwa penggunaan situs jejaring sosial memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap efikasi diri seorang individu yang dapat disebabkan oleh penggunaan situs jejaring sosial untuk tujuan lain yang tidak mendukung kemampuannya dalam melakukan suatu hal, di mana dalam penelitian ini berhubungan dengan aktivitas kewirausahaan hijau. Hal tersebut dapat dilihat dari profil responden dari penelitian ini, di mana 45.4% responden menggunakan situs jejaring sosial terutama sebagai platform komunikasi dan 28.83% menggunakan situs jejaring sosial terutama untuk mencari hiburan. Perbedaan hasil pengujian ini dengan jurnal acuan juga dapat disebabkan oleh perbedaan indikator yang digunakan dalam penelitian ini jika dibandingkan dengan jurnal acuan, di mana penelitian ini menggunakan indikator berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Liu *et al.* (2019) dan Wen *et al.* (2020). Terlebih lagi, penelitian ini dilakukan di daerah Jabodetabek dan memiliki lokasi penelitian yang berbeda dengan jurnal acuan yang dilakukan di Pakistan, sehingga menjadi salah satu faktor yang dapat menyebabkan perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian acuan.

3.5 Situs Jejaring Sosial dan Intensi Berwirausaha Hijau yang Dimediasi oleh Efikasi Diri

Hipotesis selanjutnya berbunyi “Terdapat pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh efikasi diri”. Hipotesis ketiga ini ditolak karena tidak memenuhi persyaratan dari uji hipotesis dalam pengujian efek tidak langsung. Dalam efek total, ditemukan bahwa *t-value* dari pengujian hipotesis ini sebesar 2.768, sehingga lebih besar daripada *critical value* penelitian ini, yaitu 1.96. Ditambah, *p-value* yang ditemukan kurang dari 0.05, yaitu sebesar 0.006. Namun dalam pengujian efek tidak langsung, ditemukan bahwa *t-value* sama dengan 0.317 dengan *p-value* sebesar 0.751, sehingga tidak memenuhi kriteria yang diberikan. Maka dari itu, keputusan yang diambil terhadap hipotesis yang ketiga adalah untuk menolaknya. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chen & He (2011), dan dijelaskan bahwa hal ini terjadi karena kurangnya tingkat pendidikan atau pelatihan kewirausahaan pada seorang individu, sehingga walaupun seorang individu menggunakan situs jejaring sosial dan mendapatkan kapital sosial atau informasi yang dapat mendukung aktivitas kewirausahaan hijau, hal tersebut tidak memberikan pengaruh mediasi antar efikasi diri individu tersebut terhadap intensinya dalam menjadi wirausahawan hijau. Selain itu, sebelumnya juga telah dijelaskan bahwa situs jejaring sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efikasi diri seorang individu. Dengan begitu efikasi diri juga tidak akan memiliki peran mediasi yang signifikan terhadap intensi berwirausaha hijau.

3.6 Situs Jejaring Sosial dan Kecenderungan Mengambil Risiko

Hipotesis keempat dari peneliti berbunyi, “Situs jejaring sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan mengambil risiko”. Namun seperti hipotesis yang kedua, hipotesis ini tidak mencapai kriteria yang ditentukan dari uji hipotesis dan tidak dapat diterima. Nilai *t-statistic* yang didapatkan dari pengujian hipotesis tersebut adalah sebesar 0.335 yang

kurang dari *critical value* dalam penelitian ini, yaitu sebesar 1.96. Sedangkan *p-value* yang didapatkan adalah sebesar 0.738, yaitu lebih besar dari kriteria yang ditentukan, yaitu kurang dari 0,05. Maka dari itu hipotesis ini tidak dapat diterima dan bertolak belakang dengan hasil penelitian jurnal acuan, namun sejalan dengan beberapa jurnal sebelumnya. Tidak terdapatnya pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial terhadap kecenderungan mengambil risiko terdapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Zhu & Liu (2021), yang menjelaskan bahwa hal tersebut disebabkan rendahnya tingkat kredibilitas suatu informasi yang berhubungan dengan perilaku risiko, sehingga tidak mempengaruhi kecenderungan seorang individu dalam mengambil risiko. Disisi lain penelitian yang dilakukan oleh Ebarido *et al.* (2020) beserta dengan Buchanan & Benson (2019) keduanya menjelaskan bahwa hal tersebut disebabkan oleh rendahnya tingkat kepercayaan seorang individu dalam hubungannya dengan individu lain dalam situs jejaring sosial, sehingga tidak akan mempengaruhi kecenderungan seorang individu untuk mengambil risiko walaupun saat individu lain dalam situs jejaring sosial individu tersebut memiliki persepsi risiko yang lebih tinggi dan melakukan tindakan yang berisiko. Bertolak belakangnya hasil pengujian pada hipotesis yang keempat ini dengan jurnal acuan dapat disebabkan oleh perbedaan indikator yang digunakan dalam penelitian ini jika dibandingkan dengan jurnal acuan, di mana penelitian ini menggunakan indikator berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Luc *et al.* (2021) dan Yusoff *et al.* (2021). Terlebih lagi, perbedaan lokasi penelitian menjadi salah satu faktor yang dapat menyebabkan perbedaan hasil penelitian ini dengan jurnal acuan, di mana penelitian ini dilakukan di daerah Jabodetabek dan penelitian acuan yang dilakukan di negara Pakistan.

3.7 Situs Jejaring Sosial dan Intensi Berwirausaha Hijau yang Dimediasi oleh Kecenderungan Mengambil Risiko

Hipotesis terakhir yang diajukan peneliti adalah “Terdapat pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh kecenderungan untuk mengambil resiko”. Keputusan yang diambil terhadap hipotesis terakhir ini juga untuk menolaknya, hal ini dikarenakan tidak terdapat efek tidak langsung yang signifikan. Dapat dilihat pada tabel 4.22 bahwa nilai *t-statistic* yang didapatkan lebih dari 1,96, yaitu sebesar 5,966. Sedangkan nilai *p-value* yang didapatkan dari pengujian adalah sebesar 0,000, sehingga memenuhi persyaratan yaitu $p\text{-value} < 0,05$. Namun dalam tabel 4.22 yang membahas efek tidak langsung, ditemukan bahwa nilai *t-statistic* sebesar 0.702 dengan *p-value* sebesar 0.483, sehingga tidak memenuhi kriteria yang diberikan. Maka dari itu, keputusan yang diambil terhadap hipotesis yang terakhir ini adalah untuk menolaknya. Agustina & Fauzia (2021) menjelaskan bahwa hal tersebut terjadi karena informasi yang didapatkan oleh seorang individu dari situs jejaring sosial tidak menjelaskan mengenai risiko dalam membangun sebuah bisnis hijau, ataupun rendahnya tingkat kepercayaan individu tersebut pada sumber informasi yang didapatkan dari penggunaan situs jejaring sosial (Buchanan & Benson, 2019). Terlebih lagi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara situs jejaring sosial terhadap kecenderungan mengambil risiko, sehingga variabel tersebut tidak akan memiliki peran mediasi yang signifikan dalam pengaruh situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menganalisis hubungan antara situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau, serta menganalisis peran variabel mediasi yaitu efikasi diri dan kecenderungan mengambil risiko terhadap meningkatnya intensi mahasiswa di daerah Jabodetabek untuk membangun bisnis hijau dan menjadi wirausahawan

hijau. Secara total, terdapat 163 tanggapan yang dikumpulkan dari responden yang dapat digunakan untuk analisis data menggunakan *software* SmartPLS 3. *Software* tersebut digunakan untuk melakukan analisis data dan menguji 5 hipotesis diajukan dengan 22 indikator yang digunakan, namun setelah melakukan uji kebaikan studi pendahuluan, terdapat 20 indikator yang dapat digunakan dalam penelitian aktual. Hasil analisis data pada penelitian aktual memperlihatkan bahwa sebanyak 1 hipotesis dari 5 yang diberikan diterima, sedangkan sebanyak 4 hipotesis dari 5 ditolak. Hasil dari hipotesis dijabarkan dalam kalimat di bawah ini:

1. H_1 : Situs jejaring sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha hijau
2. H_2 : Situs jejaring sosial *tidak* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efikasi diri.
3. H_3 : *Tidak* terdapat pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh efikasi diri
4. H_4 : Situs jejaring sosial *tidak* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan mengambil risiko.
5. H_5 : *Tidak* terdapat pengaruh yang signifikan antara situs jejaring sosial terhadap intensi berwirausaha hijau yang dimediasi oleh kecenderungan mengambil risiko.

Hasil dari penelitian ini memiliki kontribusi teoritikal terhadap literatur intensi berwirausaha hijau secara keseluruhan. Mengingat bahwa topik kewirausahaan hijau dan pembangunan ekonomi hijau merupakan hal yang disadari dan didukung oleh berbagai negara di seluruh dunia, mencari tahu dan meneliti faktor – faktor yang berpotensi untuk mempengaruhi intensi berwirausaha hijau menjadi hal yang penting. Penelitian ini menunjukkan bahwa situs jejaring sosial dapat dimanfaatkan sebagai platform untuk meningkatkan intensi berwirausaha hijau di kalangan mahasiswa Jabodetabek, demi meningkatkan angka wirausahawan hijau di Indonesia dan mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang hijau dan berkelanjutan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa situs jejaring sosial memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausaha hijau di kalangan mahasiswa di Jabodetabek. Maka dari itu, implikasi manajerial yang dapat diambil adalah bahwa bisnis dan perusahaan dapat berkontribusi dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang hijau tidak hanya dengan mengintegrasikan nilai – nilai ramah lingkungan dalam operasional bisnis ataupun produknya, namun juga dapat menyampaikannya kepada konsumen – konsumennya melalui situs jejaring sosial. Dengan begitu, konsumennya secara umum akan lebih sadar terhadap pentingnya pembangunan ekonomi hijau, dan pada generasi milenial secara spesifik dapat meningkatkan intensi mereka dalam berwirausaha hijau dan ikut berkontribusi dalam pembangunan ekonomi hijau.

Hasil penelitian ini juga membuka kesempatan bagi pihak lainnya seperti institusi pendidikan dan pemerintahan untuk dapat meningkatkan intensi berwirausaha hijau di kalangan mahasiswa dengan memanfaatkan situs jejaring sosial yang sudah sangat umum digunakan, Selain kontribusi pemerintahan dalam membangun infrastruktur yang dibutuhkan dalam mendukung bisnis hijau dan pengadaan pendidikan lingkungan oleh institusi pendidikan, kedua pihak tersebut dapat melihat situs jejaring sosial sebagai sarana yang kuat untuk meningkatkan kesadaran umum terhadap permasalahan lingkungan. Terlebih lagi dapat mempengaruhi intensi berwirausaha hijau pada kalangan mahasiswa dengan memanfaatkan kekuatan dari situs jejaring sosial untuk memberikan informasi serta meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap permasalahan lingkungan yang terjadi dan apa yang solusinya terhadap masalah tersebut, sehingga meningkatkan minat untuk berkontribusi secara positif pada perwujudan ekonomi hijau ataupun melihat peluang bisnis yang tidak hanya menciptakan *economic value*, namun juga *environmental value* serta *sosial value*.

5. REFERENSI

- Ahmad, S., Wasim, S., Irfan, S., Gogoi, S., Srivastava, A., & Farheen, Z. (2019). Qualitative v/s. Quantitative Research- A Summarized Review. *Journal of Evidence Based Medicine and Healthcare*, 6(43), 2828–2832. <https://doi.org/10.18410/jebmh/2019/587>
- Ahmed, I., Qazi, T. F., & Shaista, J. (2011). Self-Efficacy: The Predictor of Educational Performance among University Students. *Information Management and Business Review*, 16(22), 119–128.
- Ajjan, H., Fabian, F., Tomczyk, D., & Hattab, H. (2015). Social Media Use to Support Entrepreneurship in the Face of Disruption. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 20(3), 1–27. <https://doi.org/10.1142/S1084946715500144>
- Akhtar, M. I. (2016). Research Design. *Research in Social Science: Interdisciplinary Perspectives*, 68–84. https://www.researchgate.net/publication/308915548_Research_Design
- Alvarez-Risco, A., Młodzianowska, S., García-Ibarra, V., Rosen, M. A., & Del-Aguila-Arcentales, S. (2021). Factors affecting green entrepreneurship intentions in business university students in covid-19 pandemic times: Case of ecuador. *Sustainability (Switzerland)*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/su13116447>
- Amankwah, J., & Sesen, H. (2021). On the relation between green entrepreneurship intention and behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13). <https://doi.org/10.3390/su13137474>
- Antonicic, J. A., Antonicic, B., Gantar, M., Hisrich, R. D., Marks, L. J., Bachkirov, A. A., Li, Z., Polzin, P., Borges, J. L., Coelho, A., & Kakkonen, M.-L. (2018). Risk-Taking Propensity and Entrepreneurship: The Role of Power Distance. *Journal of Enterprising Culture*, 26(01), 1–26. <https://doi.org/10.1142/s0218495818500012>
- Baciu, E. L., Virga, D., & Lazăr, T. A. (2020). What characteristics help entrepreneurs “make it” early on in their entrepreneurial careers? Findings of a regional study from Romania. *Sustainability (Switzerland)*, 12(12). <https://doi.org/10.3390/su12125028>
- Bappenas. (2019). Low Carbon Development : A Paradigm Shift Towards a Green Economy in Indonesia. *National Development Planning Agency (Bappenas)*, 162. <https://www.bappenas.go.id/id/berita-dan-siaran-pers/pembangunan-rendah-karbon-pergeseranparadigma-menuju-ekonomi-hijau-di-indonesia/>
- Bibri, S. E. (2014). The Potential Catalytic Role of Green Entrepreneurship – Technological Eco – Innovations and Ecopreneurs’ Acts – in the Structural Transformation to a Low – Carbon or Green Economy : A Foucauldian Discursive Approach. *Department of Business Administration Luns University*, 1–61. <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=4390551&fileId=4390552>
- Biswas, A., & Roy, M. (2014). Impact of Social Medium on Green Choice Behavior. *Journal of Marketing Management*, 2(2), 95–111. <http://dx.doi.org/10.12720/joams.4.2.92-97>
- Boahene, K. O., Fang, J., & Sampong, F. (2019). Social media usage and tertiary students’ academic performance: Examining the influences of academic self-efficacy and innovation characteristics. *Sustainability (Switzerland)*, 11(8), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su11082431>
- Cai, W., Gu, J., & Wu, J. (2021). How entrepreneurship education and social capital promote nascent entrepreneurial behaviours: The mediating roles of entrepreneurial passion and self-efficacy. *Sustainability (Switzerland)*, 13(20). <https://doi.org/10.3390/su132011158>
- Chyung, S. Y. Y., Roberts, K., Swanson, I., & Hankinson, A. (2017). Evidence-Based Survey

- Design: The Use of a Midpoint on the Likert Scale. *Performance Improvement*, 56(10), 15–23. <https://doi.org/10.1002/pfi.21727>
- Dalati, S. (2018). Measurement and Measurement Scales. In *Modernizing the Academic Teaching and Research Environment* (Issue May, pp. 79–96). https://doi.org/10.1007/978-3-319-74173-4_5
- Danso, A., Adomako, S., Damoah, J. O., & Uddin, M. (2016). Risk-taking Propensity, Managerial Network Ties and Firm Performance in an Emerging Economy. *The Journal of Entrepreneurship*, 25(2), 155–183. <https://doi.org/10.1177/0971355716650367>
- Demirel, P., Li, Q. C., Rentocchini, F., & Tamvada, J. P. (2019). Born to be green: new insights into the economics and management of green entrepreneurship. *Small Business Economics*, 52(4), 759–771. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9933-z>
- Fatoki, O. (2020). Determinants of Sustainability-Oriented Entrepreneurial Intentions of University Students. *Southern African Business Review*, 24. <https://doi.org/10.25159/1998-8125/7795>
- Gangloff, B., & Mazilescu, C. A. (2017). Normative characteristics of perceived self-efficacy. *Social Sciences*, 6(4). <https://doi.org/10.3390/socsci6040139>
- García-Granero, A., Llopis, Ó., Fernández-Mesa, A., & Alegre, J. (2015). Unraveling the link between managerial risk-taking and innovation: The mediating role of a risk-taking climate. *Journal of Business Research*, 68(5), 1094–1104. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.10.012>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Hu, S., Gu, J., & Zhang, S. (2017). 社交媒体分为两类 Social Media Usage, Self-efficacy and Cultural Intelligence: A Longitudinal Empirical Research in China. *Sixteenth Wuhan International Conference on E-Business – Social Media in the Workplace*, 260–271. <http://aisel.aisnet.org/whiceb2017/40>
- Hussain, I., Nazir, M., Hashmi, S. B., Di Vaio, A., Shaheen, I., Waseem, M. A., & Arshad, A. (2021). Green and sustainable entrepreneurial intentions: A mediation-moderation perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 13(15), 1–13. <https://doi.org/10.3390/su13158627>
- Josef, A. K., Richter, D., Samanez-Larkin, G. R., Wagner, G. G., Hertwig, R., & Mata, R. (2016). Stability and change in risk-taking propensity across the adult life span. *Journal of Personality and Social Psychology*, 111(3), 430–450. <https://doi.org/10.1037/pspp0000090>
- Kabiamawe, A., Jimi-Oni, M., Essien, S., & Ajibola, M. O. (2018). Green Entrepreneurship : An Opportunity for Entrepreneurial Development in Nigeria. *Covenant Journal of Entrepreneurship (CJoE)*, 1(1), 1–14. <https://journals.covenantuniversity.edu.ng/index.php/cjoese/article/download/825/557>
- Kivunja, C., & Kuyini, A. B. (2017). Understanding and Applying Research Paradigms in Educational Contexts. *International Journal of Higher Education*, 6(5), 26. <https://doi.org/10.5430/ijhe.v6n5p26>
- Kumara, B. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(4), 806–820. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/3533>
- Loon, C. W., & Nordin, N. (2019). *Investigating the Determinants of Green Entrepreneurial Intention: A Conceptual Model*. 87–92. <https://doi.org/10.5220/0008488600870092>
- Lotfi, M., Yousefi, A., & Jafari, S. (2018). The effect of emerging green market on green

- entrepreneurship and sustainable development in knowledge-based companies. *Sustainability (Switzerland)*, 10(7). <https://doi.org/10.3390/su10072308>
- Munshi, S. A., Mostafa, M. G., & Alam, M. M. (2018). Uses of social networking sites among postgraduate students at university of Rajshahi, Bangladesh: A study. *DESIDOC Journal of Library and Information Technology*, 38(1), 34–40. <https://doi.org/10.14429/djlit.38.1.11466>
- Muo, I., & Azeez, A. A. (2019). Green Entrepreneurship: Literature Review and Agenda for Future Research. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 7(2), 17–29. <https://doi.org/10.37335/ijek.v7i2.90>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110(October 2017), 403–419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Olanrewaju, A. S. T., Hossain, M. A., Whiteside, N., & Mercieca, P. (2020). Social media and entrepreneurship research: A literature review. *International Journal of Information Management*, 50(November 2018), 90–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.011>
- Oluwadamilola, A. (2016). Impact of Social Network on Society : A Case Study of Abuja. *American Scientific Research Journal for Engineering, Technology, and Sciences. ASRJETS*, 21, 1–17.
- Peng, H., Li, B., Zhou, C., & Sadowski, M. (2021). How does the appeal of environmental values influence sustainable entrepreneurial intention? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(3), 1–25. <https://doi.org/10.3390/ijerph18031070>
- Polas, M. R. H., Hossain, M. I., Tabash, M. I., Karim, A. M., Dad, A., & Ong, T. S. (2020). Does Green Entrepreneurial Intention Persuade an Individual to Contribute to the Sustainable Green Economy? *Talent Development & Excellence*, 12(2), 1142–1157. <http://www.iratde.com>
- Qazi, W., Qureshi, J. A., Raza, S. A., Khan, K. A., & Qureshi, M. A. (2020). Impact of personality traits and university green entrepreneurial support on students' green entrepreneurial intentions: the moderating role of environmental values. *Journal of Applied Research in Higher Education*, October. <https://doi.org/10.1108/JARHE-05-2020-0130>
- Rahi, S. (2017). Research Design and Methods: A Systematic Review of Research Paradigms, Sampling Issues and Instruments Development. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 06(02). <https://doi.org/10.4172/2162-6359.1000403>
- Salmony, F. U., & Kanbach, D. K. (2021). Personality trait differences across types of entrepreneurs: a systematic literature review. In *Review of Managerial Science* (Issue 0123456789). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00466-9>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. 7th Edition. In *Chichester, West Sussex, United Kingdom*. John Wiley & Sons.
- Shaheen, N., & Al-haddad, S. (2018). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial behavior. *International Journal of Development and Sustainability*, 7(10), 2385–2402. https://www.researchgate.net/publication/330006170_Entrepreneurial_self-efficacy_and_entrepreneurial_behavior
- Singh, V., Goyal, R., & Wu, S. (2018). Riskalyzer: Inferring Individual Risk-Taking Propensity Using Phone Metadata. *Proceedings of the ACM on Interactive, Mobile, Wearable and*

- Ubiquitous Technologies*, 2(1), 1–21. <https://doi.org/10.1145/3191766>
- Soomro, R. B., Mirani, I. A., Sajid Ali, M., & Marvi, S. (2020). Exploring the green purchasing behavior of young generation in Pakistan: opportunities for green entrepreneurship. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(3), 289–302. <https://doi.org/10.1108/apjie-12-2019-0093>
- Stoyanova, K., & Björling, M. W. (2017). Exploring the link between social media and graduate entrepreneurship. *Business Administration*. <http://hj.diva-portal.org/smash/get/diva2:1105923/FULLTEXT01.pdf>
- Turan, M., & Kara, A. (2018). Online social media usage behavior of entrepreneurs in an emerging market: Reasons, expected benefits and intentions. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 20(2), 273–291. <https://doi.org/10.1108/JRME-09-2016-0034>
- Vannucci, A., Simpson, E. G., Gagnon, S., & Ohannessian, C. M. C. (2020). Social media use and risky behaviors in adolescents: A meta-analysis. *Journal of Adolescence*, 79(March 2019), 258–274. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2020.01.014>
- Vente, T., Daley, M., Killmeyer, E., & Grubb, L. K. (2020). Association of social media use and high-risk behaviors in adolescents: Cross-sectional study. *JMIR Pediatrics and Parenting*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.2196/18043>
- Wei, J., Chen, Y., Zhang, Y., & Zhang, J. (2020). How Does Entrepreneurial Self-Efficacy Influence Innovation Behavior? Exploring the Mechanism of Job Satisfaction and Zhongyong Thinking. *Frontiers in Psychology*, 11(May), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00708>
- Wibowo, A., Chen, S. C., Wiangin, U., Ma, Y., & Ruangkanjanases, A. (2021). Customer behavior as an outcome of social media marketing: The role of social media marketing activity and customer experience. *Sustainability (Switzerland)*, 13(1), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13010189>
- Williams, K., Page, R., & Petrosky, A. (2014). Green sustainability and media. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 9(1/2), 11. https://www.researchgate.net/publication/266732787_Green_Sustainability_and_New_Social_Media
- Yacub, R., Herlina, H., & Himawan, I. S. (2021). The Effects of Sustainability Orientation, Sustainability Education, and Risk Perception Towards Green Entrepreneurship Among Young Generations. *Proceedings of the Ninth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2020)*, 174(Icebm 2020), 538–545. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210507.080>
- Yasir, N., Mahmood, N., Mehmood, H. S., Babar, M., Irfan, M., & Liren, A. (2021). Impact of environmental, social values and the consideration of future consequences for the development of a sustainable entrepreneurial intention. *Sustainability (Switzerland)*, 13(5), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su13052648>
- Yue, B., Sheng, G., She, S., & Xu, J. (2020). Impact of consumer environmental responsibility on green consumption behavior in China: The role of environmental concern and price sensitivity. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su12052074>
- Zeng, S., Qin, Y., & Zeng, G. (2019). Impact of corporate environmental responsibility on investment efficiency: The moderating roles of the institutional environment and consumer environmental awareness. *Sustainability (Switzerland)*, 11(17), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su11174512>