

INOVASI DIGITAL: PEMICU INTENSI WIRAUSAHA MAHASISWA UNIVERSITAS JAMBI

Oleh: ¹⁾Heriyani, Program Studi D3 Perpajakan, FEB Universitas Jambi
Sahara, Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Jambi
Dahlia, Program Studi D3 Perpajakan, FEB Universitas Jambi

Email : ¹⁾heriyani@unja.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kreativitas, literasi digital, dan *self efficacy* terhadap intensi wirausaha mahasiswa Universitas Jambi. Dengan pendekatan kuantitatif menggunakan metode survei, penelitian ini melibatkan 100 responden yang diambil dari populasi mahasiswa aktif dengan teknik *purposive sampling*. Pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 25 dengan alat analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas, literasi digital, dan *self efficacy* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha mahasiswa Universitas Jambi, sedangkan hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa kreativitas, literasi digital, dan *self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap intensi mahasiswa. Hasil uji R² menunjukkan bahwa kreatifitas, literasi digital dan *self-efficacy* berpengaruh terhadap intensi wirausaha sebesar 88,60%, sedangkan sisanya 11,40% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata kunci: kreativitas, literasi digital, self efficacy, intensi wirausaha

Abstract

This study was designed to analyze the effect of creativity, digital literacy, and self-efficacy on the entrepreneurial intentions of Jambi University students. With a quantitative approach using the survey method, this study involved 100 respondents taken from the active student population using a purposive sampling technique. Hypothesis testing used SPSS 25 with multiple linear regression analysis tools. The results showed that creativity, digital literacy, and self-efficacy partially had a significant effect on the entrepreneurial intentions of Jambi University students. In contrast, the results of simultaneous testing showed that creativity, digital literacy, and self-efficacy had a significant effect on student intentions. The R² test results showed that creativity, digital literacy, and self-efficacy affect entrepreneurial intentions by 88.60%, while other variables explained the remaining 11.40%.

Keywords: creativity, digital literacy, self-efficacy, entrepreneurial intention

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat membawa perubahan signifikan di berbagai bidang, termasuk kewirausahaan. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda yang adaptif terhadap teknologi, memiliki akses yang lebih mudah terhadap informasi, platform bisnis, dan alat digital yang

memungkinkan mereka untuk berinovasi dalam memulai usaha. Mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan untuk memulai semangat kewirausahaan (Nabila et al. 2016). Inovasi digital yang mencakup berbagai aspek seperti *e-commerce*, media sosial, aplikasi mobile, dan kecerdasan buatan, membuka peluang baru yang tidak hanya menurunkan

hambatan dalam memulai bisnis tetapi juga meningkatkan intensi mahasiswa untuk terjun ke dunia wirausaha (Galloway and Kelly 2006).

Berdasarkan data BPS menunjukkan bahwa hampir 10 juta Gen Z menganggur, tidak sekolah, tidak bekerja, atau tidak mengikuti pelatihan. Pada Agustus 2023, dari 44,4 juta penduduk Indonesia usia 15 hingga 24 tahun, sekitar 22,5%, atau 9,8 juta, termasuk dalam kategori NEET, atau penduduk usia muda tanpa kegiatan. Oleh karena itu, salah satu solusi strategis untuk mengatasi masalah ini adalah mendorong mahasiswa untuk memiliki semangat wirausaha. Meskipun mahasiswa memiliki potensi besar untuk menjadi wirausaha, beberapa penelitian menunjukkan bahwa banyak mahasiswa lebih memilih bekerja untuk perusahaan besar atau lembaga pemerintah setelah lulus (Ranga et al. 2019). Hal ini disebabkan oleh sejumlah faktor, termasuk kurangnya pengetahuan dan keterampilan bisnis, tidak ada dukungan lingkungan, serta risiko dan ketidakpastian yang tinggi dalam lingkungan bisnis, menunjukkan bahwa pemahaman yang lebih mendalam tentang komponen yang mempengaruhi intensitas usaha mahasiswa (Mustaqim 2017).

Perguruan tinggi mempunyai peran yang sangat strategis dalam menumbuhkan kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan

tinggi tidak hanya berfungsi sebagai tempat menimba ilmu, namun juga sebagai tempat mendidik generasi muda agar kreatif, inovatif dan mandiri (Ranga et al. 2019). Dengan menawarkan pendidikan kewirausahaan, Universitas Jambi membekali mahasiswa dengan keterampilan dan pengetahuan yang mereka butuhkan untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka sendiri.

Mahasiswa yang ingin memulai bisnis harus mampu beradaptasi dengan cepat dan menghadirkan ide-ide bisnis yang inovatif serta solusi yang relevan dengan kebutuhan pasar. Selain itu, keterbatasan modal, kurangnya pengalaman, dan ketidakpastian ekonomi juga menjadi kendala yang sering dihadapi oleh para mahasiswa Universitas Jambi.

Intensi berwirausaha (Literacy 2023) merupakan proses bagaimana seorang individu membentuk niat atau tekad untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. Teori ini berupaya menjelaskan faktor internal (psikologis, sosial) dan eksternal (ekonomi, lingkungan, budaya) yang mempengaruhi terbentuknya niat berwirausaha dan pada akhirnya mengarah pada tindakan mendirikan dan menjalankan usaha. (Hasanah, Abdurahman, and Murniningsih 2024) Faktor utama yang mendorong intensi wirausaha adalah motivasi intrinsik mahasiswa, seperti keinginan untuk mandiri, mengambil risiko, dan mengimplementasikan ide-ide kreatif.

Mahasiswa sering kali memiliki semangat yang tinggi untuk berinovasi dan menciptakan sesuatu yang baru. Selain itu, pengalaman praktis dan teori yang didapat selama masa kuliah juga turut membentuk pola pikir dan kemampuan mahasiswa dalam mengenali peluang bisnis serta mengelola sumber daya dengan efektif.

Berdasarkan penelitian salah satu aspek untuk memunculkan intensi berwirausaha mahasiswa adalah dengan seseorang yang mempunyai kreativitas dan literasi digital yang baik (Fiorentina and Rindrayani 2022). Di kalangan mahasiswa, inovasi digital tidak hanya menyediakan akses yang lebih luas terhadap informasi dan sumber daya, tetapi juga membuka peluang untuk berinovasi dan menciptakan bisnis baru (Silalahi and Sahara 2023). Seiring dengan kemajuan teknologi, keterampilan dan pengetahuan digital menjadi semakin penting dalam mengembangkan ide-ide kreatif dan memulai usaha baru. (Natalia and Rodhiah 2019).

Kreativitas adalah kemampuan seseorang dalam menghasilkan ide-ide baru dan solusi inovatif yang mana menjadi dasar dalam menciptakan usaha baru (Luthfianda et al. 2024). Mahasiswa yang memiliki kreativitas tinggi cenderung lebih mampu melihat peluang bisnis yang unik dan belum tergarap oleh orang lain. Dalam konteks kewirausahaan, kreativitas tidak hanya mencakup ide produk atau jasa, tetapi juga mencakup cara baru dalam menjalankan bisnis, strategi pemasaran, serta inovasi dalam

menghadapi tantangan pasar. Berdasarkan penelitian (Business 2023) bahwa kreativitas dalam mengembangkan wirausaha sangat berpengaruh bagi mahasiswa untuk meningkatkan keinginan wirausaha dalam membuka usaha untuk mencapai kesejahteraan hidupnya, dengan demikian, kreativitas menjadi salah satu pendorong utama intensi wirausaha karena memungkinkan mahasiswa untuk merancang dan mengimplementasikan ide bisnis yang berbeda dan menarik.

Selain kreativitas, *self-efficacy* atau keyakinan diri juga memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi niat wirausaha mahasiswa. *Self-efficacy* merujuk pada kepercayaan seseorang terhadap kemampuannya untuk berhasil menyelesaikan tugas tertentu, termasuk dalam menjalankan usaha (Galloway and Kelly 2006). Mahasiswa yang memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi cenderung lebih berani mengambil risiko, percaya diri dalam menghadapi tantangan, dan lebih gigih dalam mewujudkan ide wirausahanya. Sebaliknya, rendahnya *self-efficacy* dapat menjadi hambatan dalam mengambil keputusan untuk memulai usaha.

Di sisi lain, literasi digital menjadi semakin relevan di tengah perkembangan teknologi informasi yang terus berkembang. Kemampuan literasi digital, yang mencakup pemahaman terhadap penggunaan teknologi digital, *platform online*, dan strategi pemasaran digital, memainkan peran penting dalam meningkatkan kesiapan mahasiswa untuk terjun ke dunia wirausaha (Nanda and

Sudiana 2022). Mahasiswa yang memiliki literasi digital yang baik akan lebih mudah memanfaatkan peluang bisnis yang tersedia secara online, seperti *e-commerce* dan pemasaran digital, yang dapat membantu mereka memaksimalkan potensi usaha mereka.

Ketiga faktor ini, yakni kreativitas, *self-efficacy*, dan literasi digital, saling terkait dalam membentuk intensi mahasiswa untuk berwirausaha. Mahasiswa yang kreatif, percaya diri, dan melek digital memiliki potensi lebih besar untuk tidak hanya memulai usaha, tetapi juga mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan. Dengan demikian, memahami pengaruh ketiga faktor ini dapat membantu institusi pendidikan dan pihak terkait untuk merancang program pengembangan kewirausahaan yang lebih efektif, serta mendukung terciptanya wirausaha-wirausaha muda yang sukses di masa depan (Asni and Dkk 2020). Dengan demikian, teknologi digital berperan sebagai motivasi dalam proses pembelajaran dan eksperimen wirausaha di kalangan mahasiswa khususnya di Universitas Jambi.

Namun, meskipun potensi inovasi digital dalam mendorong intensi kewirausahaan cukup besar, belum banyak penelitian yang secara spesifik meneliti bagaimana mahasiswa di Universitas Jambi merespons perkembangan ini. Apakah inovasi digital benar-benar menjadi pemicu utama intensi wirausaha di kalangan mahasiswa

Intensi wirausaha pada mahasiswa menjadi kajian yang menarik dalam membentuk wirausahawan muda yang kreatif dan mandiri. Melihat fenomena di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kreativitas, literasi digital, dan *self efficacy* terhadap intensi wirausaha mahasiswa Universitas Jambi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kreatifitas, literasi digital, *self-efficacy* terhadap intensi wirausaha mahasiswa Universitas Jambi, maka desain penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yakni mahasiswa yang sudah mengikuti mata kuliah kewirausahaan, dan minimal berada di semester 5. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang pengukurannya menggunakan skala *likert* dan disebarkan dengan menggunakan *google form* kepada mahasiswa yang berjumlah 100 responden. Variabel dalam penelitian ini adalah kreatifitas, literasi digital, *self-efficacy* sebagai variabel independen dan intensi wirausaha sebagai variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Instrumen kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan. Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS dengan kriteria uji bila *correlated item – total correlation* besar dibandingkan dengan 0,3 maka data menggunakan konstruk yang kuat (valid). Uji validitas menghasilkan nilai korelasi antar item lebih dari 0,3 yaitu 0,839, menunjukkan bahwa setiap item dalam kuesioner valid untuk mengukur variabel yang diteliti.

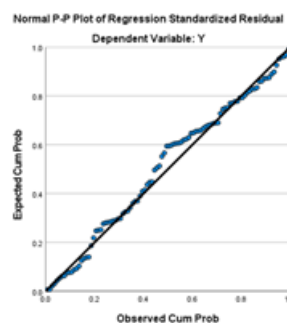
2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha* yang mencapai 0,962, mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi dan dapat diandalkan untuk penelitian ini, suatu instrumen dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* > 0,600 (Sugiyono, 2008).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas terhadap variabel variabel yang mempengaruhi intensi wirausaha mahasiswa menunjukkan titik impas secara grafis dalam diagram P-P pada gambar di bawah ini.

Normal P-P Plot pada gambar menunjukkan bahwa titik-titik residual terdistribusi cukup dekat dengan garis diagonal, yang menandakan bahwa residual dari model regresi berdistribusi secara normal.



Sumber : Diolah oleh peneliti (2024)

Gambar 1. Grafik Normalitas Data

Kesesuaian ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas residual terpenuhi, yang merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi. Dengan terpenuhinya asumsi ini, model regresi dapat diandalkan, dan hasil analisis statistiknya memiliki validitas yang lebih kuat untuk pengambilan keputusan atau inferensi lebih lanjut.

4. Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.622	5.273		7.135	.000
	Kreativitas	.194	.090	.198	2.142	.035
	Literasi digital	.036	.084	.040	4.024	.000
	Self-efficacy	.362	.089	.381	4.083	.000

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat dilihat bahwa kreativitas secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha dimana nilai sig < α yaitu 0,035 < 0,05. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima. Sedangkan Literasi digital secara parsial berpengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha dimana nilai sig < α yaitu 0,00 < 0,05. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima. Untuk variabel ketiga adalah

self-efficacy dari hasil penelitian di dapatkan secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha dimana nilai $sig < \alpha$ yaitu $0,00 < 0,05$. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima.

5. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	276.436	3	92.145	7.325	.000 ^b
	Residual	1207.674	96	12.580		
	Total	1484.110	99			

a. Dependent Variable: Intensi wirausaha

b. Predictors: (Constant), kreativitas, literasi digital, self-efficacy

Berdasarkan tabel hasil uji F di atas, nilai F diperoleh sebesar 7,325 dengan tingkat signifikan 0,000. Tingkat signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen (kreatifitas, literasi digital dan *self-efficacy*) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Intensi wirausaha).

6. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 ^a	.886	.874	3.54682

a. Predictors: (Constant), kreativitas, literasi digital, self-efficacy

b. Dependent Variable: Intensi wirausaha

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R square*) yang diperoleh sebesar 0,886 atau 88,60% yang artinya variabel independen (kreatifitas, literasi digital dan *self-efficacy*) dapat menjelaskan variabel dependen

(intensi wirausaha) sebesar 88,60%, sedangkan sisanya 11,40% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Kreativitas Terhadap Intensi Wirausaha Mahasiswa Universitas Jambi

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kreativitas terhadap intensi wirausaha mahasiswa, yang dibuktikan dengan uji t hitung diperoleh sebesar 2,142 dengan tarif signifikan hasil sebesar 0,035 lebih kecil dari 0,05 dengan demikian (H_1). Semakin tinggi tingkat kreativitas seseorang, semakin besar kecenderungan mereka untuk memiliki niat memulai usaha.

Kreativitas mendorong individu untuk berpikir inovatif, menemukan peluang, dan mengembangkan ide-ide unik yang dapat diimplementasikan dalam bisnis (Harsono, 2023). Mahasiswa yang memiliki kreativitas tinggi cenderung lebih berani mengambil risiko, mampu melihat peluang dalam tantangan, dan lebih percaya diri dalam merealisasikan ide bisnis mereka. Dengan demikian, kreativitas terbukti menjadi salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan intensi wirausaha, khususnya di kalangan generasi muda.

2. Pengaruh Literasi Digital Terhadap Intensi Wirausaha Mahasiswa Universitas Jambi

Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan bahwa secara parsial literasi digital berpengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha. Dapat dibuktikan dari hasil uji t hitung sebesar 4,024 dengan taraf signifikan hasil sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005 dengan H_a diterima dan H_0 ditolak.

Mahasiswa dengan literasi digital yang tinggi cenderung lebih tertarik untuk terjun ke dunia wirausaha karena kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi, *platform digital*, dan media sosial untuk mengembangkan dan mempromosikan bisnis. Literasi digital memungkinkan mereka untuk memahami cara kerja pasar digital, berinovasi dalam strategi pemasaran, dan menjangkau pelanggan lebih luas dengan efisien. Jadi literasi digital terbukti menjadi faktor penting yang mendorong intensi wirausaha, terutama di era yang serba digital ini.

3. Pengaruh *Self Efficacy* Terhadap Intensi Wirausaha Mahasiswa Universitas Jambi

Hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan secara parsial terdapat pengaruh *self efficacy* terhadap intensi wirausaha dengan hasil t hitung sebesar 4,083 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005 dengan (H3) diterima.

Individu dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi cenderung lebih percaya diri dalam kemampuan mereka untuk mengatasi

tantangan, mengambil keputusan, dan mencapai tujuan yang diperlukan dalam memulai dan menjalankan usaha (Chen, 2011). Mahasiswa yang memiliki keyakinan diri yang tinggi dalam keterampilan kewirausahaan mereka lebih mungkin untuk memiliki niat kuat dalam berwirausaha, karena mereka merasa mampu menghadapi risiko dan tanggung jawab yang ada. *Self-efficacy* yang tinggi tidak hanya mendorong keberanian untuk memulai usaha, tetapi juga memotivasi individu untuk terus belajar dan beradaptasi, sehingga intensi wirausaha meningkat secara signifikan.

4. Pengaruh Kreativitas, Literasi Digital dan *Self Efficacy* Terhadap Intensi Wirausaha Mahasiswa Universitas Jambi

Hasil penelitian hipotesis (H4) menunjukkan bahwa variabel kreativitas, literasi digital dan *self efficacy* terhadap Intensi wirausaha mahasiswa Universitas Jambi secara simultan yang ditunjukkan dari nilai F hitung sebesar 7,325 dengan F tabel 2,697. F hitung lebih besar dari F tabel dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 artinya bahwa kreativitas, literasi digital, dan *self-efficacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha. Kreativitas mendorong individu untuk menghasilkan ide-ide inovatif dan melihat peluang bisnis yang unik, sehingga meningkatkan minat mereka untuk memulai usaha.

Literasi digital memainkan peran penting dalam membantu calon wirausaha

memahami dan memanfaatkan teknologi untuk menjalankan bisnis secara efisien, terutama dalam pemasaran dan pengelolaan usaha di dunia digital (Az-zahra, 2021). Selain itu, *self-efficacy* atau keyakinan diri memperkuat kepercayaan individu dalam kemampuan mereka untuk mengatasi tantangan dan risiko yang ada dalam kewirausahaan. Ketiga faktor ini, baik secara individu maupun bersama-sama, meningkatkan intensi wirausaha mahasiswa dengan mendorong mereka untuk lebih percaya diri, adaptif, dan inovatif dalam menghadapi dunia bisnis yang dinamis.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uji maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kreativitas, literasi digital, dan *self-efficacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha di kalangan mahasiswa. Baik Kreativitas, Literasi digital dan *Self-efficacy* atau keyakinan diri memainkan peran penting dalam memberikan kepercayaan pada kemampuan mereka untuk mengatasi tantangan bisnis, yang memperkuat niat untuk terjun ke dunia kewirausahaan. Ketiga faktor ini, baik secara individual maupun bersamaan, berkontribusi dalam mendorong intensi wirausaha, menjadikan mahasiswa lebih siap, percaya diri, dan adaptif dalam menghadapi dinamika dunia bisnis.

Saran

Bagi institusi pendidikan dapat menyediakan program atau workshop yang fokus pada pengembangan kreativitas, khususnya dalam menciptakan ide bisnis yang inovatif. *Self-efficacy* mahasiswa juga dapat ditingkatkan melalui program mentoring dan inkubasi bisnis, di mana bimbingan dari praktisi berpengalaman dapat memberikan dukungan dalam mengatasi tantangan awal dalam kewirausahaan. Kolaborasi dengan industri, seperti magang di perusahaan *startup*, akan memberi mahasiswa pengalaman praktis mengenai tantangan bisnis yang nyata. Untuk peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel moderasi, seperti dukungan sosial, pengalaman kerja, atau akses terhadap sumber daya finansial, yang mungkin juga mempengaruhi intensi wirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Asni, Aulia Nur, and Dkk. 2020. "Enterpreneurship Literacy, Digital Literacy, Business Continuty." *Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar* 29.
- Business, Applied. 2023. "No Title." 9(4):408–19.
- Fiorentina, Amalia, and Sulastri Rini Rindrayani. 2022. "Pengaruh Literasi Digital Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business." 6(2):304–16. doi: 10.29408/jpek.v6i2.6681.
- Galloway, Laura, and Stephen Kelly. 2006. "Identifying Entrepreneurial Potential in Students." (January):1–20.
- Hasanah, Ulfah, Refananda Dwintama Abdurahman, and Rochiyati

- Murniningsih. 2024. "Literasi Digital , Adversity Quotient Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa." 125–37.
- Literacy, Digital. 2023. "International Journal Administration Business and Organization." 4(2012):16–22.
- Luthfianda, Naufal, Armida Silvia, Departemen Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, and Universitas Negeri. 2024. "Pengaruh Kreativitas Dan Family Background Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa." 7(2):299–310.
- Mustaqim, Muhamad. 2017. "Membangun Intensi Wirausaha Mahasiswa : Studi Pada Mahasiswa Prodi MBS Dan ES STAIN Kudus." 5:134–49.
- Nabila, Sylvia, Azwa Ambad, Dayang Haryani, and Diana Ag. 2016. "Determinants of Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students in Malaysia." *Procedia Economics and Finance* 37(16):108–14. doi: 10.1016/S2212-5671(16)30100-9.
- Nanda, Aulia Dwi, and Kiki Sudiana. 2022. "Pengaruh Digital Literacy Dan Locus of Control Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Telkom." *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 7(1):49. doi: 10.33087/jmas.v7i1.366.
- Natalia, Cindy, and Rodhiah Rodhiah. 2019. "Pengaruh Kreativitas, Edukasi Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Dalam Generasi Z." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 1(2):164. doi: 10.24912/jmk.v1i2.5075.
- Ranga, Vivek, R. Raghunath Reddy, Deepal N. Perera, and P. Venkateswarlu. 2019. "Influence of Specialization on Entrepreneurial Intentions of the Students Pursuing Management Program." 336–47. doi: 10.4236/tel.2019.92025.
- Silalahi, Rudi Yanto Batara, and Sahara Sahara. 2023. "Student Entrepreneurial Interest Entrepreneurial Knowledge and Social Media Usage." *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 7(2):5833–41. doi: 10.33487/edumaspul.v7i2.7451.