

Peran kapabilitas inovasi sebagai mediator antara pendidikan kewirausahaan, kewirausahaan digital, dan niat berwirausaha

Rizma Junia Putri

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
Jl. Jendral Sudirman No. 51, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12930, Indonesia
rizmajuniaputri@gmail.com

Rakhdiny Sustaningrum*

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
Jl. Jendral Sudirman No. 51, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12930, Indonesia
rakhdiny.s@atmajaya.ac.id

*Penulis Korespondensi

Submitted: May 28, 2025; Reviewed: May 30, 2025; Accepted: Sep 24, 2025

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan dan kewirausahaan digital terhadap niat berwirausaha mahasiswa, dengan kapabilitas inovasi sebagai variabel mediasi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui survei online kepada para mahasiswa yang telah mengikuti mata kuliah atau pelatihan kewirausahaan. Analisis data dilakukan menggunakan teknik Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi, yang selanjutnya berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha. Namun, kewirausahaan digital tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi. Kapabilitas inovasi memediasi hubungan kausal antara pendidikan kewirausahaan dan niat berwirausaha, tetapi tidak memediasi hubungan kausal antara kewirausahaan digital dan niat berwirausaha. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada integrasi kapabilitas inovasi sebagai mediator, serta penyesuaian model pada para mahasiswa Indonesia. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya pembelajaran kewirausahaan berbasis inovasi dan literasi digital untuk membentuk wirausaha muda yang adaptif dan kompetitif.

Kata kunci: intensi berwirausaha; kapasitas inovasi; kewirausahaan digital; pendidikan kewirausahaan

The role of innovation capability as a mediator between entrepreneurship education, digital entrepreneurship, and entrepreneurial intention

Abstract: This study aims to investigate the impact of entrepreneurship education and digital entrepreneurship on students' entrepreneurial intentions, with innovation capability serving as a mediating variable. A quantitative approach was used through an online survey of Indonesian university students who had taken entrepreneurship courses or training. Data were analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that entrepreneurship education has a significant impact on innovation capability, which in turn positively influences entrepreneurial intention. However, digital entrepreneurship does not significantly affect innovation capability.

How to cite: Putri, R. J., & Sustaningrum, R. (2025). Peran kapabilitas inovasi sebagai mediator antara pendidikan kewirausahaan, kewirausahaan digital, dan niat berwirausaha. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 25(1), 21-34. <https://doi.org/10.28932/jmm.v25i1.11917>

© 2025 The Authors.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.



Innovation capability mediates the causal relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention, but not the causal relationship between digital entrepreneurship and entrepreneurial intention. The novelty of this research lies in the integration of innovation capability as a mediator and the contextual adaptation to the Indonesian students. The findings underscore the significance of innovation-driven entrepreneurship education and digital literacy in fostering adaptive and competitive young entrepreneurs.

Keywords: *digital entrepreneurship; entrepreneurial education; entrepreneurial intention; innovation capability*

PENDAHULUAN

Di tengah arus transformasi digital yang pesat, pengembangan kewirausahaan menjadi strategi penting dalam menghadapi tantangan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Generasi muda, khususnya mahasiswa, menjadi aktor potensial dalam ekosistem kewirausahaan karena memiliki akses terhadap pengetahuan, teknologi, dan jejaring yang luas. Oleh karena itu, perguruan tinggi diharapkan dapat menjadi agen penggerak dalam menumbuhkan semangat dan niat berwirausaha melalui program pendidikan kewirausahaan yang terstruktur dan relevan dengan tuntutan zaman. Tidak hanya berfokus pada aspek teoretis, pendidikan kewirausahaan juga dituntut mampu membentuk karakter inovatif dan adaptif mahasiswa agar siap menghadapi dinamika dunia usaha yang kompetitif dan berbasis teknologi.

Seiring dengan berkembangnya era digital muncul fenomena kewirausahaan digital yang menggabungkan kreativitas bisnis dengan pemanfaatan teknologi informasi. Kewirausahaan digital didefinisikan sebagai proses penciptaan nilai baru melalui eksploitasi peluang bisnis yang sepenuhnya dimediasi oleh teknologi digital, termasuk model bisnis berbasis *platform*, pemanfaatan *big data*, media sosial, dan aplikasi digital (Nambisan, 2017). Dalam pendekatan ini, teknologi digital tidak hanya menjadi alat bantu, tetapi menjadi bagian integral dari proses penciptaan, pengembangan, dan distribusi nilai (Kraus et al., 2019). Oleh karena itu, kewirausahaan digital menuntut adanya literasi teknologi yang kuat serta pemahaman strategi bisnis yang aktual dan inovatif.

Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki peran signifikan dalam meningkatkan niat berwirausaha mahasiswa (Vera & Vicent, 2024) dan kapabilitas inovasi menjadi elemen penting dalam menghubungkan pengetahuan yang diperoleh dengan tindakan kewirausahaan (Van-ni & Wijaya, 2021). Namun, hasil yang berkaitan dengan hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan kapabilitas inovasi juga tidak sepenuhnya konsisten yang mana beberapa studi tidak menemukan pengaruh signifikan dalam hal tertentu (Iddris et al., 2022). Di sisi lain, penelitian mengenai kewirausahaan digital juga menunjukkan temuan yang bervariasi, beberapa menyatakan bahwa kewirausahaan digital belum berhasil meningkatkan inovasi dan niat berwirausaha secara langsung (Harding et al., 2020), sementara yang lain menemukan pengaruh positif ketika didukung oleh strategi pembelajaran yang tepat dan lingkungan organisasi yang adaptif (Agustini & Subudi, 2018; Zhao et al., 2021; Zhao et al., 2023). Ketidakkonsistenan hasil-hasil ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan pemahaman terkait mekanisme pengaruh masing-masing variabel independen terhadap *outcome* kewirausahaan, termasuk peran mediasi dari kapabilitas inovasi.

Dalam penelitian ini, kemampuan inovasi dianggap sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh pendidikan kewirausahaan dan kewirausahaan digital terhadap niat berwirausaha. Akan tetapi, kajian mengenai peran mediasi kapabilitas inovasi dalam hubungan tersebut masih terbatas terutama dalam studi yang mengintegrasikan ketiga variabel secara simultan. Sebagian besar studi terdahulu lebih menekankan hubungan langsung antar variabel tanpa mengeksplorasi secara mendalam proses psikologis dan kognitif yang terlibat dalam pembentukan niat berwirausaha. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada bagaimana kapabilitas inovasi berperan sebagai mediator antara pengaruh dua bentuk intervensi pendidikan, yakni pendidikan kewirausahaan dan kewirausahaan digital terhadap niat berwirausaha pada para mahasiswa. Maka dengan pendekatan tersebut, studi ini memberikan kontribusi dalam menjelaskan mekanisme internal yang menjembatani pengetahuan dan niat untuk berwirausaha di era digital.

Penelitian ini difokuskan pada para mahasiswa aktif jenjang sarjana dari berbagai perguruan tinggi di wilayah DKI Jakarta dan Jawa Barat yang dipilih, karena mewakili pusat pertumbuhan digital dan

memiliki konsentrasi institusi pendidikan tinggi yang tinggi di Indonesia. Lokasi dipilih secara purposive, karena dianggap memiliki akses dan paparan yang lebih besar terhadap ekosistem kewirausahaan digital. Perguruan tinggi yang menjadi sumber data terdiri dari gabungan institusi negeri dan swasta yang memberikan keragaman dalam konteks kurikulum, fasilitas, dan akses terhadap teknologi. Dengan menetapkan lokus secara spesifik, penelitian ini diharapkan mampu menangkap realitas empiris yang relevan dengan dinamika pembelajaran kewirausahaan dan transformasi digital di kalangan para mahasiswa Indonesia masa kini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan dan kewirausahaan digital terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menguji peran kapabilitas inovasi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan niat berwirausaha, serta antara kewirausahaan digital dan niat berwirausaha. Dengan demikian, penelitian ini menguji baik pengaruh langsung maupun tidak langsung dari dua variabel independen terhadap intensi berwirausaha mahasiswa dengan fokus utama untuk mengeksplorasi peran kapabilitas inovasi sebagai mekanisme internal yang menghubungkan intervensi pendidikan, baik formal maupun berbasis digital, terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa. Dengan kata lain, penelitian ini tidak hanya menilai pengaruh langsung pendidikan, tetapi juga menelusuri proses kognitif dan afektif yang menjembatani antara pengetahuan yang diperoleh dengan motivasi untuk berwirausaha (Iddris et al., 2022; Ismail et al., 2024).

Model konseptual dalam penelitian ini dibuat untuk mengakomodasi secara langsung tujuan penelitian. Hubungan kausal antar variabel pendidikan kewirausahaan, kewirausahaan digital, kapabilitas inovasi, dan niat berwirausaha direpresentasikan dalam kerangka model PLS-SEM, baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu, model ini tidak hanya menjelaskan pengaruh individual tiap variabel tetapi juga menjabarkan mekanisme mediasi psikologis melalui kapabilitas inovasi sebagai jembatan antara pendidikan dan niat berwirausaha (Ismail et al., 2024).

Meskipun berbagai program kewirausahaan telah diperkenalkan di tingkat perguruan tinggi, masih ditemukan rendahnya minat mahasiswa untuk benar-benar memulai usaha secara nyata. Faktor penyebabnya antara lain ialah kurangnya sumber daya keuangan yang diperlukan untuk memulai dan mempertahankan bisnis. Banyak mahasiswa tidak memiliki tabungan atau akses modal yang cukup sehingga membatasi kemampuan mereka untuk berinvestasi dalam ide bisnis (Kurdyś & Wojtkowska, 2023), kurangnya pengalaman dalam menjalankan bisnis dapat menyebabkan kesulitan dalam mengelola operasional, pemasaran, dan perencanaan keuangan. Kurangnya pengalaman ini dapat menghalangi mereka untuk melanjutkan rencana bisnis lebih lanjut (Yusof et al., 2014). Adanya halangan risiko dan stres yang dirasakan terkait dengan memulai bisnis serta ketakutan akan kegagalan dan ketidakpastian kesuksesan di masa depan bisa sangat membebani, sehingga mahasiswa memilih opsi pekerjaan yang lebih aman (Patrick et al., 2018). Berdasarkan fenomena ini, terlihat di wilayah DKI Jakarta dan Jawa Barat merupakan wilayah dengan jumlah perguruan tinggi terbanyak dan memiliki potensi digitalisasi yang tinggi. Sementara itu, universitas-universitas di Indonesia, termasuk di DKI Jakarta dan Jawa Barat, memainkan peran krusial dalam mendorong kewirausahaan digital. Mereka terlibat dalam berbagai kegiatan kewirausahaan digital, seperti *e-commerce* dan bisnis pendidikan digital yang penting untuk mendorong inovasi di kalangan para mahasiswa. Selain itu, kesiapan daerah-daerah di Jawa Barat ini didukung pula dengan adanya transformasi digital dengan pembangunan infrastruktur dan layanan TIK yang masih berjalan dan adanya kebijakan dan inisiatif pemerintah (Khan, 2022). Namun demikian, adopsi kewirausahaan digital belum sepenuhnya optimal dan kemampuan inovasi mahasiswa masih beragam. Hal ini menunjukkan adanya *gap* antara pendidikan kewirausahaan dan niat berwirausaha mahasiswa yang perlu ditelusuri lebih dalam, khususnya dalam digitalisasi. Oleh karena itu, penting untuk memahami peran pendidikan kewirausahaan digital dan kemampuan inovasi dalam membentuk niat berwirausaha mahasiswa di wilayah tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menjawab pertanyaan riset, yang mana metodologi kuantitatif digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai dampak pendidikan kewirausahaan dan kewirausahaan digital pada niat kewirausahaan mahasiswa dengan kemampuan inovasi berfungsi sebagai variabel mediasi. Pengumpulan data dilakukan melalui instrumen terstruktur dengan menggunakan instrumen kuesioner *online* yang disebarluaskan melalui *Google form* kepada para mahasiswa yang terdaftar secara aktif di berbagai lembaga pendidikan tinggi di Indonesia. Pemilihan para

responden dilakukan secara sengaja dengan kriteria pernah mengikuti kursus kewirausahaan atau pelatihan yang berkaitan dengan kewirausahaan digital, serta menjadi penduduk Indonesia.

Populasi dalam penelitian ini adalah para mahasiswa aktif di perguruan tinggi yang telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan atau pelatihan terkait kewirausahaan digital. Populasi ini dipilih karena memiliki relevansi langsung dengan konstruk yang diteliti yaitu pendidikan kewirausahaan, kewirausahaan digital, kemampuan inovasi, dan niat kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian (Hair et al., 2022). Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif jenjang diploma, sarjana, atau pascasarjana di Indonesia.
2. Pernah mengikuti mata kuliah kewirausahaan atau pelatihan/seminar yang berfokus pada kewirausahaan digital.

Model dalam penelitian ini dibuat untuk mengakomodasi secara langsung tujuan penelitian. Hubungan kausal antar variabel, yaitu pendidikan kewirausahaan, kewirausahaan digital, kapabilitas inovasi, dan niat kewirausahaan, yang dituangkan pada PLS-SEM, baik secara langsung maupun tidak langsung. Model ini tidak hanya menjelaskan pengaruh individual tiap variabel, tetapi juga menjabarkan mekanisme mediasi psikologis melalui kapabilitas inovasi sebagai jembatan antara pendidikan dan niat kewirausahaan (Ismail et al., 2024).

Penentuan jumlah minimum sampel, yaitu jumlah indikator terbesar dalam satu konstruk dikalikan 10 ($10 \times 8 = 80$) untuk jumlah minimum. Total indikator keseluruhan dikalikan 5 ($21 \times 5 = 105$) untuk jumlah maksimum (Hair et al., 2022; Sarstedt et al., 2021). Dengan demikian, jumlah minimum sampel yang diperlukan adalah 80 orang responden dan maksimum 105 orang responden, sedangkan jumlah sampel aktual yang digunakan dalam analisis adalah sebanyak 95 orang responden, sesuai dengan data yang lolos validasi dari total 110 data yang masuk. Jumlah ini dianggap memadai untuk pengujian model struktural menggunakan metode PLS-SEM, sebagaimana didukung oleh Sarstedt et al. (2021) yang menyatakan bahwa PLS-SEM dapat digunakan dengan jumlah sampel minimal 30-100 tergantung kompleksitas model dan jumlah indikator. Sampel ini juga mengambil responden, yang adalah mahasiswa sarjana dari berbagai perguruan tinggi dan sebagian besar responden memiliki pengalaman mengikuti pelatihan atau kegiatan kewirausahaan.

Adapun prosedur analisis pada penelitian ini dimulai dengan penilaian validitas dan reliabilitas instrumen pengukuran, kemudian diikuti dengan pemrosesan data menggunakan teknik *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS. Evaluasi statistik dilakukan untuk meneliti hubungan kausal langsung dan tidak langsung di antara variabel yang meliputi pemeriksaan efek mediasi dari kemampuan inovasi. Setiap konstruk dievaluasi menggunakan skala *Likert* empat poin yang dirancang dengan cermat untuk menjelaskan persepsi, pemahaman, dan kecenderungan responden terhadap domain kewirausahaan dan inovasi. Melalui pendekatan kuantitatif dan penggunaan analisis PLS-SEM, penelitian ini diharapkan menghasilkan temuan yang tidak hanya valid secara statistik, tetapi juga mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat kewirausahaan mahasiswa di era digital. Dengan demikian, model konseptual yang diuji dapat berkontribusi dalam memperkuat desain kurikulum kewirausahaan digital yang relevan dengan kebutuhan pendidikan tinggi saat ini.

Pada penelitian ini, indikator pada setiap variabel menggunakan referensi yang telah diteliti pada penelitian sebelumnya yang tertera pada Tabel 1. Sebelum penyebaran kuesioner, penelitian ini telah dilakukan *pre-test* untuk menguji validitas dan reliabilitas setiap indikator sehingga hanya menyisakan indikator-indikator yang dinilai valid untuk dapat diujikan kembali.

Tabel 1. Variabel dan indikator penelitian

Variabel	Kode	Indikator	Referensi
Pendidikan kewirausahaan	GEE 2	Mata kuliah ini membantu meningkatkan kepercayaan diri saya dalam menjadi seorang wirausahawan.	Amenah et al. (2024)
	GEE 3	Mata kuliah ini mendorong niat saya untuk menjadi seorang wirausaha.	
	GEE 5	Saya termotivasi untuk menjalani pendidikan yang dapat memperkuat niat kewirausahaan saya.	

	GEE 6	Kursus ini memberi saya panduan untuk memulai dan mengembangkan bisnis baru.	
	GEE 7	Pengetahuan yang saya dapatkan selama pendidikan ini membantu saya memecahkan masalah kewirausahaan secara praktis.	
	MEE 1	Mata kuliah ini memberi saya motivasi untuk menjadi seorang wirausaha.	
	MEE 2	Saya merasa lebih percaya diri dalam mengambil risiko kewirausahaan setelah mengikuti mata kuliah.	
	MEE 3	Pendidikan ini membantu saya dalam menghadapi ketidakpastian dan tantangan dalam kewirausahaan.	
Kewirausahaan digital	KD 2	Materi pembelajaran kewirausahaan yang saya terima sesuai dengan dinamika dan kebutuhan praktik bisnis digital masa kini.	Adinata et al. (2023)
	KD 3	Saya pernah mencoba memulai atau menjalankan bisnis secara <i>online</i> , seperti melalui <i>marketplace</i> atau media sosial.	
	KD 4	Pengalaman belajar kewirausahaan digital telah mengasah kemampuan saya dalam menyelesaikan tantangan bisnis dengan bantuan teknologi digital.	
	KD 5	Pembelajaran kewirausahaan digital telah membentuk minat dan pola pikir saya untuk terlibat dalam ekosistem bisnis berbasis digital.	
Kemampuan inovasi	KI 1	Saya mampu mengembangkan solusi dan kreatif untuk meningkatkan proses bisnis.	Adinata et al. (2023)
	KI 2	Saya cenderung memperkenalkan produk atau layanan baru sebagai respons terhadap tren pasar.	
	KI 3	Saya secara konsisten mencari cara untuk meningkatkan produk atau layanan yang ada.	
	KI 4	Saya terbuka untuk bereksperimen dengan ide bisnis baru.	
Niat kewirausahaan	EI 1	Saya berminat untuk memulai bisnis sendiri dalam waktu dekat.	Amenah et al. (2024)
	EI 2	Saya sedang mengembangkan ide untuk bisnis yang memanfaatkan teknologi digital.	
	EI 3	Saya berkomitmen untuk menjadi seorang wirausahawan.	
	EI 4	Saya lebih memilih untuk memulai bisnis di sektor digital dan teknologi.	
	EI 5	Saya telah mengambil langkah-langkah untuk mendirikan bisnis, seperti riset pasar atau membuat rencana bisnis.	

Sumber: Hasil olahan penulis (2024)

Penelitian ini mengajukan hipotesis untuk menguji hubungan-hubungan kausal pendidikan kewirausahaan, kewirausahaan digital, kemampuan inovasi, dan niat kewirausahaan pada para mahasiswa perguruan tinggi. Hubungan ini divisualisasikan pada Gambar 1 untuk menjelaskan hipotesis antar variabel dengan hasil penelitian yang telah diteliti pada studi terdahulu.

H₁: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kemampuan inovasi.

Pendidikan kewirausahaan secara signifikan membentuk pola pikir inovatif, terutama melalui metode pembelajaran aktif seperti studi kasus, proyek bisnis, dan simulasi yang merangsang kreativitas dan kemampuan *problem solving* mahasiswa. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan meningkatkan kemampuan untuk mengidentifikasi dan menciptakan peluang inovatif (Antonopoulou & Begkos, 2020).

H₂: Kewirausahaan digital berpengaruh signifikan terhadap kemampuan inovasi.

Kewirausahaan digital dapat menjadi alat strategis dalam mendorong inovasi karena memungkinkan penciptaan model bisnis baru melalui teknologi, namun pengaruhnya tergantung pada tingkat literasi digital dan kemampuan adaptasi mahasiswa (Nambisan, 2017; Nambisan et al., 2019). Selain itu, kewirausahaan dalam era digital memberikan pengaruh yang menguntungkan pada kemampuan inovasi secara berkelanjutan dengan melalui adanya sistem organisasi dengan nilai-nilai individu, sehingga dengan adanya lingkungan perusahaan yang adaptif terhadap perubahan secara digital akan berpengaruh terhadap meningkatnya kemampuan inovasi (Zhang et al., 2021; Zhao et al., 2021).

H₃: Kemampuan inovasi berpengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan.

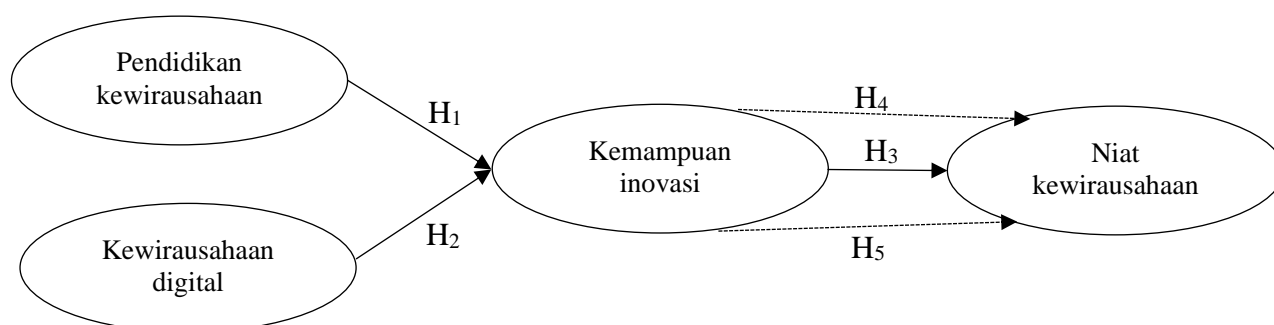
Kemampuan inovatif individu menjadi faktor penentu dalam membangun intensi kewirausahaan. Inovasi membantu mahasiswa melihat peluang unik dan menciptakan nilai tambah di pasar (Zamkova et al., 2021; Zampetakis & Moustakis, 2006). Bahkan, mahasiswa dengan tingkat kreativitas dan kemampuan inovasi tinggi memiliki niat kewirausahaan yang lebih kuat dibandingkan yang tidak memiliki niat kewirausahaan (Litchfield et al., 2015).

H₄: Kemampuan inovasi memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap niat kewirausahaan.

Pendidikan yang baik membangun kemampuan inovatif mahasiswa, yang selanjutnya memperkuat niat untuk memulai bisnis. Hal ini sesuai dengan pendekatan *cognitive-behavioral* yang mana inovasi berperan sebagai mekanisme internal (Ismail et al., 2024). Pendidikan inovasi secara signifikan memengaruhi niat kewirausahaan dengan meningkatkan kompetensi inovasi mahasiswa yang bertindak sebagai mediator dalam hubungan ini. Hal ini terbukti dalam studi yang mana kompetensi inovasi ditemukan untuk memediasi hubungan antara pendidikan inovasi dan niat kewirausahaan, serta menunjukkan bahwa mahasiswa yang mengembangkan keterampilan inovasi yang kuat lebih cenderung mengejar karir kewirausahaan (Iddris et al., 2022).

H₅: Kemampuan inovasi memediasi pengaruh kewirausahaan digital terhadap niat kewirausahaan.

Meskipun keterlibatan digital membuka peluang, namun hanya melalui inovasi, niat kewirausahaan dapat terbentuk secara signifikan (Nambisan, 2017; Nambisan et al., 2019). Studi lain menjelaskan bahwa kemampuan inovasi mencerminkan kemampuan seseorang untuk menghasilkan ide baru, memecahkan masalah secara kreatif, dan mengeksplorasi peluang pasar. Kemampuan inovasi sebagai mediator kognitif pada pendidikan kewirausahaan meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang memicu berpikir inovatif dan penggerak niat kewirausahaan. Selain itu, inovasi memberikan kepercayaan diri dan visi kepada calon wirausaha untuk melihat dan menciptakan peluang baru sehingga memperkuat niat memulai usaha (Iddris et al., 2022).



Gambar 1. Model penelitian

Sumber: Hasil olahan penulis (2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian ini diawali dengan analisis profil responden yang menunjukkan bahwa mayoritas partisipan adalah para mahasiswa aktif jenjang sarjana (S-1) dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Sebagian besar para responden berasal dari wilayah DKI Jakarta (71,5%) dan Jawa Barat (21,1%), dengan dominasi usia antara 18 hingga 24 tahun. Dari segi jenis kelamin, responden perempuan sebanyak 64,2% dan laki-laki sebesar 35,8%. Semua responden telah mengikuti mata kuliah atau pelatihan kewirausahaan sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini.

Pengujian *outer loading* pada Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai di atas ambang minimum 0,70, kecuali satu indikator pada variabel kewirausahaan digital yang memiliki nilai 0,684 namun tetap dipertahankan karena masih mendekati batas yang dapat diterima. Hal ini menandakan bahwa indikator-indikator yang digunakan mampu menjelaskan konstruk secara memadai. Selain itu, nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* (CR) untuk semua konstruk berada di atas 0,70 menunjukkan reliabilitas internal yang baik.

Perhitungan pada nilai *average variance extracted* (AVE) pada Tabel 2 menunjukkan bahwa masing-masing konstruk juga memenuhi syarat validitas konvergen yaitu pendidikan kewirausahaan (0,679), kewirausahaan digital (0,653), kapabilitas inovasi (0,701), dan niat kewirausahaan (0,722). Nilai-nilai ini mengindikasikan bahwa lebih dari 50% variansi indikator dapat dijelaskan oleh konstruk laten masing-masing. Selain itu, nilai VIF (*variance inflation factor*) pada semua indikator berada di bawah 5, dengan rentang 1,322 hingga 2,967 yang berarti tidak ditemukan masalah multikolinearitas.

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 2, jelas bahwa setiap konstruk dikaitkan dengan indikator yang menunjukkan nilai pemuatan luar yang beragam namun semua nilai melebihi ambang minimum 0,70. Sementara itu, variabel pendidikan kewirausahaan yaitu indikator GEE6 menunjukkan nilai tertinggi 0,821, yang menandakan bahwa pernyataan “kursus ini memberi saya panduan untuk memulai dan mengembangkan bisnis baru” adalah indikator yang paling menonjol. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memandang dimensi praktis dan dapat diterapkan dari pendidikan kewirausahaan sebagai faktor yang paling berpengaruh dalam membentuk pemahaman mereka tentang pengalaman pendidikan tersebut.

Sehubungan dengan variabel kewirausahaan digital, indikator yang menunjukkan beban tertinggi adalah KD4 (0,791), yang diwakili oleh pernyataan “pendidikan saya telah meningkatkan kemampuan saya untuk mengatasi tantangan bisnis menggunakan teknologi digital.” Ini menunjukkan bahwa aspek pemecahan masalah melalui lensa digital berfungsi sebagai komponen paling reflektif dari konstruksi kewirausahaan digital dalam karakteristik responden.

Tabel 2. Hasil *outer loading*

Variabel	Kode variabel	<i>Outer loadings</i>	AVE	VIF
Pendidikan kewirausahaan	GEE2	0,760	0,585	2,265
	GEE3	0,730		2,001
	GEE5	0,794		2,190
	GEE6	0,821		2,403
	GEE7	0,774		2,259
	MEE1	0,781		2,441
	MEE2	0,731		1,752
	MEE3	0,724		2,115
Kewirausahaan digital	KD2	0,742	0,565	1,504
	KD3	0,729		1,485
	KD4	0,791		1,557
	KD5	0,745		1,397
Kapabilitas inovasi	KI1	0,825	0,649	1,862
	KI2	0,820		1,801
	KI3	0,865		2,015
	KI4	0,704		1,420
Niat kewirausahaan	EI1	0,757	0,635	1,857
	EI2	0,855		2,161
	EI3	0,845		2,150
	EI4	0,722		1,565
	EI5	0,797		1,782

Sumber: Hasil pengolahan SmartPLS (2024)

Dalam domain kemampuan inovasi, indikator KI3 terkenal karena pemuatan tertinggi 0,865, yang diartikulasikan sebagai “saya secara konsisten mencari jalan untuk meningkatkan produk atau layanan yang ada.” Ini menyiratkan bahwa perilaku inovatif yang ditandai dengan keberlanjutan dan proses berulang dalam peningkatan adalah atribut penting dari kapasitas inovasi seperti yang dirasakan oleh mahasiswa. Sebaliknya, mengenai variabel niat kewirausahaan yaitu indikator EI2, mencapai nilai

pemuatan tertinggi 0,855 yang secara khusus menyatakan “saya sedang dalam proses mengembangkan ide bisnis yang memanfaatkan teknologi digital.” Ini menunjukkan korelasi yang kuat antara niat kewirausahaan mahasiswa dan kecenderungan mereka untuk berinovasi melalui metodologi digital-sentris. Temuan ini sangat penting karena menjelaskan bahwa indikator dominan ini merangkum elemen paling penting dari setiap konstruksi. Selain menguatkan validitas model pengukuran, hasilnya juga menerangi kecenderungan kognitif dan kecenderungan perilaku mahasiswa terhadap strategi praktis dan digital dalam menumbuhkan niat kewirausahaan yang berpotensi mewakili kontribusi baru dari penelitian ini.

Penelitian ini juga menghitung uji validitas dan reliabilitas pada setiap variabel penelitian yang tertera pada Tabel 3. Tabel ini menyatakan bahwa masing-masing diuji dengan adanya Cronbach *alpha*, *rho_a*, dan *composite reliability*.

Tabel 3. Hasil uji validitas dan reliabilitas

Variabel	Cronbach <i>alpha</i>	<i>Rho_a</i>	<i>Composite reliability</i>
Pendidikan kewirausahaan (PK)	0,899	0,909	0,919
Kewirausahaan digital (KD)	0,745	0,749	0,839
Kapabilitas inovasi (KI)	0,819	0,836	0,880
Niat kewirausahaan (NK)	0,856	0,876	0,896

Sumber: Hasil pengolahan SmartPLS (2024)

Tabel 3 menunjukkan adanya pengujian reliabilitas yang bertujuan untuk mengevaluasi konsistensi *Cronbach's alpha*, *rho_a*, dan *composite reliability*. Hasil menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai *Cronbach's alpha* di atas ambang batas minimum 0,70 dengan nilai tertinggi pada variabel pendidikan kewirausahaan (0,899) dan terendah pada variabel kewirausahaan digital (0,745) dengan tetap memenuhi kriteria reliabilitas. Demikian pula, nilai *rho_a* menunjukkan hasil serupa dengan rentang 0,749 hingga 0,909 yang mengindikasikan bahwa seluruh indikator dalam konstruk dapat diandalkan untuk merepresentasikan variabel yang diteliti. Selain itu, nilai *composite reliability* yang diperoleh juga berada dalam rentang tinggi mulai dari 0,839 hingga 0,919. Nilai-nilai ini mengonfirmasi bahwa indikator-indikator yang digunakan memiliki konsistensi internal yang kuat dan kontribusi signifikan dalam membentuk konstruk laten masing-masing. Secara keseluruhan, ketiga ukuran reliabilitas menunjukkan bahwa model pengukuran dalam penelitian ini memiliki kualitas yang baik dan dapat dipercaya sehingga memberikan dasar yang kuat untuk melanjutkan ke tahap pengujian model struktural dan analisis hubungan kausal antar variabel guna menjawab pertanyaan penelitian serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Tabel 4. Tabel HTMT

Konstruk	PK	KD	KI	NK
Pendidikan kewirausahaan (PK)		0,701	0,682	0,724
Kewirausahaan digital (KD)			0,694	0,739
Kapabilitas inovasi (KI)				0,726
Niat kewirausahaan (NK)				

Sumber: Hasil pengolahan SmartPLS (2024)

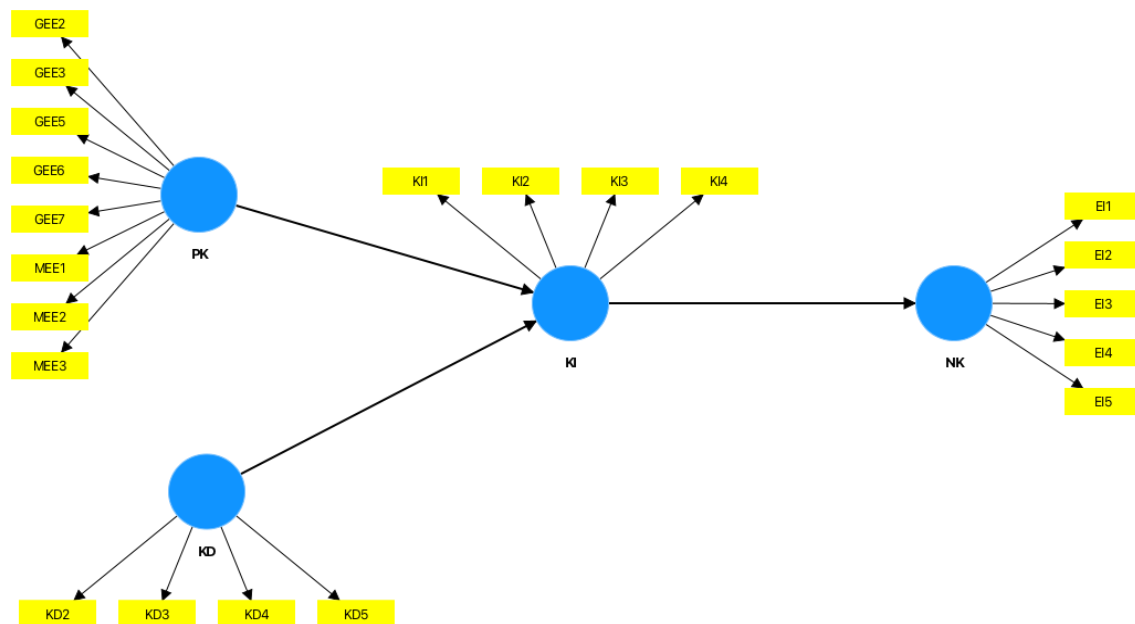
Tabel 4 menunjukkan adanya pengujian validitas diskriminan dengan menggunakan metode HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations*). Menurut Sarstedt et al. (2021), nilai HTMT yang disarankan adalah di bawah 0,90 agar menunjukkan adanya perbedaan yang jelas antar konstruk yang diukur. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4, seluruh nilai HTMT antar konstruk berada di bawah ambang batas 0,90 yang berarti bahwa setiap konstruk dalam model memiliki validitas diskriminan yang baik. Dengan kata lain, konstruk pendidikan kewirausahaan, kewirausahaan digital, kapabilitas inovasi, dan niat kewirausahaan dapat dibedakan satu sama lain secara empiris dan statistik. Temuan ini memperkuat bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah berhasil mengukur masing-masing konstruk secara unik dan tidak saling tumpang tindih secara konseptual.

Tabel 5. Hasil uji model

Hipotesis	Sample mean	Standard deviation	T statistics	P-values	Signifikansi
PK → KI (H ₁)	0,426	0,108	3,773	0,000	H ₁ diterima
KD → KI (H ₂)	0,156	0,117	1,336	0,182	H ₂ ditolak
KI → EI (H ₃)	0,649	0,057	11,247	0,000	H ₃ diterima
PK → KI → NK (H ₄)	0,278	0,080	3,275	0,001	H ₄ diterima
KD → KI → NK (H ₅)	0,101	0,076	1,329	0,184	H ₅ ditolak

Sumber: Hasil pengolahan SmartPLS (2024)

Pada Tabel 5, analisis model struktural menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi dengan nilai koefisien jalur ($\beta = 0,536$), nilai $t = 8,211$, dan $p\text{-value} < 0,001$. Sebaliknya, kewirausahaan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi ($\beta = 0,088$; $t = 1,084$; $p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan inovasi mahasiswa lebih banyak dipengaruhi oleh proses pembelajaran kewirausahaan daripada eksposur terhadap teknologi digital.



Gambar 2. Riset model pada penelitian

Sumber: Hasil pengolahan SmartPLS (2024)

Hasil juga menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan ($\beta = 0,497$; $t = 5,401$; $p < 0,001$). Selain itu, pendidikan kewirausahaan juga memiliki pengaruh langsung terhadap niat kewirausahaan ($\beta = 0,357$; $t = 3,658$; $p < 0,001$), sementara kewirausahaan digital tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kewirausahaan ($\beta = 0,064$; $t = 0,851$; $p > 0,05$). Uji mediasi menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi memediasi secara signifikan hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan niat kewirausahaan (*indirect effect* $\beta = 0,266$; $t = 4,995$; $p < 0,001$), namun tidak memediasi hubungan kausal antara kewirausahaan digital dan niat kewirausahaan ($\beta = 0,044$; $t = 1,030$; $p > 0,05$). Temuan ini memperkuat posisi kapabilitas inovasi sebagai elemen kunci dalam mendorong niat kewirausahaan dari jalur pendidikan formal. Oleh karena itu, pada penelitian ini menghasilkan ada pengaruh tidak langsung dari PK terhadap NK melalui KI dengan terbuktinya H₁ dan H₄, sehingga terjadi mediasi sebagian atau *partial meditation*. Sebaliknya, kewirausahaan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi ($\beta = 0,088$; $t = 1,084$; $p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan inovasi mahasiswa lebih banyak dipengaruhi oleh proses pembelajaran kewirausahaan daripada eksposur terhadap teknologi digital.

Perhitungan nilai R² pada konstruk kapabilitas inovasi sebesar 0,359, sedangkan konstruk niat kewirausahaan sebesar 0,509. Ini menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 35,9% variansi kapabilitas inovasi dan 50,9% variansi niat kewirausahaan mahasiswa. Dalam pengukuran *effect size* (f²), ditemukan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki efek sedang terhadap kapabilitas inovasi (f² =

0,277) dan efek sedang terhadap niat kewirausahaan ($f^2 = 0,178$). Sementara itu, kewirausahaan digital memiliki nilai $f^2 < 0,02$ yang menunjukkan efek sangat kecil atau tidak signifikan. Secara keseluruhan, hasil-hasil ini menunjukkan bahwa meningkatkan niat kewirausahaan mahasiswa perlu difokuskan pada pendidikan kewirausahaan yang terstruktur dan mampu mengembangkan kapabilitas inovasi secara sistematis. Sementara itu, meskipun kewirausahaan digital merupakan tren penting namun penerapannya belum cukup kuat memengaruhi inovasi maupun niat kewirausahaan tanpa dukungan strategi pembelajaran dan ekosistem digital yang memadai.

Pembahasan

Studi ini juga dapat dikaitkan dengan profil para responden yang didominasi oleh para mahasiswa berusia 18-24 tahun dan berasal dari wilayah-wilayah urban, seperti DKI Jakarta dan Jawa Barat, yang mana memiliki paparan tinggi terhadap teknologi dan lingkungan digital. Hal ini mendukung asumsi bahwa pendidikan kewirausahaan yang terstruktur di wilayah dengan ekosistem digital yang berkembang dapat memperkuat kapabilitas inovasi mahasiswa. Selain itu, hasil *outer loading* menunjukkan bahwa indikator GEE6 pada variabel pendidikan kewirausahaan memiliki nilai tertinggi (0,821) yaitu pernyataan “kursus ini memberi saya panduan untuk memulai dan mengembangkan bisnis baru.” Ini menandakan bahwa aspek praktis dari pembelajaran kewirausahaan lebih berdampak dalam membangun kapabilitas inovatif mahasiswa dibandingkan aspek teoretis semata. Di sisi lain, pada variabel kapabilitas inovasi yaitu indikator KI3 memiliki nilai *outer loading* tertinggi (0,865) yang mencerminkan bahwa kemampuan untuk terus mencari cara baru dalam meningkatkan produk atau layanan menjadi elemen paling penting dari inovasi di kalangan para mahasiswa. Hubungan ini menunjukkan bahwa orientasi praktis dalam pendidikan kewirausahaan memfasilitasi para mahasiswa untuk mengembangkan pendekatan inovatif dalam bisnis digital yang menjadi kontribusi kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas inovasi mahasiswa pada hipotesis pertama (H_1). Hasil ini menegaskan bahwa pembelajaran kewirausahaan, terutama yang dilakukan secara terstruktur melalui mata kuliah maupun pelatihan, mampu menumbuhkan kemampuan para mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang, berpikir kreatif, dan mengembangkan solusi baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya mentransfer pengetahuan teknis, tetapi juga membentuk pola pikir proaktif dan berorientasi solusi. Hal ini sejalan dengan temuan Vera & Vicent (2024) dan Suwardi et al. (2021) yang menekankan peran pendidikan dalam mengembangkan dimensi kognitif dan afektif dari inovasi. Hasil survei mendapati mayoritas para mahasiswa berada dalam usia 18-24 tahun dan sedang menempuh jenjang pendidikan sarjana. Sementara itu, pendidikan kewirausahaan berperan penting dalam menumbuhkan kreativitas dan inovasi yang sangat penting bagi kesuksesan kewirausahaan. Pendidikan ini memotivasi mahasiswa untuk menciptakan kegiatan bisnis baru dan mengembangkan keterampilan kewirausahaan (Rambe et al., 2023). Menambahkan hal ini, Ali et al. (2024) meneliti bahwa mahasiswa terpapar pendidikan kewirausahaan memperoleh keterampilan berharga seperti perencanaan strategis, kerja tim, dan ketahanan, yang sangat penting untuk inovasi yang sukses yang mana keterampilan ini sering dikembangkan melalui proyek-proyek praktis, magang, dan inkubator *start-up* yang diintegrasikan ke dalam kurikulum.

Berbeda dengan pendidikan kewirausahaan, kewirausahaan digital tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi sehingga temuan pada hipotesis kedua (H_2) menjadi perhatian yang mana hal ini mengingatkan ekspektasi umum bahwa pemanfaatan teknologi digital seharusnya memperkuat inovasi dalam berwirausaha. Berbeda dengan pendidikan kewirausahaan, kewirausahaan digital tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi. Temuan ini sesuai dengan hasil uji hipotesis H_2 ($p > 0,05$) dan diperkuat oleh skor rata-rata variabel kewirausahaan digital yang relatif rendah dibandingkan variabel-variabel lainnya yaitu sebesar 3,41, sedangkan kapabilitas inovasi memiliki skor rata-rata 3,67. Ketidaksigifikanan ini menunjukkan bahwa penggunaan *platform digital* seperti *marketplace*, media sosial, dan *tools* otomatisasi belum sepenuhnya dioptimalkan oleh para mahasiswa sebagai ruang eksplorasi ide inovatif. Meskipun sebagian besar para mahasiswa sudah melek digital secara teknis, mereka masih cenderung menggunakan teknologi secara konsumtif, bukan produktif. Hal ini sejalan dengan temuan Harding et al. (2020) yang menyatakan bahwa literasi digital yang rendah menjadi hambatan dalam memanfaatkan teknologi untuk inovasi strategis dalam konteks bisnis.

Temuan pada hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan, memperkuat posisi inovasi sebagai elemen sentral dalam mendorong

mahasiswa untuk terjun ke dunia usaha. Inovasi memungkinkan mahasiswa melihat peluang unik, membangun proposisi nilai baru, dan membedakan diri dari pesaing. Hal ini mendukung hasil penelitian Suwardi et al. (2021) dan Ridwan et al. (2024) yang menyatakan bahwa mahasiswa dengan kemampuan inovasi yang tinggi cenderung memiliki keberanian dan kesiapan lebih besar dalam memulai bisnis. Dengan demikian inovasi bukan hanya hasil dari pendidikan, tetapi juga menjadi pendorong utama dari pembentukan niat kewirausahaan.

Pada pengujian hipotesis keempat (H_4), kapabilitas inovasi terbukti memediasi secara signifikan hubungan kausal antara pendidikan kewirausahaan dan niat kewirausahaan, artinya pendidikan tidak serta-merta menghasilkan niat tetapi melalui mekanisme internal berupa peningkatan kemampuan inovatif. Temuan ini mendukung model mediasi dalam teori perilaku terencana (Ajzen, 1991), yang mana perilaku (niat) dipengaruhi oleh keyakinan terhadap kapabilitas dan persepsi hasil. Dengan memfasilitasi para mahasiswa dalam mengembangkan kemampuan inovatif, melalui studi kasus, *project-based learning*, dan kolaborasi praktis, perguruan tinggi dapat menciptakan lingkungan yang kondusif untuk tumbuhnya minat berwirausaha. Hasil penelitian ini juga ditemukan oleh Novianti & Malinda (2025), yang menyatakan bahwa salah satu alasan utama mengapa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan adalah karena para mahasiswa cenderung tertarik pada tantangan-tantangan dan hal-hal baru. Pendekatan yang diterapkan oleh Universitas Kristen Maranatha dalam mengajarkan kewirausahaan juga dianggap sangat relevan. Para mahasiswa tidak hanya dibekali dengan teori, tetapi juga dengan setiap keterampilan praktis dalam menjalankan bisnis.

Hasil pengolahan data pada hipotesis kelima (H_5) menemukan bahwa kapabilitas inovasi tidak memediasi hubungan antara kewirausahaan digital dan niat kewirausahaan. Hal ini menandakan bahwa meskipun mahasiswa terekspos pada teknologi digital, tanpa adanya proses internalisasi inovatif, pengaruh terhadap niat menjadi lemah. Dalam hal ini, teknologi tampak belum mampu menggantikan peran pembelajaran langsung yang bersifat reflektif dan aplikatif. Temuan ini memperkuat urgensi penguatan kurikulum kewirausahaan digital yang tidak hanya berfokus pada penguasaan alat tetapi juga pada penerapannya dalam inovasi dan pemecahan masalah riil.

Kaitan dengan profil responden juga penting dicatat, yang mana sebagian besar para mahasiswa berasal dari wilayah-wilayah urban, seperti DKI Jakarta dan Jawa Barat, yang relatif memiliki akses infrastruktur digital yang baik. Hasil ini menunjukkan bahwa akses saja tidak cukup, namun diperlukan pendekatan pendidikan digital yang membekali mahasiswa dengan keterampilan berpikir kritis, pemahaman model bisnis digital, serta kemampuan mengadaptasi teknologi untuk menghasilkan produk atau layanan baru yang bernilai. Secara keseluruhan, pembahasan ini menekankan bahwa pengembangan niat kewirausahaan mahasiswa yang tidak bisa dilepaskan dari kemampuan mereka dalam berinovasi dan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki peran utama dalam membentuk kemampuan tersebut. Kewirausahaan digital masih memerlukan penguatan, baik dari sisi kurikulum maupun pendekatan pembelajaran, agar mampu menjadi pendorong inovasi yang efektif. Oleh karena itu, hasil-hasil ini memberikan implikasi penting bagi pengambil kebijakan dan institusi pendidikan tinggi untuk menyelaraskan strategi pembelajaran kewirausahaan dengan kebutuhan era digital yang semakin kompetitif dan dinamis.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi, yang pada gilirannya meningkatkan niat kewirausahaan mahasiswa. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pendidikan yang terstruktur dan berbasis pengalaman mampu membentuk kemampuan berpikir inovatif yang menjadi landasan penting dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan. Sebaliknya, kewirausahaan digital tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi, yang mengindikasikan bahwa literasi dan pemanfaatan teknologi digital di kalangan mahasiswa belum optimal dalam mendorong proses inovatif. Kapabilitas inovasi terbukti memediasi hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan niat kewirausahaan, tetapi tidak memediasi hubungan dengan kewirausahaan digital. Dengan demikian, inovasi berperan sebagai penghubung penting dalam transformasi pembelajaran kewirausahaan menjadi motivasi untuk memulai usaha.

Berdasarkan hasil-hasil empiris penelitian, disarankan agar lembaga pendidikan tinggi meningkatkan kurikulum kewirausahaan mereka dengan menerapkan kerangka pembelajaran yang lebih pragmatis dan sarat dengan pengalaman. Peningkatan ini dapat dicapai melalui penggabungan inisiatif bisnis berbasis teknologi, simulasi bisnis digital, dan tugas kewirausahaan yang memaksa mahasiswa

untuk mengatasi tantangan otentik dengan solusi inovatif. Selain itu, sangat penting bagi universitas untuk memfasilitasi sesi pelatihan reguler yang bertujuan untuk menambah kompetensi inovatif mahasiswa yang dapat mencakup lokakarya kreativitas digital, seminar pemikiran desain, *bootcamp* inovasi yang berpusat pada kewirausahaan digital, serta mendorong kolaborasi aktif antara mahasiswa, fakultas, dan pemangku kepentingan industri digital melalui inisiatif, seperti program magang, bimbingan kewirausahaan digital, atau *hackathon* antar kampus. Disarankan juga agar lembaga akademik menawarkan modul literasi digital khusus yang mendukung upaya kewirausahaan, meliputi pemanfaatan *platform e-commerce*, metodologi pemasaran digital, dan penerapan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam suatu bisnis. Lembaga pendidikan juga harus terlibat dalam evaluasi sistematis tentang pengaruh program kewirausahaan pada kapasitas inovatif mahasiswa dan aspirasi kewirausahaan, menggunakan setiap instrumen dan indikator yang dapat diukur. Untuk pelaksanaan penelitian yang akan datang, disarankan untuk menyelidiki variabel-variabel tambahan seperti kreativitas, efikasi diri, atau adopsi teknologi sebagai mediator atau moderator potensial sehingga meningkatkan pemahaman dinamika yang melekat dalam kewirausahaan digital. Metodologi penelitian longitudinal atau eksperimental juga dapat dipertimbangkan untuk mengevaluasi keberhasilan intervensi pendidikan kewirausahaan dengan cara yang lebih komprehensif dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Adinata, A., Sholahuddin, M., Kuswati, R., & Wiyadi, W. (2023). The influence of innovation capability and entrepreneurship capability on e-marketing performance, mediated by competitive advantage, to enhance culinary SMEs in Ponorogo. *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*, 5(12), 130-139. <https://doi.org/10.32996/jhsss>
- Agustini, N. L. P. T. Y., & Subudi, M. (2018). Pengaruh kepuasan kerja, keadilan organisasional dan komitmen organisasional terhadap turnover intention karyawan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(12), 6703-6730. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i12.p12>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ali, A., Selamat, S. M., Musa, A. H., Antara, P. M., Beta, R. M. D. M., & Baharuddin, F. N. (2024). Preparing future entrepreneurs: Fostering innovation through experiential learning in higher education for the demands of the working environment. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 13(3), 3148-3157. <https://doi.org/10.6007/ijarped/v13-i3/22766>
- Amenah, A., Kusdyanti, H., & Wardana, L. W. (2024). The influence of entrepreneurship education and entrepreneurial orientation on entrepreneurial intention through locus of control in public high school students in Mojokerto District. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, 3(3), 256-270. <https://doi.org/10.54408/jabter.v3i3.265>
- Antonopoulou, K., & Begkos, C. (2020). Strategizing for digital innovations: Value propositions for transcending market boundaries. *Technological Forecasting and Social Change*, 156. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120042>
- Hair, J. F., Tomas, G., Hult, M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) 3rd Edition*. Sage Publishing. <https://www.researchgate.net/publication/354331182>
- Harding, D., Kadiyono, A. L., Hafiar, H., Ma'mun, T. N., Wibowo, H., Nugraha, Y., & Siswadi, A. G. P. (2020). Readiness of technology adaptation towards digital-based entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(1), 1-2. <https://www.abacademies.org/articles/Readiness-of-technology-adaptation-towards-digital-based-entrepreneurship-24-1.pdf>
- Iddris, F., Dogbe, C. S. K., & Kparl, E. M. (2022). Innovation education and entrepreneurial intentions among postgraduate students: The role of innovation competence and gender. *Cogent Education*, 9(1), 1-16. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2022.2083470>
- Ismail, R., Vanderstraeten, J., & Slabbinck, H. (2024). The student entrepreneurial intention cloud: A review of reviews. *Cogent Business and Management*, 11(1), 1-27. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2344046>

- Khan, M. A. (2022). Universities' involvement in promoting digital entrepreneurship and future digital entrepreneurship opportunities through digital technologies in Indonesia. *Journal of Intercultural Management*, 14(4), 39-59. <https://doi.org/10.2478/joim-2022-0015>
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(2), 353-375. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-06-2018-0425>
- Kurdyś, A. K., & Wojtkowska, A. (2023). To be or not to be an entrepreneur: What motivates and what limits students' entrepreneurial initiatives?. *Scientific Papers of Silesian University of Technology Organization and Management Series*, 2023(188), 259-278. <https://doi.org/10.29119/1641-3466.2023.188.15>
- Litchfield, R. C., Ford, C. M., & Gentry, R. J. (2015). Linking individual creativity to organizational innovation. *Journal of Creative Behavior*, 49(4), 279-294. <https://doi.org/10.1002/jocb.65>
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8). <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- Novianti, G., & Malinda, M. (2025). Peran keluarga dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 24(2), 195-212. <https://doi.org/10.28932/jmm.v24i2.10888>
- Patrick, Z., Rizal, A. M., Kamarudin, S., & Hee, O. C. (2018). Factors that hinder undergraduate students from venturing into businesses while studying. *5 th International Conference on New Ideas in Management, Economics and Accounting*, 61-81. <https://doi.org/10.33422/5imea.2018.02.49>
- Rambe, A. P., Nabila, S., Aulia, P. & Keling, M. (2023). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 44-49. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i1.527>
- Ridwan, M., Zaki, A., Mubarak, A. A., Sasongko, R. M., & Saputro, B. P. (2024). Exploring the effects of creativity and educational support on digital entrepreneurial intention. *JABis: Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2), 145-157. <https://doi.org/10.31315/jurnaladmbisnis.v22i2.12826>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Handbook of Market Research* (pp. 1-47). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2
- Suwardi, D. M., Machmud, A., & Iswanti, I. (2021). Peran pendidikan kewirausahaan terhadap inovasi mahasiswa yang dimediasi pengenalan peluang wirausaha. *Edunomic: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 69-81. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v9i1.4595>
- Van-ni, V., & Wijaya, A. (2021). Faktor niat berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(4), 1158-1167. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13511>
- Vera, M. D. M. S., & Vicent, P. L. (2024). The competence of digital entrepreneurship in education: Analysis of the perception of university students. *Intangible Capital*, 20(2), 376-392. <https://doi.org/10.3926/IC.2417>
- Yusof, K. N. C. K., Jaffar, R., Harun, @., Bakar, M. J. A., & Tahir, I. M. (2014). Motivational factors and obstacles to entrepreneurial intention among business students. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 8(5), 41-50. <https://ajbasweb.com/old/ajbas/2014/Special%202/41-50.pdf>
- Zamkova, N., Bondarenko, V., Pchelianska, G., Artyukh, O., & Murenko, T. (2021). Entrepreneurship education as a narrative creativity in digital technology coordinates. *International Journal of Entrepreneurship*, 25(7), 1-7. <https://www.abacademies.org/articles/entrepreneurship-education-as-a-narrative-creativity-in-digital-technology-coordinates-12005.html>
- Zampetakis, L. A., & Moustakis, V. (2006). Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(3), 413-428. <https://doi.org/10.1007/s11365-006-0006-z>
- Zhang, W., White, S., Wang, L., Zhao, Y., & Ye, Q. (2021). How does a new venture build a new product's legitimacy? Evidence from digital innovations in an established industry. *International Journal of Technology Management*, 87(2-4), 284-314. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2021.120928>

- Zhao, D., Tian, F., Sun, X., & Zhang, D. (2021). The effects of entrepreneurship on the enterprises' sustainable innovation capability in the digital era: The role of organizational commitment, person-organization value fit, and perceived organizational support. *Sustainability*, *13*(11), 1-18. <https://doi.org/10.3390/su13116156>
- Zhao, K., Yang, J., & Wu, W. (2023). Impacts of digital economy on urban entrepreneurial competencies: A spatial and nonlinear perspective. *Sustainability*, *15*(10), 1-16. <https://doi.org/10.3390/su15107900>