

CYBER ENTERPRENEURIAL INTENTION MAHASISWA FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS SEBELAS MARET

Tiffany Aprillia¹

Pendidikan Akuntansi, FKIP Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36A, Surakarta

tiffanyap30@student.uns.ac.id

Susilaningsih²

Pendidikan Akuntansi, FKIP Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36A, Surakarta

susilaningsih@staff.uns.ac.id

Nurhasan Hamidi³

Pendidikan Akuntansi, FKIP Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36A, Surakarta

nurhasanhamidi@staff.uns.ac.id

ABSTRACT

This study aims to identify what factors determine cyber entrepreneurial intentions of students of the Faculty of Teacher Training and Education, Sebelas Maret University. This research is a quantitative research with a correlational approach. The population in this study were students of the Accounting Education Study Program, Economic Education and Office Administration Education Class of 2019-2021. The sample were 258 students, taken from the population using Proportionate Stratified Random Sampling techniques. The data collection technique used in this study was a questionnaire to measure cyber entrepreneurial intentions of students of the Faculty of Teacher Training and Education, Sebelas Maret University. The data analysis technique used exploratory factor analysis. The results of research on determinants of students cyber entrepreneurial intentions found two new factors, including (1) self potential factors (45.509%) including digital knowledge, social media support, social support, personal attitudes, entrepreneurial education, entrepreneurial spirit, self efficacy, the need for achievement, and self-perception creativity; (2) perception factors (9.544%) include entrepreneurial role models, social background, perceived ease of use, and perceived expediency.

Keyword: *eksploratory factor analysis, entrepreneurship, cyber entrepreneurial intention, entrepreneurial education*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang menentukan *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi, Pendidikan Ekonomi dan Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2019-2021. Sampel yang diambil dari populasi penelitian adalah sejumlah 258 mahasiswa dengan menggunakan Teknik *proportionate stratified random sampling*. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan angket yang digunakan untuk mengukur *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret. Teknik analisis data menggunakan analisis faktor *eksploratory*. Hasil penelitian terhadap *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa didapatkan dua faktor baru antara lain (1) faktor potensi diri (45,509%) meliputi pengetahuan digital, dukungan media sosial, dukungan sosial, sikap pribadi, pendidikan kewirausahaan, semangat kewirausahaan, *self efficacy*, kebutuhan untuk berprestasi, dan kreativitas persepsi diri; (2) faktor persepsi (9,544%) meliputi *role model* kewirausahaan, latar belakang sosial, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kemanfaatan.

Kata Kunci: *analisis faktor eksploratory, kewirausahaan, cyber entrepreneurial intention, pendidikan kewirausahaan*

PENDAHULUAN

Banyaknya jumlah penduduk, pengangguran masih menjadi masalah bagi negara Indonesia. Hal tersebut terjadi disebabkan oleh adanya peningkatan jumlah lulusan sekolah yang tidak diikuti dengan meningkatnya jumlah lapangan pekerjaan (Franita & Fuady, 2019). Salah satu penyebab masalah pengangguran yaitu banyak mahasiswa lulusan perguruan tinggi yang hanya mencari pekerjaan formal di perusahaan daripada menciptakan lapangan kerja sendiri (Apidana, 2022).

Pengangguran dan kemiskinan pada dasarnya dapat ditekan jumlahnya dengan keberanian berwirausaha (Aprilianty, 2012). Pada tahun 2000-an, kewirausahaan mulai bergerak menuju teknologi baru. Adanya teknologi baru juga menumbuhkan bentuk kewirausahaan baru, termasuk *cyber entrepreneurship*. *Cyber entrepreneurship* merupakan era baru dari pertumbuhan dan perkembangan ekonomi (Hasbola, et al., 2020).

Cyber entrepreneurship adalah praktik bisnis berbasis internet dimana wirausahawan berusaha mendirikan perusahaan mereka melalui *platform* internet (Matlay, 2004). Studi sebelumnya telah banyak meneliti mengenai kewirausahaan dengan berbagai disiplin ilmu, perspektif dan metode penelitian (Falihat et al., 2022; Sansone et al., 2021; Alzamel et al., 2019) namun masih terbatas penelitian dan kajian yang membahas tentang *cyber entrepreneurship*. Studi *cyber entrepreneurship* merupakan aspek yang sangat penting dikarenakan dapat memberikan peran dan panduan bagi *cyber entrepreneur* di masa depan (Hasbola et al., 2020). *Cyber entrepreneurship* memainkan

peran konstruktif dalam masalah kewirausahaan. Oleh karena itu, ekspansi *cyber entrepreneurial* sangat penting dan signifikan bagi pembangunan ekonomi, pengurangan tingkat kemiskinan, dan pemberdayaan masyarakat (Hasbola, et al., 2020).

Pertumbuhan ekonomi pada sektor pariwisata dan perdagangan didorong oleh salah satu faktor yaitu pergeseran preferensi masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital. Selain itu, kontribusi ekonomi digital Indonesia terbesar diperoleh dari transaksi *e-commerce*, nilainya mencapai US\$53 miliar pada tahun 2021, dan diprediksi akan terjadi peningkatan sampai dengan US\$14 miliar pada tahun 2025, dengan level pertumbuhan 18% (Kemenko Perekonomian RI, 2022).

Rasio jumlah wirausaha yang ada di Indonesia hanya 3,47% atau sekitar 8,27 juta orang dari total penduduk Indonesia (BPS, 2023). Jumlah tersebut masih kalah dari negara tetangga seperti Thailand sebesar 4,26%, Malaysia sebesar 4,74%, bahkan di Singapura sebesar 8,76%. Jumlah wirausaha negara Indonesia masih tergolong rendah, padahal banyaknya jumlah wirausaha merupakan salah satu indikator untuk menjadi negara maju. Berdasarkan data BPS di Indonesia pada tahun 2022 terdapat peningkatan persentase usaha dalam jaringan (*daring*) yaitu sebesar 34,10% dibandingkan dengan tahun 2021 yang sebesar 32,23%. Meskipun meningkat, namun persentase tersebut masih tergolong rendah dibandingkan dengan pelaku usaha konvensional yang persentasenya sebesar 67,77% pada tahun 2021 dan 65,9% pada tahun 2022. Apabila dilihat dari tingkat pendidikannya, terdapat 76,2% pelaku usaha *daring* di Indonesia yang mayoritas merupakan lulusan SMA/SMK sederajat. Kemudian untuk lulusan Diploma dan Sarjana hanya sebesar

17,14% (Dukcapil, 2022). Hal tersebut membuktikan bahwa intensi mahasiswa terhadap *cyber entrepreneurship* masih rendah.

Cyber entrepreneurship memiliki beberapa keuntungan seperti biaya operasional yang lebih rendah untuk pemula, meningkatkan komunikasi, cepat dalam beroperasi, dan pengelolaan lingkungan bisnis secara efektif (Al Halbusi, et al., 2022). *Cyber entrepreneurship* menawarkan peluang untuk memulai bisnis dari rumah, sehingga dapat membantu beberapa individu yang menghadapi kesulitan dalam mencari pekerjaan (Lai & To, 2020).

Variabel pertama yang digunakan dalam penelitian yaitu kebutuhan untuk berprestasi. Kebutuhan untuk berprestasi adalah dorongan yang didorong oleh emosi dan aspirasi yang berkaitan dengan prestasi. Maharani, dkk. (2020) dalam penelitiannya mengaitkan kebutuhan untuk berprestasi dengan perilaku kewirausahaan, dan hasilnya menyatakan bahwa faktor motivasi merupakan indikasi dari seberapa keras dan seberapa besar usaha serta upaya yang bersedia mereka lakukan dalam merencanakan dan menerapkan perilaku kewirausahaan mereka. Indikator kebutuhan untuk berprestasi yang digunakan dalam penelitian ini menurut Zovko, dkk. (2020) yaitu sebagai berikut: keinginan untuk sukses yang tinggi; menguasai bidang yang sedang dialami; kompetitif; dan memiliki tujuan untuk mencapai sesuatu di atas standar yang sudah ditentukan.

Variabel kedua yaitu latar belakang sosial. Latar belakang sosial digunakan untuk mengukur tekanan sosial yang dirasakan yang akan memengaruhi perilaku kewirausahaan (Badaruddin, dkk., 2012). Indikator latar belakang sosial yang digunakan dalam penelitian

ini menurut Badaruddin, dkk. (2012) yaitu sebagai berikut: pengaruh keluarga; kerabat, atau teman; dan pengaruh pekerjaan orang tua.

Variabel ketiga yaitu Pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan merupakan langkah kebijakan yang penting, karena dapat meningkatkan kemampuan kewirausahaan (Cavallo, dkk., 2018) yang dapat menumbuhkan niat berwirausaha (Lai & To, 2020; Sansone, dkk., 2021). Pendidikan kewirausahaan tidak hanya dilihat sebagai alat bagi mereka yang telah memutuskan untuk berwirausaha, tetapi harus menjadi instrumen kebijakan untuk membuat lebih banyak orang sadar akan pilihan karir kewirausahaan (Linan, et al., 2010). Adanya program pendidikan kewirausahaan memainkan peran yang nyata dalam menumbuhkan kesadaran siswa bahwa mereka memiliki kemampuan dalam melakukan kegiatan wirausaha dan menunjukkan bahwa kelemahan manajemen mereka perlu ditingkatkan (Zovko, et al., 2020). Indikator pendidikan kewirausahaan yang digunakan dalam penelitian ini menurut Adnyana & Purnami (2016) yaitu sebagai berikut: pendidikan kewirausahaan menumbuhkan keinginan berwirausaha; menambah ilmu dan wawasan mengenai kewirausahaan; dan menumbuhkan kesadaran adanya peluang bisnis.

Variabel keempat yaitu *Role model*. *Role model* merupakan seseorang yang dapat memberikan informasi, bimbingan, dan dukungan sehingga *role model* merupakan pengaruh penting dalam pengambilan keputusan mengenai karir (Entrialgo, 2017). Adanya seorang *role model* kewirausahaan dapat merangsang tumbuhnya niat berwirausaha. Indikator *role model* kewirausahaan yang digunakan dalam penelitian

ini menurut Al Halbusi, dkk. (2022) yaitu sebagai berikut: seseorang dengan pengalaman bisnis yang efektif; seseorang dengan sikap mendukung dan menginspirasi kewirausahaan; dan interaksi konsisten dengan panutan.

Variabel kelima yaitu persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada kemudahan dimana individu dapat mengakses dan memanfaatkan sumber daya yang dibutuhkan untuk mendukung dan memajukan karir kewirausahaan (Alzamel, dkk., 2019). Indikator persepsi kemudahan penggunaan yang digunakan dalam penelitian ini menurut Adiputra dan Suartini (2016) yaitu kepercayaan bahwa teknologi tersebut digunakan dan bermanfaat.

Variabel keenam yaitu persepsi kemanfaatan. Persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan yang dimiliki seseorang bahwa suatu teknologi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerjanya (Adiputra & Suartini, 2016). Indikator persepsi kemanfaatan yang digunakan dalam penelitian ini menurut Adiputra dan Suartini (2016) yaitu kepercayaan bahwa teknologi dapat meningkatkan kinerjanya.

Variabel ketujuh yaitu kreativitas persepsi diri. Kreativitas persepsi diri yaitu mengenai potensi, bakat, dan kemampuan kreatif individu, yang mengacu pada seberapa banyak orang yang percaya bahwa seseorang dapat menghasilkan ide-ide kreatif dan bermanfaat (Al Halbusi, dkk., 2022). Semakin tinggi kepercayaan individu atas kreativitasnya, maka semakin tinggi pula niat individu untuk menjadi seorang wirausahawan (Kumar & Shukla, 2019). Indikator kreativitas persepsi diri yang digunakan dalam penelitian ini menurut Al Halbusi, dkk. (2022) yaitu kepercayaan menghasilkan ide kreatif dan inovatif.

Variabel kedelapan yaitu semangat kewirausahaan. Semangat kewirausahaan dapat mendorong seseorang untuk berpikir positif mengenai hasil kewirausahaan, sehingga mereka menjadi lebih percaya diri tentang potensi keberhasilan di dunia usaha (Al Halbusi, dkk., 2022). Indikator semangat kewirausahaan yang digunakan dalam penelitian ini menurut Al Halbusi, dkk. (2022) yaitu sebagai berikut: kepercayaan mengenai potensi keberhasilan yang dimiliki; keterlibatan dalam kegiatan kewirausahaan; dan berani dalam menghadapi risiko dan tantangan.

Variabel kesembilan yaitu *self efficacy*. *Self efficacy cyber entrepreneurial* merupakan tingkat kepercayaan individu dalam kemampuan berwirausaha mereka dan oleh karena itu dapat memprediksi niat *cyber entrepreneurial* (Chang, dkk., 2019). Indikator *self efficacy* yang digunakan dalam penelitian ini menurut Adnyana & Purnami (2016) yaitu sebagai berikut: keyakinan atas kemampuan yang dimiliki; keyakinan diri untuk mengelola usaha; dan memiliki kematangan mental dalam memulai usaha.

Variabel kesepuluh yaitu persepsi dukungan sosial. Persepsi dukungan sosial terkait dengan persepsi dan aktualitas individu, bahwa mereka dihargai, diperhatikan, dan merupakan bagian dari jaringan sosial yang mendukung (Alzamel, dkk., 2019). Indikator dukungan sosial yang digunakan dalam penelitian ini menurut Alzamel, dkk. (2019) yaitu dukungan orang tua, keluarga, teman, dosen, dan lingkungan sekitar (budaya dan pergaulan).

Variabel kesebelas yaitu pengetahuan digital. Pengetahuan digital merupakan *basic* pengetahuan yang harus dipahami dengan baik sebe-

um memulai bisnis online. Sejalan dengan pendapat Badaruddin, dkk. (2012) bahwa apabila seorang mahasiswa memiliki pengetahuan digital yang baik, mengetahui kelebihan serta manfaatnya, maka mahasiswa tersebut memiliki potensi lebih berkeinginan untuk menjadi seorang *-cyber entrepreneurial*. Indikator pengetahuan digital yang digunakan dalam penelitian ini menurut Badaruddin, dkk. (2012) yaitu pengetahuan TI dan pemanfaatan media digital yang baik.

Variabel kedua belas yaitu sikap individu. Sikap individu terhadap intensi berwirausaha dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor tersebut yang memengaruhi niat dan keputusan mereka untuk memulai bisnis (Badaruddin, dkk., 2012). Indikator sikap pribadi yang digunakan dalam penelitian ini menurut Lai & To (2020) yaitu sebagai berikut: tertarik dengan peluang usaha; memiliki pandangan positif terhadap kegagalan; dan suka menghadapi tantangan dan risiko.

Peningkatan jiwa wirausaha pada masyarakat dan generasi muda khususnya di kalangan mahasiswa dapat dilakukan melalui program kewirausahaan. Program pemerintah mengenai kurikulum pendidikan mewajibkan mata kuliah kewirausahaan untuk diambil oleh setiap mahasiswa. Adanya pembelajaran kewirausahaan mahasiswa mendapatkan pengetahuan dan keterampilan dalam berwirausaha, sehingga dapat meningkatkan sikap positif mahasiswa terhadap kewirausahaan (Ilham et al., 2020).

Langkah pertama yang harus dilakukan untuk memulai kegiatan wirausaha yaitu menumbuhkan intensi berwirausaha. Intensi *cyber entrepreneurial* merupakan salah satu topik penting untuk diteliti dikarenakan menum-

buhkan intensi kewirausahaan di lingkungan pendidikan dinilai memiliki dampak yang mendukung serta menginspirasi mahasiswa dalam mempersiapkan karir kewirausahaan (Smith & Worsfold, 2015). Menjadi wirausahawan secara tidak langsung telah menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan kesempatan kerja. Hal ini akan menurunkan tingkat pengangguran nasional (Kustini & Ayuni, 2020). Faktor-faktor yang dipandang dapat menentukan intensi dalam berwirausaha perlu dianalisis untuk melihat seberapa besar niat seseorang menjadi wirausaha (Ilham, dkk., 2020). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang menentukan *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret.

METODE

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional (Azwar, 2016, hlm 7) yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Akuntansi, Pendidikan Ekonomi, dan Pendidikan Administrasi Perkantoran FKIP UNS yang sudah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *propotionate stratified random sampling* (Sugiyono, 2019, hlm 288). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 258 mahasiswa Pendidikan Akuntansi, Pendidikan Ekonomi, dan Pendidikan Administrasi Perkantoran yang terdiri dari mahasiswa tahun

Angkatan 2019, 2020, dan 2021.

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibuat berdasarkan skala Likert. Pengambilan data dilakukan melalui instrumen yang disampaikan dengan menggunakan *google form* yang disebar pada setiap kelas pada tiga program studi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret. Sebelum distribusi instrumen dilakukan, responden dan peneliti sudah melakukan komunikasi yang sangat baik. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen dapat diisi dan dikembalikan dengan baik. Instrumen pada penelitian ini terdiri dari 13 variabel terukur yang digunakan untuk menentukan faktor *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa. Variabel dalam penelitian terdiri dari kebutuhan untuk berprestasi (X1), latar belakang sosial (X2), pendidikan kewirausahaan (X3), *role model* kewirausahaan (X4), persepsi kemudahan penggunaan (X5), persepsi kemanfaatan (X6), kreativitas persepsi diri (X7), semangat kewirausahaan (X8), dukungan media sosial (X9), *self efficacy* (X10), dukungan sosial (X11), pengetahuan digital (X12), dan sikap pribadi (X13).

Uji validitas instrumen pada penelitian ini menggunakan validitas konstruk. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis faktor *eksploratory* dengan bantuan software SPSS versi 27 untuk memudahkan dalam penggunaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis faktor *eksploratory*, dari 13 variabel yang diuji untuk menentukan faktor *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Sebelas Maret diperoleh informasi sebagai berikut:

Uji *Barlett's Test off Sphericity*

Uji *Bartlett's test of sphericity* dilakukan dengan tujuan untuk melihat normalitas data dengan taraf signifikansi kurang dari 0,05. Berikut hasil *Barlett's Test off Sphericity*.

Gambar 1. Hasil Uji *Barlett's Test off Sphericity*

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.908
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1465,939
	df	78
	Sig.	<.001

(Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023)

Berdasarkan hasil uji *Barlett's* pada gambar 1 untuk 59 item pernyataan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,00. Hal ini berarti pada antar item pernyataan terjadi korelasi (signifikansi <0,05) sehingga item pernyataan tersebut layak untuk dilakukan analisis faktor.

Uji *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)*

Uji *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* dilakukan untuk memutuskan kelayakan analisis faktor. Berdasarkan hasil uji KMO yang disajikan pada gambar 1 di atas, dapat dilihat nilai KMO sebesar 0,908 yang berarti $0,908 > 0,5$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel dan sampel yang ada sudah bisa dianalisis menggunakan analisis faktor.

Uji *Measure of Sampling Adequacy (MSA)*

Uji *Measure of Sampling Adequacy (MSA)* dilakukan untuk mengukur kecukupan sampling dari setiap variabel. Nilai MSA terangkum dalam tabel Anti Image Matrices. Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa 13 variabel memiliki nilai $MSA > 0,5$

sehingga semua variabel dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

Ekstraksi Faktor

Ekstraksi faktor dilakukan pada sejumlah variabel yang ada, sehingga terbentuk satu faktor atau lebih. Metode yang digunakan pembuatan faktor untuk menentukan banyaknya faktor yang terbentuk yaitu dengan menggunakan metode *Principal Component*.

Berdasarkan hasil analisis data terdapat dua komponen yang memiliki *eigenvalue* lebih dari 1,0 dengan demikian dua komponen tersebut layak dipertimbangkan untuk menjadi faktor baru. Faktor pertama mampu menjelaskan 45,509% variansi, dan faktor kedua mampu menjelaskan 9,544% variansi.

Rotasi Faktor

Langkah selanjutnya yaitu menentukan variabel apa yang akan masuk ke faktor mana. Setelah proses rotasi faktor dilakukan pada penelitian ini maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Rotasi Faktor

Faktor	Variabel	Initial Eigenvalues		
		Total	% of Variance	Cumulative %
1	X ₁₂	,818	45,509	45,509
	X ₉	,737		
	X ₁₁	,733		
	X ₁₃	,727		
	X ₃	,633		
	X ₈	,602		
	X ₁₀	,579		
	X ₁	,545		
	X ₇	,539		
2	X ₄	,766	9,544	55,054
	X ₂	,755		
	X ₅	,542		
	X ₆	,519		

(Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023)

Berdasarkan pada hasil rotasi faktor maka 13 variabel tersebar dalam 2 kelompok faktor baru. Faktor tersebut yaitu faktor potensi diri (F1) dan faktor persepsi (F2). Faktor potensi diri

terdiri dari variabel pengetahuan digital (*-loading* 0,818), variabel dukungan media sosial (*loading* 0,737), variabel dukungan sosial (*-loading* 0,733), variabel sikap pribadi (*-loading* 0,727), variabel pendidikan kewirausahaan (*-loading* 0,633), variabel semangat kewirausahaan (*loading* 602), variabel *self efficacy* (*-loading* 0,579), variabel kebutuhan untuk berprestasi (*-loading* 0,545), dan variabel kreativitas persepsi diri (*-loading* 0,539).

Faktor persepsi terdiri dari variabel *role model* kewirausahaan (*loading* 0,766), variabel latar belakang sosial (*loading* 0,755), variabel persepsi kemudahan penggunaan (*loading* 0,542), dan variabel persepsi kemanfaatan (*loading* 0,519).

Pembahasan

Faktor Potensi Diri

Faktor ini dinamakan faktor potensi diri. Potensi diri merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang yang memiliki kemungkinan untuk dikembangkan agar dapat berprestasi karena kemampuan tersebut masih terpendam pada diri seseorang (Yumnah, 2016). Potensi diri yang dimiliki seseorang berpengaruh pada pembentukan pemahaman diri dan konsep diri. Pemahaman diri merupakan hal yang penting bagi setiap individu untuk memahami dirinya secara realistis, baik kekuatan maupun kelemahannya. Hal tersebut sangat penting dalam upaya untuk memahami diri, mengarahkan diri, dan juga mengembangkan diri (Kartianti & Asgar, 2021). Potensi utama dalam membangun dan mengembangkan kewirausahaan yang berhasil dimulai dari pendidikan dan pengalaman usaha kecil yang dimiliki seseorang (Alma dalam Vejayaratnam, et al., 2019). Potensi wirausaha dapat dikembangkan melalui faktor potensi diri

yang ada sehingga kemampuan mahasiswa dapat ditingkatkan untuk menjadi wirausaha yang sukses di masa depan.

Variabel pertama yang terkait dengan faktor pertama, yaitu pengetahuan digital. Pengetahuan digital memiliki *factor loading* tertinggi sebesar 0,818 yang berarti variabel ini memiliki hubungan paling besar terhadap faktor pertama dibandingkan dengan variabel yang lain. Pengetahuan digital merupakan *basic* pengetahuan yang harus dipahami dengan baik sebelum memulai bisnis online. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Badaruddin, et al., (2012) dan Felix & Pandithasekara (2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan digital menentukan *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan digital akan memiliki potensi yang lebih besar untuk berkecimpung ke dalam kewirausahaan *cyber*. Pentingnya memahami pengetahuan digital juga dikarenakan adanya perbedaan cara bertransaksi pada kewirausahaan *cyber* dan kewirausahaan tradisional, sehingga dengan pengetahuan digital yang memadai dapat membantu pengoperasian kewirausahaan *cyber* secara efisien.

Variabel kedua yang terkait dengan faktor pertama yaitu dukungan media sosial. Penggunaan media sosial dapat mendukung kemampuan wirausahawan untuk menemukan peluang yang mengarah pada penciptaan bisnis digital. Media sosial dapat memfasilitasi komunikasi dan proses pengambilan keputusan (Lai & To, 2020). Penggunaan media sosial juga dapat memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, mendapatkan informasi, serta kemudahan aksesibilitas dan konektivitas media sosial. Oleh karena itu, wirausahawan harus menggunakan

platform media sosial sebagai alat bantu untuk menciptakan bisnis digital baru.

Variabel ketiga yang terkait dengan faktor pertama yaitu dukungan sosial. Ketika individu memiliki dukungan sosial yang menguntungkan untuk berwirausaha, mereka akan lebih cenderung memiliki sikap yang mendukung untuk memulai suatu usaha (Younis, et al., 2020). Mahasiswa memiliki kepercayaan yang lebih besar terhadap kemampuan mereka untuk memulai usaha baru ketika mereka merasa memiliki dukungan sosial ataupun akses ke informasi atau dana tertentu.

Variabel keempat yang terkait dengan faktor pertama, yaitu sikap pribadi. Mahasiswa yang berambisi untuk menjadi seorang wirausaha memiliki intensi yang tinggi terhadap kewirausahaan *cyber*. Tingginya intensi terhadap kewirausahaan *cyber* juga dipengaruhi oleh kesadaran mereka tentang terbatasnya penghasilan yang akan mereka dapatkan apabila hanya bekerja sebagai seorang karyawan. Berbeda dengan menjadi seorang wirausaha yang memiliki peluang untuk mendapatkan lebih banyak penghasilan yang tidak terbatas sehingga membuat mereka ingin mengambil tantangan dalam pekerjaan masa depan mereka. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Lai & To (2020) yang menyatakan bahwa sikap pribadi menentukan *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki kesempatan dan sumber daya memiliki intensi berwirausaha *cyber* lebih tinggi dikarenakan dapat memberikan peluang untuk menerapkan ide dan gagasan yang mereka miliki, memberikan peluang untuk menantang diri mereka dan menjadikan mereka lebih mandiri, sehingga karir sebagai wirausaha *cyber* menjadi menarik bagi

mereka.

Variabel kelima yang terkait dengan faktor pertama yaitu pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan yang telah diperoleh pada bangku perkuliahan menawarkan kepada mahasiswa jalur alternatif untuk memasuki dunia kerja. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Lai & To (2020) yang menyatakan bahwa individu yang mendapatkan pendidikan kewirausahaan menunjukkan intensi kewirausahaan yang lebih kuat dibandingkan dengan individu yang tidak mendapatkan pendidikan kewirausahaan.

Pendidikan kewirausahaan yang didapatkan mahasiswa melalui mata kuliah kewirausahaan tidak hanya sekedar pengetahuan tentang materi kewirausahaan, namun juga praktik kewirausahaan serta keikutsertaan dalam ajang kewirausahaan. Hal tersebut dapat mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam mengenali peluang, memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan kewirausahaan, meningkatkan kemampuan kewirausahaan dan membangun keterampilan kewirausahaan. Selain itu, menurut Susilaning-sih, et al (2022) meskipun program pendidikan kewirausahaan dilaksanakan dalam bentuk perkuliahan dan pelatihan, namun juga harus diselenggarakan secara konsisten dan berkesinambungan melalui berbagai kegiatan. Mereka harus memiliki tujuan eksplisit seperti beasiswa kewirausahaan dan pengusaha berbasis pengetahuan. Sanchez et al (2019) menyatakan program pengembangan kewirausahaan pada perguruan tinggi harus memiliki kebijakan dan prosedur yang terkomunikasikan dengan baik dan jelas, hal tersebut untuk mengatasi hambatan pengembangan kewirausahaan, menciptakan bu-

daya kewirausahaan, dan mendukung perbaikan berkelanjutan.

Variabel keenam yang terkait dengan faktor pertama yaitu semangat kewirausahaan. Semangat kewirausahaan memiliki kemampuan untuk memengaruhi kemampuan kognitif kewirausahaan, yang pada gilirannya dapat memberikan dampak positif yang kuat pada kemandirian berwirausaha (Al Halbusi, et al., 2022). Wirausahawan yang bersemangat memiliki kepercayaan diri dan kompeten dalam mengevaluasi peluang bisnis. Ketika semangat kewirausahaan individu untuk berwirausaha kuat, maka dia akan tertarik untuk mendeteksi kebutuhan konsumen baru, belajar tentang produk baru, dan memperoleh keterampilan pengembangan usaha baru (Cardon, et al., 2013). Walaupun ada kesulitan dan hambatan dalam berwirausaha, para wirausahawan hebat akan tetap bertahan, yang erat kaitannya dengan semangat kewirausahaan. Hal ini memberikan kepercayaan diri yang diperlukan untuk menghadapi risiko dan tantangan.

Strategi dan metode pembelajaran yang tepat dapat menumbuhkan semangat kewirausahaan mahasiswa (Kurniawan, et al., 2021). Pemberian motivasi serta pandangan baru mengenai profesi wirausaha pada proses pembelajaran berlangsung dapat menarik mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha. Semakin tertarik mereka untuk berwirausaha, maka mereka akan semakin percaya diri dengan kemampuan mereka untuk memecahkan kesulitan dan masalah, yang pada gilirannya dapat memengaruhi niat kewirausahaan mereka (Al Halbusi, et al., 2020).

Variabel ketujuh yang terkait dengan faktor pertama yaitu *self efficacy*. *Self efficacy*

dapat ditingkatkan melalui pendidikan atau pengalaman (Shi, et al., 2020). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Chang, et al (2019) yang menyatakan bahwa dalam hal *cyber entrepreneurship* mahasiswa dengan tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam berwirausaha akan lebih bersedia untuk memulai bisnis. Mahasiswa yang memiliki kepercayaan diri tinggi untuk mengendalikan lingkungannya sendiri cenderung memiliki sikap yang baik terhadap kewirausahaan daripada yang lain (Younis, et al., 2020). Apabila mahasiswa memiliki keyakinan atas kemampuan yang dimiliki maka mahasiswa juga memiliki keyakinan bahwa mereka dapat mengelola usahanya sendiri.

Variabel kedelapan yang terkait dengan faktor pertama yaitu kebutuhan untuk berprestasi. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Younis, et al (2020) yang menyatakan bahwa individu yang memiliki kebutuhan untuk berprestasi tinggi cenderung bertanggung jawab, pekerja keras dengan keinginan kuat untuk berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha ditentukan oleh kebutuhan untuk berprestasi (Vejayaratnam et al, 2019). Mahasiswa yang memiliki kebutuhan untuk berprestasi tinggi juga memiliki keinginan besar untuk sukses dalam pekerjaan mereka di masa depan. Hal tersebut membuat mahasiswa akan melakukan yang terbaik pada setiap hal yang mereka kerjakan. Mahasiswa juga menetapkan target yang akan mereka capai dan mereka lebih cenderung bertindak dengan cara kewirausahaan daripada orang lain di sekitar mereka, misalnya mereka dapat melihat peluang dan memanfaatkannya.

Variabel kesembilan yang terkait dengan

faktor pertama yaitu kreativitas persepsi diri. Kreativitas pada tingkat individu mengacu pada proses dimana seorang wirausaha dapat menggabungkan sumber daya yang ada dan menghasilkan ide-ide baru untuk menciptakan bisnis yang inovatif. Mahasiswa dengan kreativitas tinggi dapat mempertahankan sikap positif dan kepercayaan diri yang tinggi dalam kegiatan wirausaha dikarenakan kreativitas mencakup karakteristik dan keterampilan individu (Abdelfattah, et al., 2022). Kreativitas tidak hanya penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif, namun juga sangat penting bagi kesinambungan perusahaan. Hal tersebut berarti bahwa dalam menghadapi tantangan global diperlukan sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, dan berjiwa kewirausahaan (Rumijati, 2010). Kreativitas persepsi diri berfokus pada pemikiran dan tindakan rasional, yang dapat mendukung keterbukaan individu dalam belajar (Abdelfattah, et al., 2022).

Faktor Persepsi

Faktor kedua tersebut diberi nama faktor persepsi. Pemberian nama pada faktor tersebut dikarenakan persepsi merupakan proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Persepsi dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Persepsi eksternal diartikan sebagai persepsi individu terhadap tekanan sosial dari lingkungan sekitar individu tersebut. *Role model* kewirausahaan dan latar belakang sosial merupakan faktor yang berasal dari lingkungan misalnya mahasiswa memiliki orang tua yang berlatar belakang wirausahawan. Hal tersebut dapat memengaruhi intensi mahasiswa untuk mengikuti karir sebagai seorang wirausahawan. Sedangkan persepsi internal diartikan sebagai persepsi yang

terjadi karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam diri individu. Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan merupakan karakteristik individu yang merangsang mereka untuk melakukan kegiatan wirausaha.

Variabel pertama yang terkait dengan faktor kedua adalah *role model* kewirausahaan. Individu yang tertarik berwirausaha dipengaruhi oleh *role model* ketika mereka menyelaraskan ambisi mereka dengan *role model* mereka. *Role model* kewirausahaan melalui narasumber, studi kasus wirausahawan atau *influencer* bisnis dapat menginspirasi mahasiswa untuk mempertimbangkan aspek positif kewirausahaan sebagai jalur karir masa depan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Al Halbusi, et al (2022) yang menyatakan bahwa *role model* kewirausahaan menentukan *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa. Mahasiswa yang sering berinteraksi serta mendapatkan informasi, dukungan maupun bimbingan dari *role model* mereka lebih mungkin untuk berkarir menjadi seorang wirausaha dikarenakan seorang *role model* memiliki pengaruh penting dalam pengambilan keputusan mengenai karir mereka.

Variabel kedua yang terkait dengan faktor kedua adalah latar belakang sosial. Beberapa ahli telah menunjukkan bahwa keputusan pilihan karir anak dipengaruhi oleh kegiatan profesional orang tua. Apabila mahasiswa memiliki orang tua atau anggota keluarga yang berwirausaha, maka mahasiswa cenderung untuk mengikuti karir sebagai wirausaha. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Younis, et al (2022) menunjukkan bahwa latar belakang sosial memengaruhi *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa. Jaringan sosial di

mana individu tersebut berada dapat digunakan untuk memprediksi *cyber entrepreneurial intention* mereka.

Variabel ketiga yang terkait dengan faktor kedua adalah persepsi kemudahan penggunaan. Sistem informasi yang dipersepsikan lebih mudah oleh pengguna dan mempunyai kompleksitas yang lebih sedikit akan memiliki kemungkinan yang lebih tinggi untuk diadopsi dan digunakan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Adiputra & Suartini (2016) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memengaruhi *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa. Apabila mahasiswa merasakan kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi informasi, maka semakin tinggi pula *cyber entrepreneurial intention* yang dimiliki mahasiswa. Mahasiswa yang mendukung penggunaan teknologi secara otomatis juga akan mendorong pemanfaatan serta penggunaan suatu teknologi informasi.

Variabel keempat yang terkait dengan faktor kedua adalah persepsi kemanfaatan. Persepsi kemanfaatan diartikan sebagai kepercayaan bahwa suatu teknologi dapat meningkatkan kinerjanya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Adiputra & Suartini (2016) yang menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan memengaruhi *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa. Teknologi informasi dipercaya dapat meningkatkan kinerja individu, menambah tingkat produktivitas individu, meningkatkan efektivitas dan memiliki banyak manfaat lainnya bagi individu. Apabila mahasiswa mengetahui manfaat positif atau kegunaan dari teknologi informasi tersebut, maka mahasiswa juga akan merasa semakin mudah untuk menggunakan internet dan semakin mudah un-

tuk menggunakan internet dan semakin mudah untuk mendapatkan manfaat dari teknologi tersebut, sehingga *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa juga semakin tinggi apabila merasakan manfaat dari suatu teknologi informasi yang digunakan. Vejayaratnam et al (2019) menyatakan bahwa karir *cyber entrepreneur* dapat memberikan berbagai manfaat seperti finansial yang lebih menguntungkan, peluang bisnis yang lebih banyak, paparan teknologi baru, kehidupan yang nyaman, dan pengembangan potensi diri.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor yang menentukan *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa FKIP UNS. Faktor tersebut yaitu (1) Faktor potensi diri memiliki *eigenvalues* sebesar 5,916% dan nilai *cumulative* sebesar 45,509%. Faktor ini terdiri dari delapan variabel, yaitu pengetahuan digital, dukungan media sosial, dukungan sosial, sikap pribadi, pendidikan kewirausahaan, semangat kewirausahaan, *self efficacy*, kebutuhan untuk berprestasi, dan kreativitas persepsi diri. (2) Faktor persepsi memiliki *eigenvalues* sebesar 1,241% dan nilai *cumulative* sebesar 9,544%. Faktor ini terdiri dari lima variabel, yaitu *role model* kewirausahaan, latar belakang sosial, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kemanfaatan.

Saran bagi lembaga pendidikan diharapkan mengupayakan agar tingkat *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa tinggi dengan memperhatikan dan melakukan evaluasi program pendidikan kewirausahaan. Evaluasi

juga harus diperhatikan, mengingat bahwa peningkatan *cyber entrepreneurial intention* tidak hanya melalui perkuliahan dan pelatihan, namun juga harus diselenggarakan secara konsisten dan berkesinambungan melalui berbagai kegiatan. Program pendidikan kewirausahaan juga harus memiliki tujuan eksplisit seperti beasiswa kewirausahaan, sehingga dapat memberikan peluang bagi mahasiswa untuk dapat mengimplementasikan ide dan gagasan yang mereka miliki dan juga dapat meningkatkan kemampuan serta membangun keterampilan kewirausahaan.

Keterbatasan dan Penelitian Masa Depan

Faktor *cyber entrepreneurial intention* mahasiswa dalam penelitian ini tidak sebatas pada faktor yang hanya disebutkan oleh peneliti, sehingga perlu diadakan penelitian pengembangan maupun penelitian lain untuk mengkaji lebih dalam mengenai faktor lain seperti faktor demografi, budaya, dan kepribadian. Bagi mahasiswa istilah '*cyber entrepreneurial*' masih cukup asing dan pemahaman yang diterima tiap responden berbeda, sehingga jawaban yang diterima juga bervariasi meskipun sudah didampingi dan diberikan penjelasan.

Penelitian ini juga hanya mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan niat tidak ada kelanjutan antara niat ke perilaku, sehingga pada penelitian selanjutnya dapat lebih berkonsentrasi pada transisi niat ke perilaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelfattah, F., Al Habusi, H., & Al-Brwani, R. (2022). Influence of self-perceived creativity and social media use in predicting E-entrepreneurial intention. *International Journal of Innovation Studies*, 119-127. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2022.04.003>.

- Adiputra, M. W., & Suartini, I. W. (2016). Model Pendekatan Teknologi Penerimaan dan Teori Reasoned Action Dalam Niat Bisnis Online. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian-Denpasar*, 189-196.
- Afista, Y., & Hidayatullah, M. (2020). Locus Of Control Internal dan Niat Wirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 163-168.
- Al Halbusi, H., Acosta, P. S., & Popa, S. (2022). Entrepreneurial passion, role models and self-perceived creativity as antecedents of e-entrepreneurial intention in an emerging Asian economy: The moderating effect of social media. *Asia Pacific Journal of Management*, 1-2. <https://doi.org/10.1007/s10490-022-09857-2>.
- Alzamel, S., Nor, M., Omar, S. B., & Mohammed, M. M. (2019). The Mediation Role of Resource Accessibility between Perceived Social Support and e-Entrepreneurial Intention of Female Students in Saudi Arabia. *Journal of Technology Management and Business*, 6(3), 76-84. <https://doi.org/10.30880/jtmb.2019.06.03.008>.
- Apidana, Y. (2022). Pengaruh Literasi Digital, Internal Locus Of Control dan Dukungan Akademik Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 666-682.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Badaruddin, M., Arokiasamy, D., Nordin, D., Yusof, D., & Zakaria, T. (2021). Cyber-Entrepreneurial Intention Among Business Undergraduates In Institutions Of Higher Learning In Malaysia. *2nd International Conference On Management*, 869-881.
- Cardon, M., Gregoire, D., Stevens, C., & Patel, P. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of bussines venturing*, 28(3), 373-396.
- Cavallo, A., Ghezzi, A., Balocco, R., & Casali, G. (2020). Agglomeration dynamics of innovative start-ups in Italy beyond the industrial district era. *International entrepreneurship and management journal*, 16(1), 239-262.
- Falahat, M., Soto-Acosta, P., & Ramayah, T. (2022). Analysing the importance international knowledge, orientation, networking, commitment as entrepreneurial culture and market orientation in gaining competitive advantage and international performance. *International Marketing Review*, 39(3), 463-481.
- Felix, M., & Padithasekara, D. (2022). Factors Affecting the E-entrepreneurial Intention among Generation Z of Sri Lanka. *International Journal of Research Publication and Review*, 767-779. <https://doi.org/10.55248/gengpi.2022.3.9.17>.
- Franita, R., & Fuady, A. (2019). Analisa Pengangguran Di Indonesia. *Nusantara (Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 6(1), 88-93.
- Hasbola, H., Mamat, S. A., Abdullah, Z., & Sidek, S. (2020). A Review On Cyber Entrepreneurship In Malaysia: Past, Present And Future. *Journal of Critical Reviews*, 2628-2636.
- Ilham, M., Saputra, N., & Periantolo, J. (2020). Hubungan Antara Adeversity Quotient Dengan Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Jambi. *Jurnal Psikologi Universitas HKBP Nommensen*, 102-113.
- Kurniawan, E. D., Nopriyanti, & Darlius. (2021). Keefektifan Pembelajaran Berbasis Produk Untuk Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Dinamika Vokasional Teknik Mesin*, 6(2) 144-157. <https://journal.uny.ac.id/index.php/dynamika/issue/view/2164>.
- Kustini, & Ayuni. (2020). Kontribusi Pendidikan Kewirausahaan dan Internal Locus Of Control Terhadap Intensi Kewirausahaan (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 152-160.

- Lai, L. S., & To, W. M. (2020). E-Entrepreneurial intention among young Chinese adults. *Asian Journal of Technology Innovation*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/19761597.2020.171832>.
- Linan, F., Jose, Cantuche, R., & Cohard, J. C. (2010). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *Int Entrep Manaag J*, 195-218. <https://10.1007/s11365-010-0154-z>.
- Matlay, H. (2004). E-entrepreneurship and small e-business development: towards a comparative research agenda. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(3), 408-414. <https://doi.org/10.1108/1462600041551663>.
- Sansone, G., Ughetto, E., & Landoni, P. (2021). Entrepreneuria intention: An analysis of the role of Student-Led Entrepreneurial Organizations. *Journal of International Entrepreneurship*, 399-433. <https://doi.org/10.1007/s10843-021-00288-6>.
- Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020). Investigating the Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Creativity in the Theory of Planned Behavior. *frontiers in Psychology*, 1-12.
- Smith, C., & Worsfold, K. (2015). Unpacking the learning-work nexus: 'priming' as lever for high-quality learning outcomes in work-integrated learning curricula. *Studies in Higher Education*, 40(1), 22-42.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susilaningsih, Siswandari, & Suyanto, M. (2022). Exploring The Factors Determining The Success Of Entrepreneurship Education Program: Case Of Indonesia. *Malaysian Online Journal Of Educational Management (MOJEM)*, 10(3) 1-17.
- Vejayaratnam, N., Paramasivam, T., & Mustakim, S. (2019). Digital Entrepreneurial Intention among Private Technical and Vocational Education (TVET) Students. *International Journal Of Academic Research In Business & Social Sciences*, 9 (12) 110-120.
- Younis, H., Katsioloudes, M., & Al Bakri, A. (2020). Digital Entrepreneurship Intentions of Qatar University Students Motivational Factors Identification: Digital Entrepreneurship Intentions. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation*, 56-74. <https://doi.org/10.4018/IJEEI.2020010105>.
- Zovko, L., Dulcic, Z., & Bilic, I. (2020). Determinan Of Students' Entrepreneurial Intention: An Empirical Research'. *Journal of Contemporary Management Issues*, 25-44. <https://doi.org/10.30924/mjcmi.25.1.2>.