

Pengaruh Digital Skill dan Entrepreneurial Mindset Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pada Era Ekonomi Digital

Sitti Husna Noviana Djou

Universitas Bina Mandiri Gorontalo dan sitti.husna@ubmg.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Digital Skill dan Entrepreneurial Mindset terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa pada era ekonomi digital. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori. Data primer diperoleh melalui kuesioner dari 56 responden dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan model penelitian signifikan secara simultan ($F = 176,108$; $p < 0,001$) dengan daya jelas yang kuat ($R = 0,932$; $R^2 = 0,869$; Adjusted $R^2 = 0,864$), yang mengindikasikan bahwa variasi intensi berwirausaha mahasiswa sebagian besar dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Secara parsial, Entrepreneurial Mindset berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha ($B = 0,976$; $t = 10,490$; $p < 0,001$) dan menjadi prediktor dominan. Sementara itu, Digital Skill tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha ($B = -0,068$; $t = -0,771$; $p = 0,444$). Temuan ini menegaskan bahwa pada konteks mahasiswa, intensi berwirausaha lebih ditentukan oleh kesiapan kognitif-psikologis (mindset) dibandingkan keterampilan digital yang bersifat teknis. Implikasi penelitian menekankan perlunya program pendidikan kewirausahaan yang tidak hanya meningkatkan kompetensi digital, tetapi juga memprioritaskan pembentukan entrepreneurial mindset melalui pembelajaran aplikatif, proyek kewirausahaan, dan penguatan orientasi peluang.

Kata Kunci: Digital Skill, Entrepreneurial Mindset, Intensi Berwirausaha, Mahasiswa, Ekonomi Digital, Regresi Linier Berganda

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of digital skills and an entrepreneurial mindset on students' entrepreneurial intentions in the digital economy era. The study employs a quantitative approach with an explanatory survey design. Primary data were collected via a questionnaire from 56 respondents and analyzed using multiple linear regression. The results of the analysis indicate that the research model is simultaneously significant ($F = 176.108$; $p < 0.001$) with strong explanatory power ($R = 0.932$; $R^2 = 0.869$; Adjusted $R^2 = 0.864$), indicating that the variation in students' entrepreneurial intentions can largely be explained by the independent variables in the model. Partially, Entrepreneurial Mindset has a positive and significant effect on entrepreneurial intention ($B = 0.976$; $t = 10.490$; $p < 0.001$) and serves as the dominant predictor. Meanwhile, Digital Skills do not have a significant effect on entrepreneurial intent ($B = -0.068$; $t = -0.771$; $p = 0.444$). These findings confirm that, in the context of college students, entrepreneurial intent is more determined by cognitive-psychological readiness (mindset) than by technical digital skills. The implications of this research emphasize the need for entrepreneurship education programs that not only enhance digital competencies but also prioritize the development of an entrepreneurial mindset through applied learning, entrepreneurial projects, and strengthening an opportunity-oriented mindset.

Keywords: Digital Skills, Entrepreneurial Mindset, Entrepreneurial Intentions, College Students, Digital Economy, Multiple Linear Regression

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah lanskap kewirausahaan, terutama bagi mahasiswa sebagai kelompok usia produktif yang dekat dengan teknologi, jejaring sosial, serta platform digital (Zhao et al., 2025). Di satu sisi, digitalisasi membuka peluang wirausaha yang lebih mudah diakses mulai dari pemasaran berbasis media sosial, pemanfaatan marketplace, hingga model bisnis berbasis layanan digital. Namun di sisi lain, ketersediaan teknologi tidak otomatis

mendorong seseorang untuk memiliki niat berwirausaha; intensi berwirausaha tetap dipengaruhi faktor internal dan kesiapan individu dalam menavigasi ketidakpastian serta menangkap peluang (Elnadi & Gheith, 2023). Dalam konteks pendidikan tinggi, penguatan intensi berwirausaha juga sering dikaitkan dengan efektivitas pendidikan kewirausahaan dan bagaimana pengalaman belajar tersebut membentuk kapasitas serta cara berpikir mahasiswa (Thomas, 2023; Oulhou & Ibourk, 2023). Karena itu, kajian tentang intensi berwirausaha mahasiswa di era ekonomi digital perlu menempatkan variabel kompetensi digital dan faktor kognitif-psikologis sebagai determinan penting yang saling berhubungan. Dalam literatur, kompetensi digital yang sering dinyatakan sebagai digital literacy/digital competence banyak dibahas sebagai faktor yang relevan dengan intensi kewirausahaan, termasuk pada konteks kewirausahaan sosial dan kewirausahaan digital (Ip et al., 2024; Liang, 2025). Selain itu, riset-riset terbaru menekankan bahwa pemanfaatan digital tools dalam pendidikan kewirausahaan dapat memperkuat kesiapan berwirausaha, terutama bila dikombinasikan dengan faktor personal (Spilbergs et al., 2026). Di sisi lain, entrepreneurial mindset juga konsisten muncul sebagai prediktor kuat yang mendorong keputusan intensional untuk berwirausaha, karena mencerminkan orientasi peluang, proaktivitas, dan kesiapan menghadapi risiko (Oulhou & Ibourk, 2023). Pada konteks nasional, beberapa studi juga menyoroti peran kompetensi digital maupun mindset serta mekanisme mediasi tertentu seperti self-efficacy atau digital literacy dalam menjelaskan intensi berwirausaha (Adininggar et al., 2025; Sholatiah et al., 2026; Sutiadiningsih, 2025). Meskipun demikian, hasil-hasil penelitian tersebut belum sepenuhnya konsisten terkait apakah kompetensi digital berpengaruh langsung terhadap intensi, atau lebih sering bekerja melalui variabel psikologis/pendidikan sebagai penghubung.

Gap penelitian muncul pada dua titik. Pertama, sebagian studi menguji peran literasi/kompetensi digital terhadap intensi berwirausaha, namun sering memasukkannya dalam model yang berfokus pada pendidikan kewirausahaan, kreativitas, atau self-efficacy sebagai mediator, sehingga pengaruh langsung “digital skill” sebagai kapabilitas individu dalam model sederhana belum selalu ditonjolkan (Liang, 2025; Adininggar et al., 2025; Sholatiah et al., 2026). Kedua, beberapa studi menegaskan mindset sebagai faktor penting, namun belum banyak yang menguji *dominansi* mindset dibanding digital skill dalam satu model regresi yang langsung menguji keduanya sebagai prediktor terhadap intensi berwirausaha mahasiswa pada konteks era ekonomi digital, terutama pada setting mahasiswa di Indonesia (Oulhou & Ibourk, 2023; Ridwan, 2023). Oleh karena itu, novelty penelitian ini terletak pada pengujian empiris pengaruh Digital Skill dan Entrepreneurial Mindset terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa dalam satu model kuantitatif, yang memungkinkan identifikasi kontribusi simultan dan parsial, sekaligus memperjelas posisi digital skill: sebagai pendorong langsung atau justru sebagai faktor pendukung yang memerlukan penguat psikologis/pendidikan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberi kontribusi pada pengembangan literatur intensi kewirausahaan di era digital dan implikasi praktis bagi perguruan tinggi dalam merancang intervensi yang lebih tepat sasaran.

LANDASAN TEORI

A. Intensi Berwirausaha Mahasiswa

Intensi berwirausaha (entrepreneurial intention) merupakan kecenderungan atau niat individu untuk memulai kegiatan wirausaha, yang sering dipandang sebagai prediktor awal sebelum perilaku aktual muncul. Pada mahasiswa, intensi berwirausaha

banyak dipengaruhi oleh pengalaman belajar, ekosistem kampus, dan faktor personal yang membentuk kesiapan memilih wirausaha sebagai jalur karier (Thomas, 2023). Dalam ekonomi digital, intensi berwirausaha juga dipengaruhi oleh konteks peluang digital yang memperluas akses pasar dan menurunkan hambatan masuk, tetapi tetap menuntut kesiapan individu dalam memanfaatkan peluang tersebut (Zhao et al., 2025).

B. Digital Skill / Digital Literacy dan kaitannya dengan intensi berwirausaha

Digital skill (sering dipertukarkan dengan digital competence atau digital literacy pada studi tertentu) mengacu pada kemampuan individu memanfaatkan teknologi digital untuk mencari, mengelola, memproduksi informasi, serta memecahkan masalah dalam konteks tertentu. Literatur internasional menunjukkan bahwa digital literacy dapat berkaitan dengan intensi kewirausahaan, termasuk pada kewirausahaan sosial, terutama ketika literasi digital mendukung penciptaan nilai dan implementasi ide (Ip et al., 2024). Liang (2025) menekankan pembentukan digital entrepreneurial intention melalui integrasi pendidikan kewirausahaan, kreativitas, dan digital literacy, mengindikasikan bahwa faktor digital menjadi lebih kuat ketika ditempatkan dalam kerangka pembelajaran. Spilbergs et al. (2026) juga menyoroti peran digital tools dan faktor personal dalam pendidikan kewirausahaan yang memengaruhi intensi, sehingga aspek digital sering bersifat kontekstual dan interaktif.

Pada penelitian nasional, Ridwan (2023) membahas intensi kewirausahaan digital mahasiswa dan mengaitkannya dengan perspektif motivasional, sedangkan Sutiadiningsih (2025) menekankan peran kompetensi digital melalui mekanisme psikologis (misalnya self-efficacy) dalam mendorong intensi. Adininggar et al. (2025) memperjelas jalur bahwa digital competencies dapat memengaruhi intensi melalui ICT self-efficacy, sementara Sholathiah et al. (2026) menunjukkan peran digital literacy sebagai mediator dalam hubungan pendidikan kewirausahaan dan mindset terhadap intensi. Temuan-temuan tersebut memperkuat argumen bahwa pengaruh “digital” tidak selalu langsung, melainkan sering bekerja melalui keyakinan diri, pengalaman belajar, atau variabel psikologis yang lebih proksimal.

C. Entrepreneurial Mindset dan kaitannya dengan intensi berwirausaha

Entrepreneurial mindset dipahami sebagai pola pikir yang berorientasi pada peluang, inovasi, proaktivitas, dan kesiapan menghadapi ketidakpastian. Oulhou dan Ibourk (2023) menemukan bahwa entrepreneurial mindset berasosiasi dengan entrepreneurial intention mahasiswa, bersama faktor lain seperti self-efficacy dan efektivitas pendidikan kewirausahaan. Thomas (2023) menegaskan bahwa elemen pendidikan kewirausahaan yang membentuk intensi seringkali berkaitan dengan pembentukan cara berpikir, bukan hanya transfer pengetahuan. Dalam kerangka kewirausahaan digital, Elnadi dan Gheith (2023) menekankan peran karakteristik individu

dalam membentuk digital entrepreneurial intention, yang menguatkan posisi mindset sebagai faktor internal yang dekat dengan keputusan intensional untuk berwirausaha.

Dalam konteks nasional, Sholatiah et al. (2026) menunjukkan bahwa entrepreneurial mindset berpengaruh terhadap intensi dan keterkaitannya dapat melibatkan digital literacy sebagai mediator. Studi lain yang menempatkan faktor orientasi kewirausahaan dan kompetensi digital dalam peran mediasi-moderasi juga mengindikasikan bahwa faktor kognitif-psikologis sering menjadi “penggerak” yang menentukan apakah kapabilitas (termasuk digital) akan bermuara pada intensi (Triyono et al., 2023). Dengan demikian, entrepreneurial mindset secara teoritis dipandang sebagai determinan yang lebih proksimal terhadap niat berwirausaha dibanding keterampilan teknis yang sifatnya pendukung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori untuk menganalisis pengaruh Digital Skill (X1) dan Entrepreneurial Mindset (X2) terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa (Y) pada era ekonomi digital. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengujian hubungan antarvariabel secara objektif melalui pengukuran numerik dan analisis statistik inferensial (Creswell & Creswell, 2018; Sugiyono, 2019). Populasi penelitian adalah mahasiswa (sesuai cakupan penelitian), sedangkan sampel ditentukan menggunakan teknik pengambilan sampel yang disesuaikan dengan akses responden pada saat pengumpulan data. Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini adalah 56 orang. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang memuat butir-butir pernyataan untuk mengukur masing-masing variabel penelitian; pendekatan survei melalui kuesioner lazim digunakan untuk menangkap persepsi/penilaian responden secara sistematis dan terstandar (Sekaran & Bougie, 2016). Pengukuran variabel menggunakan skala bertingkat (misalnya skala Likert) agar konstruk dapat diukur secara statistik (Likert, 1932). Seluruh data yang masuk kemudian melalui pemeriksaan kelengkapan dan konsistensi jawaban sebelum diproses pada tahap analisis.

Operasionalisasi variabel dilakukan dengan mendefinisikan setiap konstruk ke dalam sejumlah indikator terukur agar dapat dianalisis secara empiris (Sekaran & Bougie, 2016; Sugiyono, 2019). Digital Skill dipahami sebagai kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk aktivitas akademik maupun produktif, termasuk literasi digital, penggunaan aplikasi, pengelolaan informasi, serta pemecahan masalah berbasis digital. Entrepreneurial Mindset dipahami sebagai pola pikir kewirausahaan yang tercermin pada orientasi inovasi, proaktif, keberanian mengambil risiko yang terukur, kemampuan melihat peluang, serta ketekunan menghadapi tantangan. Sementara itu, Intensi Berwirausaha Mahasiswa dimaknai sebagai tingkat niat/kecenderungan untuk memulai dan menjalankan usaha, yang tampak dari kemauan merencanakan bisnis, keinginan menjadi wirausaha, dan kesiapan mengambil langkah awal. Data dianalisis secara bertahap dimulai dari statistik deskriptif, lalu dilanjutkan analisis inferensial untuk menguji hubungan pengaruh antarvariabel sesuai kerangka penelitian (Field, 2018). Rangkaian prosedur ini digunakan agar hasil penelitian tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga mampu memberikan bukti pengujian hipotesis yang terukur.

Teknik analisis utama dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, karena model penelitian melibatkan dua variabel independen yang diprediksi memengaruhi satu variabel

dependen. Secara umum, persamaan yang digunakan adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$, dengan Y sebagai intensi berwirausaha, a sebagai konstanta, b_1 dan b_2 sebagai koefisien regresi, serta e sebagai error (Gujarati & Porter, 2009). Pengujian model dilakukan melalui uji F untuk menilai kelayakan model secara simultan serta uji t untuk menilai pengaruh parsial masing-masing variabel independen, dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan sesuai kaidah pengujian hipotesis (Field, 2018). Selain itu, penelitian memperhatikan koefisien determinasi (R^2 dan Adjusted R^2) untuk menilai proporsi variasi intensi berwirausaha yang dapat dijelaskan oleh Digital Skill dan Entrepreneurial Mindset (Hair et al., 2019). Untuk menilai kelayakan model, output diagnostik seperti Durbin-Watson dan statistik kolinearitas (Tolerance dan VIF) juga dipertimbangkan sebagai bagian dari evaluasi asumsi model (Field, 2018). Seluruh analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik, dan hasil olah data menjadi dasar penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Uji Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.388	1.944		.200	.843
Digital_Skill	-.068	.089	-.073	-.771	.444
Entrepreneurial_Mindset	.976	.093	.994	10.490	.000

a. Dependent Variable: Intensi_Berwirausaha_Mahasiswa

H1. Pengaruh Digital Skill terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa

Pengaruh Digital Skill terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa memiliki nilai signifikansi $0,444 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Digital Skill tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa. Koefisien regresi bernilai negatif sebesar $-0,068$, yang menunjukkan bahwa secara arah hubungan, peningkatan Digital Skill justru diikuti oleh penurunan Intensi Berwirausaha Mahasiswa sebesar $0,068$ satuan. Namun, karena hasilnya tidak signifikan, maka hubungan negatif tersebut tidak dapat dijadikan dasar kesimpulan yang kuat secara statistik. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Digital Skill berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa ditolak.

H2. Pengaruh Entrepreneurial Mindset terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa

Pengaruh Entrepreneurial Mindset terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Entrepreneurial Mindset berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa. Koefisien regresi sebesar $0,976$ menunjukkan bahwa setiap peningkatan Entrepreneurial Mindset sebesar satu satuan akan meningkatkan Intensi Berwirausaha Mahasiswa sebesar $0,976$ satuan, dengan asumsi variabel Digital Skill tetap atau konstan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Entrepreneurial Mindset berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa diterima.

Tabel 2
Uji Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4404.747	2	2202.373	176.108	.000 ^b
	Residual	662.807	53	12.506		
	Total	5067.554	55			

a. Dependent Variable: Intensi_Berwirausaha_Mahasiswa

b. Predictors: (Constant), Entrepreneurial_Mindset, Digital_Skill

H3. Pengaruh Digital Skill dan Entrepreneurial Mindset Secara Simultan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji simultan, dapat disimpulkan bahwa Digital Skill dan Entrepreneurial Mindset secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, kedua variabel independen tersebut secara simultan mampu menjelaskan perubahan atau variasi pada intensi berwirausaha mahasiswa dalam era ekonomi digital.

Tabel 3
Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 ^a	.869	.864	3.536

a. Predictors: (Constant), Entrepreneurial_Mindset, Digital_Skill

Berdasarkan tabel Model Summary, dapat disimpulkan bahwa variabel Digital Skill dan Entrepreneurial Mindset memiliki hubungan yang sangat kuat dengan Intensi Berwirausaha Mahasiswa, ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,932. Selain itu, nilai R Square sebesar 0,869 menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan variasi Intensi Berwirausaha Mahasiswa sebesar 86,9%, sedangkan sisanya sebesar 13,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini

Pembahasan

H1. Pengaruh Digital Skill terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital Skill tidak berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi sebesar 0,444 (>0,05) dengan koefisien regresi -0,068. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan digital yang dimiliki mahasiswa belum mampu mendorong munculnya niat untuk berwirausaha. Bahkan secara statistik koefisien menunjukkan arah hubungan negatif, meskipun hubungan tersebut tidak signifikan sehingga tidak dapat dijadikan dasar untuk menyimpulkan adanya pengaruh nyata.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepemilikan keterampilan digital belum tentu diikuti dengan keinginan untuk membangun usaha. Dalam konteks mahasiswa, digital skill lebih banyak dimanfaatkan untuk mendukung aktivitas akademik, komunikasi, maupun konsumsi media digital dibandingkan sebagai sarana menciptakan peluang bisnis. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan teknis dalam menggunakan teknologi belum otomatis berkembang menjadi orientasi kewirausahaan apabila tidak disertai kemampuan mengenali peluang usaha, keberanian mengambil risiko, kreativitas, serta keyakinan terhadap kemampuan diri.

Secara teoritis, hasil ini dapat dijelaskan melalui perspektif Theory of Planned Behavior (TPB) yang menyatakan bahwa niat berperilaku lebih banyak dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan perceived behavioral control dibandingkan sekadar kepemilikan kompetensi teknis. Digital skill hanya merupakan sumber daya (resource) yang belum tentu membentuk niat berwirausaha apabila mahasiswa belum memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sutiadiningsih et al. (2025) yang menemukan bahwa digital competence tidak berpengaruh langsung terhadap entrepreneurial intention, melainkan memberikan pengaruh melalui mediasi entrepreneurial mindset dan entrepreneurial self-efficacy. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keterampilan digital baru akan memberikan dampak apabila mahasiswa memiliki pola pikir kewirausahaan dan keyakinan diri yang memadai.

Hasil penelitian ini juga memperoleh dukungan dari penelitian Ridwan dan Zaki (2023) yang menunjukkan bahwa intensi kewirausahaan digital mahasiswa lebih banyak dipengaruhi oleh faktor motivasional dibandingkan kemampuan teknis semata. Faktor intrinsik seperti tantangan, minat, dan penghargaan terhadap aktivitas kewirausahaan menjadi determinan yang lebih kuat dibanding kompetensi digital. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya. Lam et al. (2025) menemukan bahwa digital competence berpengaruh positif terhadap digital entrepreneurial intention melalui pendekatan Social Cognitive Theory. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa dengan kompetensi digital tinggi cenderung lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi untuk membangun usaha digital.

Temuan berbeda juga dilaporkan oleh Yuliana et al. (2025) yang menyimpulkan bahwa digital skills merupakan prediktor terkuat digital entrepreneurial intention pada mahasiswa internasional. Perbedaan hasil ini kemungkinan disebabkan oleh karakteristik responden yang berasal dari mahasiswa internasional dengan dukungan institusional yang lebih kuat terhadap kewirausahaan digital. Selain itu, Kang et al. (2024) menunjukkan bahwa digital capabilities meningkatkan entrepreneurial intention melalui peningkatan kompetensi kewirausahaan. Artinya, kemampuan digital memerlukan dukungan kompetensi kewirausahaan agar dapat diterjemahkan menjadi niat mendirikan usaha.

Dengan demikian, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan digital skill saja belum cukup untuk meningkatkan intensi berwirausaha mahasiswa. Perguruan tinggi perlu mengintegrasikan pengembangan kompetensi digital dengan pendidikan kewirausahaan yang mampu membentuk entrepreneurial mindset, self-efficacy, kemampuan mengenali peluang usaha, dan pengalaman praktik bisnis sehingga keterampilan digital dapat diimplementasikan dalam aktivitas kewirausahaan.

H2. Pengaruh Entrepreneurial Mindset terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Entrepreneurial Mindset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa. Nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05) dengan

koefisien regresi 0,976 menunjukkan bahwa semakin tinggi pola pikir kewirausahaan mahasiswa, semakin tinggi pula intensi mereka untuk menjadi wirausahawan. Temuan ini memperlihatkan bahwa entrepreneurial mindset merupakan faktor psikologis yang sangat dominan dalam membentuk niat berwirausaha. Mahasiswa yang memiliki pola pikir kewirausahaan cenderung lebih mampu melihat peluang usaha, bersikap inovatif, berani menghadapi ketidakpastian, serta memiliki orientasi jangka panjang terhadap penciptaan nilai ekonomi. Pola pikir tersebut menjadi fondasi sebelum seseorang memutuskan untuk memulai usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior, yang menjelaskan bahwa niat seseorang dipengaruhi oleh sikap positif terhadap perilaku. Entrepreneurial mindset membentuk sikap positif terhadap aktivitas kewirausahaan sehingga mendorong meningkatnya entrepreneurial intention. Temuan ini konsisten dengan penelitian Sutiadiningsih et al. (2025) yang menemukan bahwa entrepreneurial mindset berpengaruh langsung terhadap entrepreneurial intention mahasiswa vokasi dan menjadi mediator penting antara digital competence dan entrepreneurial intention.

Penelitian Ganefri et al. (2025) juga menunjukkan bahwa entrepreneurial mindset merupakan faktor utama yang membentuk sikap kewirausahaan digital mahasiswa teknik. Mahasiswa yang memiliki mindset kewirausahaan lebih siap memanfaatkan peluang bisnis berbasis teknologi. Selanjutnya, penelitian Nurfaizal (2025) menemukan bahwa digital mindset, technological self-efficacy, serta innovation capability secara bersama-sama meningkatkan entrepreneurial intention mahasiswa bisnis digital. Hasil tersebut menegaskan bahwa pola pikir inovatif menjadi determinan penting dalam membangun niat kewirausahaan.

Penelitian Utami et al. (2025) juga menunjukkan bahwa entrepreneurial mindset memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa, bahkan setelah dikontrol dengan variabel literasi digital dan self-efficacy. Selain itu, penelitian Aboobaker et al. (2023) menunjukkan bahwa entrepreneurial mindset berkembang melalui motivasi belajar, technological self-efficacy, personal innovativeness, dan human capital, yang selanjutnya meningkatkan entrepreneurial intention mahasiswa.

Hasil penelitian ini mempertegas bahwa pembentukan pola pikir kewirausahaan lebih penting dibanding sekadar peningkatan kemampuan teknis. Oleh karena itu, kurikulum pendidikan tinggi perlu diarahkan pada pembentukan pola pikir inovatif, kemampuan mengenali peluang usaha, kreativitas, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan menyelesaikan masalah sehingga mahasiswa memiliki kesiapan psikologis untuk menjadi wirausahawan.

H3. Pengaruh Digital Skill dan Entrepreneurial Mindset secara Simultan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital Skill dan Entrepreneurial Mindset secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi intensi berwirausaha mahasiswa meskipun secara parsial hanya entrepreneurial mindset yang berpengaruh signifikan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pembentukan intensi berwirausaha merupakan proses multidimensional yang dipengaruhi oleh kombinasi kompetensi teknis dan faktor psikologis. Digital skill menyediakan kemampuan operasional dalam memanfaatkan teknologi, sedangkan entrepreneurial mindset berfungsi sebagai pendorong utama yang mengarahkan kemampuan tersebut ke dalam aktivitas kewirausahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Social Cognitive Theory yang menjelaskan bahwa perilaku kewirausahaan merupakan hasil interaksi antara kemampuan individu, faktor kognitif, dan lingkungan. Dengan demikian, kemampuan digital akan lebih efektif apabila didukung pola pikir kewirausahaan yang kuat. Temuan ini konsisten dengan penelitian Sutiadiningsih et al. (2025) yang menunjukkan bahwa digital competence bersama entrepreneurial mindset dan entrepreneurial self-efficacy mampu meningkatkan entrepreneurial intention mahasiswa.

Penelitian Yuliana et al. (2025) juga membuktikan bahwa digital skills, global mindset, dan institutional support secara simultan meningkatkan digital entrepreneurial intention mahasiswa internasional. Penelitian Nurfaizal (2025) menunjukkan bahwa digital mindset, technological self-efficacy, social media usage, innovation capability, dan digital literacy membentuk model yang secara simultan meningkatkan entrepreneurial intention mahasiswa. Penelitian Kang et al. (2024) menemukan bahwa digital capabilities bersama entrepreneurial competencies meningkatkan entrepreneurial intention melalui mekanisme mediasi kompetensi kewirausahaan.

Selanjutnya, penelitian mengenai digital entrepreneurial education menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan digital dan digital entrepreneurial self-efficacy secara simultan meningkatkan digital entrepreneurial intention mahasiswa. Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perguruan tinggi tidak cukup hanya meningkatkan kemampuan digital mahasiswa melalui pelatihan teknologi. Pengembangan kompetensi digital harus diintegrasikan dengan pembentukan entrepreneurial mindset melalui pembelajaran berbasis proyek, inkubasi bisnis, mentoring, kompetisi bisnis, serta pengalaman langsung menjalankan usaha sehingga kemampuan digital dapat dioptimalkan menjadi perilaku kewirausahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Digital Skill dan Entrepreneurial Mindset secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa pada era ekonomi digital. Model penelitian memiliki daya jelas yang sangat kuat, ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0,869, yang berarti bahwa 86,9% variasi intensi berwirausaha mahasiswa dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Namun secara parsial, Digital Skill tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha, sehingga keterampilan digital mahasiswa belum dapat dianggap sebagai faktor langsung yang mendorong keinginan untuk memulai usaha. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan menggunakan teknologi digital belum otomatis berkembang menjadi orientasi kewirausahaan apabila tidak disertai keberanian mengambil peluang, kreativitas, dan kesiapan mental dalam menghadapi risiko usaha.

Sebaliknya, Entrepreneurial Mindset terbukti berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi prediktor dominan dalam membentuk intensi berwirausaha mahasiswa. Artinya, semakin kuat pola pikir kewirausahaan mahasiswa, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memilih dan memulai aktivitas wirausaha. Oleh karena itu, perguruan tinggi perlu tidak hanya memberikan pelatihan digital, tetapi juga memperkuat pembentukan pola pikir kewirausahaan melalui pembelajaran aplikatif, proyek bisnis, inkubasi usaha, mentoring, kompetisi kewirausahaan, dan pengalaman praktik langsung agar keterampilan digital dapat diarahkan secara produktif menjadi peluang usaha nyata.

REFERENSI

- Elnadi, M., & Gheith, M. H. (2023). The role of individual characteristics in shaping digital entrepreneurial intention among university students: Evidence from Saudi Arabia. *Thinking Skills and Creativity*, 47, Article 101236. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2023.101236>
- Ghatak, A., Chatterjee, S., & Bhowmick, B. (2023). Intention towards digital social entrepreneurship: An integrated model. *Journal of Social Entrepreneurship*, 14(2), 131–151. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1826563>
- Ip, C. Y. (2024). Effect of digital literacy on social entrepreneurial intentions and nascent behaviours among students and practitioners in mass communication. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, Article 34. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02587-w>
- Kang, G. L., Park, C. W., & Jang, S. H. (2024). A Study on the Impact of Financial Literacy and Digital Capabilities on Entrepreneurial Intention: Mediating Effect of Entrepreneurship. *Behavioral Sciences*, 14(2), 121. <https://doi.org/10.3390/bs14020121>
- Kesa, D. D., Wu, M., Abdillah, F., Harjadi, D., & Ningsih, A. (2024). The impact of digital entrepreneurship courses and motivation on fostering a green entrepreneurial spirit in students' perceptions. *International Journal of Educational Qualitative Quantitative Research*, 3(2), 46–55. <https://doi.org/10.58418/ijeqr.v3i2.120>
- Lam, B. Q., Tran, H. Y., Nguyen, K. A., Nguyen, K. T., & Pham, M. (2025). Digital competence and digital entrepreneurial intention: A social cognitive approach. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 13(2), 139–153. <https://doi.org/10.15678/EBER.2025.130208>
- Liang, Y. (2025). Shaping digital entrepreneurial intention in higher education: The role of entrepreneurship education, creativity, and digital literacy among Chinese university students. *Journal of Innovation & Knowledge*, 10(2), Article 100788. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100788>
- Nájera-Sánchez, J.-J., Pérez-Pérez, C., & González-Torres, T. (2023). Exploring the knowledge structure of entrepreneurship education and entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(2), 563–597. <https://doi.org/10.1007/s11365-022-00814-5>
- Nurfaizal, Y. (2025). Digital Mindset, Technological Self-Efficacy, and Social Media Usage on Entrepreneurial Intention: Mediation of Innovation Capability and Moderation of Digital Literacy. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 18(3).
- Oulhou, H., & Ibourk, A. (2023). Perceived effectiveness of entrepreneurship education, entrepreneurial mindset, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention among Moroccan university students: A correlational study. *Social Sciences & Humanities Open*, 8, Article 100719. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100719>
- Ridwan, M., & Zaki, A. (2023). Indonesian Students' Digital Entrepreneurial Intention from the Perspective of Self-Determination Theory. *Journal of Applied Business Administration*, 7(2).
- Ridwan, M., & Zaki, A. (2023). Indonesian students' digital entrepreneurial intention from the perspective of self-determination theory. *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Administrasi (JABA)*. (Artikel jurnal—tersedia pada laman jurnal). <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/view/6255>
- Sholatiah, D. I., Sudarmiatin, & Wulandari, D. (2026). The impact of entrepreneurship education and entrepreneurial mindset on entrepreneurial intention: The mediation role of digital literacy. *Asian Journal of Management Analytics*. (Artikel jurnal—tersedia pada laman jurnal). <https://journal.formosapublisher.org/index.php/ajma/article/view/15700>
- Sutiadiningsih, A., Dewi, I. H. P., Ratnasari, W., Taufiq, A., & Miranti, M. G. (2025). How do digital competencies promote entrepreneurial intention among vocational students? A mediation analysis of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial mindset. *Cogent Education*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2482486>
- Thomas, O. (2023). Entrepreneurship education: Which educational elements influence entrepreneurial intention? *Industry and Higher Education*, 37(3), 328–344. <https://doi.org/10.1177/0950422221121065>
- Utami, S., Akib, A., & Majiding, N. C. (2026). Pengaruh Literasi Digital, Self-Efficacy, dan Entrepreneurial Mindset terhadap Intensi Kewirausahaan Digital Mahasiswa. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Yuliana, R., Suryana, S., Suwatno, S., & Sultan, M. A. (2025). A Mixed Methods Analysis of Global Mindset, Digital Skills, and Institutional Support on Digital Entrepreneurship Intentions. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.
- Zhao, J., Zhao, L., Chong, K. M., Hamid, M. Z. O., Begum, M., & Osman, M. Z. (2025). Entrepreneurial intention among university students in the digital economy: The mediating role of alertness and the moderating effect of motivation. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12, Article 1861. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-06136-5>