

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa dekade terakhir, Revolusi Industri 4,0 telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis dan kewirausahaan. Digitalisasi dan kemajuan teknologi seperti *Internet of Things* (IoT), kecerdasan buatan (AI), *big data*, dan *blockchain* telah menciptakan ekosistem bisnis baru yang lebih inovatif dan kompetitif (Pham, Nguyen, et al., 2023). Transformasi ini tidak hanya mengubah cara perusahaan besar beroperasi tetapi juga membuka peluang bagi individu untuk menjadi wirausahawan dengan memanfaatkan teknologi digital.

Salah satu dampak utama dari revolusi ini adalah munculnya *e-entrepreneurship*, yaitu kewirausahaan berbasis digital yang memungkinkan individu menjalankan bisnis tanpa batasan geografis dan dengan modal yang lebih rendah dibandingkan model bisnis tradisional (Scando, 2024). Bisnis tidak lagi harus dimulai dengan toko fisik atau modal besar, saat ini dengan memanfaatkan *e-commerce*, media sosial, dan layanan digital, seseorang dapat membangun bisnis dari nol dan menjangkau pasar global. Perubahan ini menciptakan era baru di mana inovasi dan pemanfaatan teknologi menjadi faktor kunci dalam keberhasilan bisnis.

Dalam skala global, berbagai negara telah mengalami lonjakan signifikan dalam pertumbuhan ekonomi digital. *United Nations Trade and Development* (UNCTAD) dalam *Digital Economy Report 2024* menyatakan adanya pertumbuhan

bisnis digital sebesar 65% dari rentang tahun 2016 hingga 2022 dengan nilai transaksi mencapai \$27 triliun pada 2022 sendiri. O'Grady et al. (c2024)) dalam laporan terbaru mereka juga meramalkan ekonomi digital akan meningkat sebesar 7% dari 2023 hingga 2028 dengan nilai transaksi \$16,5 triliun yang berarti menyumbang 17% dari GDP global. Studi Mahendra et al. (2017) menunjukkan bahwa digitalisasi bisnis tidak hanya mempercepat pertumbuhan usaha kecil dan menengah tetapi juga meningkatkan akses terhadap pasar internasional. Contoh nyata dari keberhasilan transformasi digital adalah China dan Amerika Serikat dengan perusahaan seperti Alibaba dan Amazon sebagai contoh *e-commerce* yang telah mendominasi pasar global melalui inovasi teknologi dan strategi digital yang efektif. Keberhasilan mereka menunjukkan bagaimana teknologi dapat menjadi pendorong utama dalam membangun bisnis yang kompetitif dan berkelanjutan. Indonesia juga mengalami tren serupa.

Berdasarkan laporan Google, (2024), ekonomi digital di Indonesia berkembang pesat dengan nilai transaksi mencapai \$90 miliar pada tahun 2024, meningkat 13% dari tahun sebelumnya (\$80), dan diprediksi terus meningkat setiap tahunnya. Salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan ini adalah tingkat penetrasi internet yang mencapai 78,19% di 2023 dari total populasi (APJII, 2024) serta semakin banyaknya masyarakat yang beralih ke *platform* digital untuk berbelanja, bekerja, dan berinvestasi. Hal ini juga diperkuat dengan berkembangnya *platform marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak, yang tidak hanya mendukung bisnis besar tetapi juga membuka peluang bagi wirausaha kecil dan individu untuk berkembang di dunia digital.

Menurut Pham, Nguyen, et al. (2023), mahasiswa saat ini memiliki potensi besar dan banyak keuntungan yang menjadikan mereka sangat relevan dalam dunia wirausaha digital. Mereka menunjukkan semangat dan motivasi yang tinggi dalam menjalankan usaha (Affan & Harpain, 2025), serta memiliki kemampuan untuk memberikan perspektif yang segar dan luas dalam menyelesaikan masalah yang ada (Kaylan et al., 2021). Selain itu, mahasiswa tidak hanya memperoleh dukungan dari universitas dalam hal pengetahuan bisnis, tetapi mereka juga antusias dalam melakukan riset, memanfaatkan teknologi, dan dengan cepat beradaptasi dengan perubahan untuk memanfaatkan peluang karier yang ada (Isaacs et al., 2020). Ketersediaan dukungan dari pemerintah dan sumber daya sosial serta lingkungan turut menciptakan suasana yang kondusif bagi mahasiswa untuk melihat kewirausahaan dengan perspektif yang lebih positif (Dou et al., 2019 ; Yao et al., 2016)

Walaupun mahasiswa menunjukkan keinginan kuat untuk berwirausaha, terdapat beberapa hambatan internal yang sering menjadi penghalang utama, seperti keterbatasan sumber daya manusia, dana, serta kurangnya dukungan dari lingkungan eksternal. Terutama, kurangnya sumber daya manusia dan keterampilan bisnis yang memadai sering menjadi alasan utama kegagalan usaha kecil, khususnya pada tahap awal pendirian bisnis (Filho et al., 2017; Mayr et al., 2020).

Studi Mahendra et al. (2017) menemukan faktor lainnya bahwa rendahnya tingkat kesiapan mahasiswa dalam berwirausaha digital sebagian besar disebabkan oleh kurangnya *entrepreneurship knowledge* serta minimnya pengalaman praktik dalam bisnis digital. *Entrepreneurial knowledge* merupakan sumber daya penting yang

memberikan keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi mahasiswa untuk memulai bisnis dengan sukses, mencapai efisiensi, serta mempertahankan eksistensi dan pertumbuhannya pada tahap awal (Zeng et al., 2023). Pengetahuan ini umumnya diperoleh melalui pendidikan kewirausahaan dan *prior experiences* (Pham, Nguyen, et al., 2023) mendefinisikan *prior experiences* sebagai pengalaman langsung yang diperoleh melalui aktivitas bisnis sebelumnya. Mahasiswa yang memiliki pengalaman langsung dalam dunia bisnis cenderung lebih memahami manfaat dan kelayakan bisnis digital yang pada akhirnya meningkatkan niat mereka untuk berwirausaha secara digital.

Pendidikan dan pelatihan kewirausahaan di perguruan tinggi memberikan pemahaman yang mendalam kepada mahasiswa mengenai tantangan yang mungkin dihadapi dalam menjalankan bisnis serta memberikan keterampilan yang diperlukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut (Nursito et al., 2021). Dalam perspektif lain, *entrepreneurial knowledge* dianggap sebagai kunci utama dalam memotivasi mahasiswa untuk mengejar karier kewirausahaan, mengubah pola pikir mereka, serta mendorong mereka untuk lebih percaya diri dalam menghadapi peluang dan tantangan bisnis (Hamdani & Sari, 2023).

Entrepreneurial Education dapat meningkatkan kreativitas kewirausahaan dengan memperkuat pengetahuan dan membentuk atribut kewirausahaan (Nawala Education, 2024; Harahap, 2023). Selain itu, pengalaman bisnis praktis melalui pembelajaran berbasis proyek juga mendukung pengembangan pemikiran kritis mahasiswa dalam menghadapi masalah bisnis nyata (Ead et al., 2022; Syafii &

Suparman, 2022). Dengan demikian, mahasiswa dapat memanfaatkan pengetahuan yang mereka peroleh dari proyek sebelumnya ke dalam praktik nyata (Bajada & Trayler, 2016). Pengetahuan dan keterampilan dasar yang mahasiswa peroleh, baik di dalam maupun di luar kampus, menjadi fondasi penting untuk mewujudkan hasil yang positif, serta memperkuat semangat kewirausahaan yang lebih tangguh untuk mencapai hasil yang diinginkan (Hassan et al., 2021). Oleh karena itu, *Entrepreneurial Education* dan *prior experience* terkait kewirausahaan dapat dianggap sebagai prediktor atau penjelasan utama dari perbedaan niat kewirausahaan mahasiswa (Anwar et al., 2022; Astiana et al., 2022; Rambe & Ndofirepi, 2017). Pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa menjadi landasan penting bagi niat kewirausahaan mereka, dan dapat berperan dalam pembentukan niat kewirausahaan digital (*e-entrepreneurship*) yang tidak hanya diperoleh dari pendidikan formal tetapi juga dari pengalaman langsung yang dimiliki mahasiswa, yang membentuk pemahaman mereka terhadap proses kewirausahaan di dunia digital (Pham, Nguyen, et al., 2023).

Entrepreneurial motivation merujuk pada dorongan internal maupun eksternal yang mendorong seseorang untuk memulai aktivitas kewirausahaan (Su et al., 2020). Mahasiswa yang memiliki motivasi tinggi akan memiliki kecenderungan melanjutkan ide bisnis mereka meskipun menghadapi hambatan. Penelitian terbaru mengenai motivasi kewirausahaan juga menemukan bahwa faktor ini mendorong pembentukan dan pengembangan niat kewirausahaan (Lang & Liu, 2019 ; Schlepphorst et al., 2020). Pham, Nguyen, et al. (2023) menjelaskan bahwa kecenderungan ini disebabkan karena mahasiswa yang memiliki motivasi tinggi biasanya lebih kreatif, gigih, dan memiliki

semangat tinggi dalam menghadapi hambatan yang ada. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan dampak persepsi terkait kewirausahaan berbasis teknologi terhadap motivasi mahasiswa. Dukungan dari universitas melalui kursus kewirausahaan dan kegiatan ekstrakurikuler terkait membantu mahasiswa mengenali hasil positif yang dapat diperoleh dari pekerjaan mandiri, memperkuat semangat kewirausahaan mereka, dan mendorong mereka untuk mengejar tujuan tersebut (Hassan et al., 2021).

Menurut Pham, Nguyen, et al. (2023), *perceived usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana calon wirausahawan percaya bahwa penerapan teknologi baru dalam memulai bisnis digital akan membantu meningkatkan hasil bisnis mereka, seperti efisiensi kerja dan kontrol operasional. Sementara itu, *perceived feasibility* merujuk pada sejauh mana individu merasa mampu untuk mendirikan, mengelola, dan mempertahankan bisnis digital mereka secara mandiri Prayoga et al. (2024), dalam (Pham, Nguyen, et al., 2023). Temuan Pham, Nguyen, et al. (2023) menunjukkan bahwa baik *perceived usefulness* maupun *perceived feasibility* memainkan peran penting dalam menjembatani pengaruh *Entrepreneurial Education* dan *prior experience* terhadap *entrepreneurial motivation*. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi terhadap manfaat teknologi dan keyakinan diri dalam menjalankan usaha digital menjadi faktor kunci dalam mendorong niat berwirausaha digital di kalangan mahasiswa.

Di sisi lain, *technological innovativeness*, atau kemampuan individu untuk mengadopsi dan berinovasi dengan teknologi, juga menjadi faktor penting dalam

membentuk niat berwirausaha digital (Pham, Nguyen, et al., 2023). *Technological innovativeness* atau inovasi teknologi adalah proses memperkenalkan teknologi baru atau secara signifikan meningkatkan teknologi yang sudah ada untuk menciptakan produk, layanan, atau proses yang lebih inovatif dan unggul. Dalam konteks bisnis, *technological innovativeness* memungkinkan individu atau organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, meningkatkan daya saing, dan memanfaatkan peluang baru melalui kemajuan teknologi (SEIDOR, 2024).

Technological innovativeness juga ditemukan sebagai faktor moderasi yang memperkuat hubungan antara *entrepreneurial motivation* dan *e-entrepreneurial intention* (Pham, Nguyen, et al., 2023). Dengan kata lain, mahasiswa yang memiliki motivasi tinggi tetapi kurang inovatif dalam teknologi mungkin masih ragu untuk memulai bisnis digital, sementara mahasiswa dengan motivasi tinggi dan pemikiran inovatif lebih cenderung merealisasikan niat mereka menjadi tindakan nyata (Schlaegel et al., 2021).

Pernyataan ini kemudian dibuktikan oleh beberapa studi yang menunjukkan bahwa *technological innovativeness* dapat berperan sebagai faktor moderasi yang memperkuat hubungan antara *entrepreneurship education* dan *e-entrepreneurial intention* mahasiswa (Pham, Nguyen, et al., 2023). Dikarenakan sebagian besar penelitian di bidang bisnis lebih fokus pada dampak inovasi terhadap hasil bisnis (Chege et al., 2019 ; Y. Huang et al. (2022), dengan sedikit yang mengkaji pengaruhnya terhadap niat kewirausahaan (Al-Mamary & Alshallaqui, 2022; Ugwueze et al., 2022). Oleh karena itu, perlu lebih banyak penelitian untuk mengeksplorasi peran moderasi

technological innovativeness dalam *e-entrepreneurial intention*, terutama pada tahap awal dalam memutuskan untuk mendirikan sebuah bisnis (Farrukh et al., 2019).

Meskipun perkembangan ekonomi digital di Indonesia sangat pesat dengan nilai transaksi mencapai \$90 miliar pada tahun 2024 (Google, 2024), tingkat kesiapan mahasiswa untuk berwirausaha digital masih menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait pengetahuan kewirausahaan dan pengalaman praktik bisnis digital (Mahendra et al., 2017; APJII, 2024). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *entrepreneurial education* dan *prior experience* merupakan faktor penting dalam membentuk niat berwirausaha digital (Pham, Nguyen, et al., 2023). Namun, sebagian besar studi masih berfokus pada aspek pendidikan formal dan belum banyak yang mengkaji peran pembelajaran informal seperti kursus online, yang justru lebih dominan di Indonesia (54,2% responden) (Data Penelitian, 2025). Selain itu, terdapat gap dalam pemahaman mengenai bagaimana disparitas infrastruktur digital antarwilayah, seperti perbedaan akses internet antara Jawa dan luar Jawa, memengaruhi *perceived feasibility* mahasiswa dalam memulai bisnis digital (APJII, 2024). Peran media sosial sebagai norma subjektif yang sangat berpengaruh terhadap motivasi dan niat berwirausaha digital mahasiswa Indonesia juga belum banyak dieksplorasi dalam model-model sebelumnya, padahal platform seperti TikTok, Instagram, Tokopedia, dan Gojek telah menciptakan ekosistem wirausaha digital yang unik (Zahra Regita & Moehammad G.Y., 2025; Google, (2024). Kebijakan pemerintah seperti Kampus Merdeka yang memberikan dukungan terstruktur terhadap pendidikan kewirausahaan merupakan faktor kontekstual yang belum banyak dikaji interaksinya dengan *prior experience*

mahasiswa (APJII, 2024). Selain itu, budaya kolektif Indonesia yang menekankan pengaruh kelompok dan pengalaman kepemimpinan (79,5% responden) berpotensi menjadi variabel penting dalam memperkuat motivasi dan niat berwirausaha digital, namun belum banyak diteliti secara mendalam (Data Penelitian, 2025). Urgensi penelitian ini semakin kuat mengingat *e-entrepreneurial intention* merupakan kunci untuk mendorong pertumbuhan jumlah wirausahawan digital yang dibutuhkan dalam ekosistem ekonomi digital Indonesia yang terus berkembang (Pham, Nguyen, et al., 2023). Dengan memahami faktor-faktor spesifik yang memengaruhi niat berwirausaha digital mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis, baik dalam pengembangan kurikulum kewirausahaan, pemanfaatan media sosial sebagai alat edukasi, maupun optimalisasi kebijakan pemerintah untuk mendukung ekosistem bisnis digital yang inklusif dan berkelanjutan (Irawan et al., 2024; Sofiana, N. A., 2023)

Dengan mempertimbangkan kondisi ini, penelitian ini menjadi sangat penting untuk memahami bagaimana *entrepreneurial education*, *prior experience*, *perceived usefulness*, *perceived feasibility*, *entrepreneurial motivation*, dan *technological innovativeness* mempengaruhi *e-entrepreneurial intention* mahasiswa terkhusus di wilayah Jabodetabek. Dengan memahami hubungan antar variabel ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam meningkatkan tingkat *e-entrepreneurial intention* di kalangan mahasiswa di Jabodetabek. Lebih lanjut, dengan meningkatnya *e-entrepreneurial intention* diharapkan jumlah wirausahawan digital akan meningkat juga sehingga tren kenaikan transaksi ekonomi

digital, yang telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, dapat terus berlanjut.

Ekonomi digital yang semakin berkembang membutuhkan lebih banyak inovator dan pelaku usaha yang mampu memanfaatkan teknologi secara efektif. Jika mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital mampu meningkatkan intensi mereka dalam berwirausaha, maka mereka tidak hanya akan menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri, tetapi juga dapat berkontribusi dalam menjaga momentum pertumbuhan sektor ekonomi digital Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memiliki implikasi akademik tetapi juga berperan dalam memberikan rekomendasi bagi institusi pendidikan dan pembuat kebijakan untuk mengembangkan ekosistem kewirausahaan digital yang lebih mendukung bagi mahasiswa.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pendidikan kewirausahaan (*entrepreneurial education*) dan pengalaman sebelumnya (*prior experience*) terhadap niat berwirausaha digital (*e-entrepreneurial intention*) pada mahasiswa, serta peran persepsi manfaat (*perceived usefulness*), kelayakan (*perceived feasibility*), motivasi kewirausahaan (*entrepreneurial motivation*), dan kemampuan inovasi teknologi (*technological innovativeness*) sebagai faktor yang memediasi dan memoderasi hubungan tersebut. Studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor utama yang mendorong niat mahasiswa untuk berwirausaha di bidang digital.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini berusaha menjawab beberapa pertanyaan utama sebagai berikut:

1. Apakah *Entrepreneurial Education* berpengaruh positif terhadap *Perceived usefulness* mahasiswa?
2. Apakah *Entrepreneurial Education* berpengaruh positif terhadap *Perceived feasibility* mahasiswa?
3. Apakah *Prior Experience* berpengaruh positif terhadap *Perceived usefulness* mahasiswa?
4. Apakah *Prior Experience* berpengaruh positif terhadap *Perceived feasibility* mahasiswa?
5. Apakah *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial motivation* mahasiswa?
6. Apakah *Perceived feasibility* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial motivation* mahasiswa?
7. Apakah *Entrepreneurial motivation* berpengaruh positif terhadap *E-Entrepreneurial intention* mahasiswa?
8. Apakah *Technological innovativeness* memoderasi hubungan antara *Entrepreneurial motivation* dan *E-Entrepreneurial intention*?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menguji dan mengidentifikasi adanya pengaruh positif antara *Entrepreneurial Education* terhadap *perceived usefulness* di kalangan mahasiswa.
2. Menguji dan mengidentifikasi adanya pengaruh positif antara *Entrepreneurial Education* terhadap *perceived feasibility* di kalangan mahasiswa.
3. Menguji dan mengidentifikasi adanya pengaruh positif antara *prior experience* terhadap *perceived usefulness* di kalangan mahasiswa.
4. Menguji dan mengidentifikasi adanya pengaruh positif antara *prior experience* terhadap *perceived feasibility* di kalangan mahasiswa.
5. Menguji dan mengidentifikasi adanya pengaruh positif antara *perceived usefulness* terhadap *entrepreneurial motivation* di kalangan mahasiswa.
6. Menguji dan mengidentifikasi adanya pengaruh positif antara *perceived feasibility* terhadap *entrepreneurial motivation* di kalangan mahasiswa.
7. Menguji dan mengidentifikasi adanya pengaruh positif antara *entrepreneurial motivation* terhadap *e-entrepreneurial intention* di kalangan mahasiswa.
8. Menguji dan mengidentifikasi adanya peran moderasi *technological innovativeness* dalam hubungan antara *entrepreneurial motivation* dan *e-entrepreneurial intention* di kalangan mahasiswa.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademik

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai *Entrepreneurial Education* serta pengaruhnya terhadap *perceived usefulness* dan *perceived feasibility* mahasiswa dalam konteks wirausaha digital.
2. Menambah pemahaman akademik mengenai peran *prior experience* dalam membentuk persepsi mahasiswa terkait kegunaan dan kelayakan dalam menjalankan usaha secara digital.
3. Memperluas kajian teori mengenai hubungan antara *perceived usefulness* dan *perceived feasibility* terhadap *entrepreneurial motivation* mahasiswa.
4. Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *entrepreneurial motivation* terhadap *e-entrepreneurial intention*, yang semakin penting di era transformasi digital saat ini.
5. Menjadi referensi ilmiah dalam mengkaji peran *technological innovativeness* sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *entrepreneurial motivation* dan *e-entrepreneurial intention*, sehingga memperkaya kajian model perilaku kewirausahaan digital.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan gambaran praktis mengenai bagaimana *Entrepreneurial Education* dan *prior experience* dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan *perceived usefulness* dan *perceived feasibility* dalam konteks wirausaha digital.

2. Membantu dalam merancang program kewirausahaan yang lebih efektif dengan mempertimbangkan pengaruh persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan kelayakan dalam membangun bisnis digital.
3. Menunjukkan pentingnya peran *entrepreneurial motivation* sebagai penghubung antara persepsi mahasiswa dan niat mereka untuk menjadi *e-entrepreneurs*.
4. Memberikan wawasan mengenai pengaruh *technological innovativeness* dalam memperkuat motivasi mahasiswa untuk memiliki *e-entrepreneurial intention*, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam pengembangan pelatihan atau program digital entrepreneurship.
5. Menjadi dasar praktis untuk menyusun strategi pendidikan dan pembinaan kewirausahaan digital yang mampu menumbuhkan niat wirausaha berbasis teknologi di kalangan mahasiswa.

1.6 Penelitian Terdahulu

EE = Entrepreneurial Education

PE = Prior Experience

PU = Perceived usefulness

PF = Perceived feasibility

EM = Entrepreneurial motivation

TI = Technological innovativeness

EEI = E-Entrepreneurial intention

Tabel 1. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

Author & Title	Variables							Results
	EE	PE	PU	PF	EM	TI	EEI	
Pham, Nguyen, et al. (2023)- <i>The impact of entrepreneurship knowledge on students' e-entrepreneurial intention formation and the moderating role of technological innovativeness</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan pengalaman sebelumnya merupakan dasar untuk meningkatkan perceived feasibility dan usefulness mahasiswa, membentuk motivasi kewirausahaan, dan pada akhirnya meningkatkan e-entrepreneurial intention. Inovativitas teknologi secara signifikan memoderasi hubungan antara motivasi kewirausahaan

								dan e-entrepreneurial intention.
--	--	--	--	--	--	--	--	----------------------------------

Author & Title	Variables							Results
	EE	PE	PU	PF	EM	TI	EEI	
Nurhayani et al. (2025) <i>Perceived Desirability and Feasibility: Key Factors in Forming Entrepreneurial Intentions in Accounting Education</i>				✓			✓	Perceived feasibility memiliki dampak positif signifikan pada niat kewirausahaan dengan nilai t-statistik 3,552. Semakin tinggi persepsi feasibility individu, semakin tinggi pula niat kewirausahaannya.

Author & Title	Variables							Results
	EE	PE	PU	PF	EM	TI	EEI	
Mahendra et al. (2017) <i>The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention Mediated by Motivation and Attitude</i>	✓				✓		✓	Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap niat kewirausahaan dengan dimediasi oleh motivasi dan sikap kewirausahaan pada mahasiswa manajemen.

Author & Title	Variables							Results
	EE	PE	PU	PF	EM	TI	EEI	

Pham , Lam, B. Q., & Tran Le, V. P. (2023). <i>The e-entrepreneurial intention of students: The role of self-efficacy and education. Entrepreneurial Business and</i>	✓						✓	Pendidikan memiliki pengaruh lebih kuat pada sikap mahasiswa terhadap e-entrepreneurship dibanding outcome expectations, namun outcome expectations lebih berpengaruh pada e-entrepreneurial intention. Self-efficacy memiliki peran moderasi positif pada hubungan antara sikap dan EEI.
--	---	--	--	--	--	--	---	---

Author & Title	Variables							Results
	EE	PE	PU	PF	EM	TI	EEI	
Malebana & Mahlaole (2023). <i>Prior entrepreneurship exposure and work experience as determinants of entrepreneurial intentions among South African university of technology students.</i>		✓					✓	Prior entrepreneurship exposure memiliki hubungan negatif namun signifikan dengan niat kewirausahaan, sementara pengalaman kerja sebelumnya memiliki hubungan positif dan signifikan dengan norma subjektif namun tidak signifikan dengan perceived behavioral control, sikap, dan niat kewirausahaan.

1.7 Batasan Penelitian

1.7.1 Batasan Subjek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa S1 yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) pada tahun akademik berjalan. Selain itu, responden yang dipilih adalah mahasiswa yang termasuk kriteria inklusi seperti memiliki ketertarikan atau setidaknya pernah mendapatkan pendidikan tentang kewirausahaan, baik melalui kurikulum formal, pelatihan, maupun pengalaman pribadi.

1.7.2 Batasan Konteks Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan agar ruang lingkup kajian tetap terarah dan fokus terhadap tujuan penelitian. Pertama, penelitian ini difokuskan pada mahasiswa sebagai responden karena mereka merupakan kelompok yang dianggap memiliki potensi dalam pengembangan *e-entrepreneurial intention* di era digital. Variabel yang dikaji terbatas pada *entrepreneurial education*, *prior experience*, *perceived usefulness*, *perceived feasibility*, *entrepreneurial motivation*, dan *e-entrepreneurial intention*, dengan *technological innovativeness* sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu tertentu (*cross-sectional study*) sehingga hanya mengamati kondisi dalam satu periode waktu tanpa melihat perubahan sikap atau niat dalam jangka panjang dan data dikumpulkan melalui kuesioner Penelitian ini juga tidak membahas faktor eksternal lain seperti dukungan keluarga, akses modal, kondisi pasar, atau regulasi pemerintah yang mungkin turut

memengaruhi *e-entrepreneurial intention*. Selain itu, cakupan *technological innovativeness* dalam penelitian ini dibatasi pada tingkat individu, yaitu bagaimana mahasiswa secara pribadi menunjukkan sikap dan kemampuan terhadap penggunaan serta penerapan inovasi teknologi.

1.8 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan di dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berfungsi sebagai pengantar dalam penelitian ini, yang mencakup enam sub-bab, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian, memberikan tinjauan terhadap studi-studi sebelumnya, serta menjelaskan keterkaitan antar variabel untuk mendukung pembentukan hipotesis dan model penelitian. Variabel yang dibahas meliputi *entrepreneurial education*, *perceived usefulness*, *perceived feasibility*, *technological innovativeness*, *entrepreneurial motivation*, dan *prior experience*.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan yang digunakan untuk menguji setiap variabel. Di dalamnya, dibahas objek dan subjek penelitian, metode pengumpulan data dan prosedur pengujian data, serta pelaksanaan uji pendahuluan.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini memaparkan hasil pengolahan dan pengujian data penelitian, mencakup analisis deskriptif pada setiap variabel berdasarkan kuesioner. Selain itu, analisis *outer* model, inner model, dan penafsiran hasil penelitian juga dibahas di bagian ini.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian, mencakup implikasi manajerial dan teoritis yang dapat diambil. Selain itu, juga dibahas keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.