

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Selama dua dekade terakhir, teknologi digital telah mengubah wajah perekonomian global secara mendasar (OECD, 2021). Transformasi ini tidak sekadar soal adopsi alat baru, melainkan pergeseran fundamental dalam cara nilai ekonomi diciptakan, dipertukarkan, dan dikonsumsi (World Bank, 2022). Melalui konvergensi internet, komputasi awan, kecerdasan buatan, dan analisis data besar, lahirlah ekosistem ekonomi digital yang menempatkan pengetahuan dan inovasi sebagai faktor produksi utama, menggeser dominasi sumber daya fisik konvensional (UNDP, 2022).

Negara-negara yang berhasil mengintegrasikan teknologi digital ke dalam sistem ekonominya terbukti memperoleh keunggulan produktivitas dan daya saing yang nyata (OECD, 2021). Sebaliknya, negara yang tertinggal dalam adopsi teknologi berisiko terjebak dalam kesenjangan ekonomi yang semakin dalam (World Bank, 2022). Konteks inilah yang mendorong berbagai lembaga internasional menegaskan bahwa digitalisasi bukan lagi sekadar agenda teknologi, melainkan isu strategis pembangunan manusia dan ketenagakerjaan (ILO, 2023).

Indonesia menghadapi realitas ini dengan posisi yang menjanjikan sekaligus penuh tantangan (Asian Development Bank, 2022). Pertumbuhan pengguna internet dan ekspansi platform perdagangan elektronik telah

menjadikan ekonomi digital Indonesia sebagai salah satu yang terbesar di Asia Tenggara (World Bank, 2022). Pemerintah merespons peluang ini dengan menjadikan transformasi digital sebagai prioritas dalam berbagai dokumen pembangunan nasional, mulai dari peta jalan digital 2021 sampai 2024 hingga Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020 sampai 2024 (Kementerian Kominfo, 2023). Langkah ini diharapkan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan penciptaan lapangan kerja baru di era digital (Bappenas, 2023).

Salah satu respons konkret pemerintah dalam konteks pendidikan tinggi adalah melalui kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Program ini memberikan ruang bagi mahasiswa untuk belajar di luar kelas melalui kegiatan magang, wirausaha, dan kolaborasi dengan dunia industri (Kemendikbudristek, 2023). Tujuannya tidak lain adalah mendorong lahirnya lulusan yang tidak hanya siap bekerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja bagi orang lain. Dalam kerangka inilah pengembangan wirausahawan muda berbasis digital menjadi agenda yang semakin mendesak, terutama di tengah perubahan struktur pasar kerja global yang semakin mengutamakan kompetensi kewirausahaan dan kecakapan digital (ILO, 2023).

Dalam struktur ekonomi nasional, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peran yang tidak bisa diabaikan karena menyumbang porsi besar terhadap produk domestik bruto (PDB) dan menyerap mayoritas tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Digitalisasi UMKM diidentifikasi sebagai jalur paling strategis untuk mendorong produktivitas

dan memperluas akses pasar (OECD, 2021). Namun kenyataannya, banyak pelaku UMKM masih berhenti pada pemanfaatan teknologi yang bersifat permukaan, sekadar hadir di platform digital tanpa benar-benar menggunakannya untuk berinovasi. Akar masalahnya bukan pada infrastruktur, melainkan pada keterbatasan kapasitas manusia dalam hal kemampuan kognitif, kreativitas, dan kesiapan beradaptasi (Mubarak et al., 2019).

Di sinilah mahasiswa tampil sebagai kelompok yang paling berpotensi mengisi celah tersebut (Sari & Nugroho, 2021). Dengan tingkat literasi teknologi yang relatif tinggi dan fase kehidupan yang memungkinkan pengambilan risiko, mahasiswa adalah kandidat utama sebagai penggerak kewirausahaan digital generasi berikutnya (Anjum et al., 2021). Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta (UNJ) secara khusus telah mendapat dukungan institusional melalui berbagai program kewirausahaan berbasis MBKM (Kemendikbudristek, 2023). Data Badan Pusat Statistik (BPS) (2024) menunjukkan bahwa lulusan pendidikan tinggi masih menyumbang angka pengangguran terbuka yang signifikan, mengindikasikan bahwa orientasi pendidikan yang semata-mata melatih *job seeker* perlu diimbangi dengan pengembangan *job creator* secara sistematis. Perubahan struktur pasar kerja global memang sedang menggeser permintaan ke arah keterampilan kewirausahaan dan digital (ILO, 2023).

UNJ sebagai salah satu perguruan tinggi negeri (PTN) terkemuka di Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta memiliki 32.603 mahasiswa aktif dari

delapan fakultas pada tahun akademik 2025 sampai 2026. UNJ telah mengintegrasikan program kewirausahaan ke dalam kurikulum melalui kebijakan MBKM (Kemendikbudristek, 2023). Keunikan UNJ terletak pada koeksistensi program kependidikan dan non-kependidikan yang menghasilkan profil mahasiswa dengan orientasi karier sangat heterogen. Namun, data empiris tentang tingkat dan determinan intensi berwirausaha mahasiswa UNJ secara spesifik masih sangat terbatas dalam literatur (Riyanto & Nusantara, 2021). Kesenjangan ini patut diperhatikan mengingat DKI Jakarta adalah pusat ekonomi digital terbesar di Indonesia (BPS, 2024).

Inti dari kesiapan berwirausaha mahasiswa terletak pada konstruk intensi berwirausaha, yaitu kecenderungan psikologis individu untuk memilih jalur wirausaha dan merencanakan pendirian usaha di masa depan. Para peneliti sepakat bahwa intensi merupakan prediktor paling proksimal dari perilaku kewirausahaan aktual (Ajzen, 2020). Intensi mencerminkan gabungan kesiapan mental, motivasi, dan komitmen individu untuk bertindak, sehingga pengukurannya relevan sebagai indikator awal potensi kewirausahaan (Krueger, 2020). Memahami faktor-faktor pembentuk intensi berwirausaha menjadi sangat krusial bagi perancang program pendidikan kewirausahaan yang efektif dan relevan (Schlaegel & Koenig, 2014).

Dalam menjelaskan pembentukan intensi berwirausaha, penelitian ini menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang dikembangkan Ajzen (1991). TPB menyatakan bahwa niat seseorang untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap

perilaku, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* (Ajzen, 2020). Dalam konteks kewirausahaan, komponen *perceived behavioral control* menjadi sangat relevan karena berkaitan langsung dengan keyakinan mahasiswa bahwa mereka memiliki kemampuan dan sumber daya yang cukup untuk memulai usaha. Mahasiswa yang merasakan dukungan dari lingkungan sekitar dan memiliki kepercayaan diri yang kuat terhadap kemampuan digitalnya cenderung memiliki intensi berwirausaha yang lebih tinggi (Ajzen, 2020). Inilah yang menjadi titik temu antara literasi digital dan intensi berwirausaha dalam kerangka TPB.

Salah satu faktor yang semakin mendapat perhatian dalam literatur adalah literasi digital. Konsep ini pertama kali diperkenalkan Gilster (1997) sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital. Kini literasi digital telah berkembang mencakup dimensi teknis, kognitif, dan sosial-emosional dalam berpartisipasi secara produktif di lingkungan digital (van Laar et al., 2019). Bagi mahasiswa UNJ, kompetensi ini membuka pintu untuk mengenali peluang pasar dan mengembangkan model usaha berbasis teknologi yang sesuai dengan dinamika ekonomi Jakarta (Reddy et al., 2023).

Namun temuan empiris justru mengungkap sebuah paradoks, yakni tingginya literasi digital tidak otomatis berujung pada niat berwirausaha. Dalam banyak kasus, kemampuan digital lebih banyak digunakan untuk keperluan konsumtif atau bekerja di sektor formal, bukan untuk menciptakan usaha baru. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital lebih tepat dipandang

sebagai *enabling capability*, yaitu kapabilitas yang membuka akses terhadap sumber daya digital, tetapi belum cukup memicu orientasi kewirausahaan tanpa proses kognitif yang mengolahnya (Nambisan, 2017). Bennett et al. (2008) juga menemukan bahwa kemampuan digital mahasiswa tidak homogen dan bervariasi bergantung pada motivasi penggunaan teknologi. Inkonsistensi temuan lintas studi ini diperkuat oleh meta-analisis Schlaegel dan Koenig (2014), yang menyimpulkan bahwa model TBP membutuhkan variabel kognitif tambahan untuk menjelaskan varians intensi berwirausaha secara komprehensif.

Inkonsistensi ini juga terlihat dalam pola temuan penelitian empiris sebelumnya. Beberapa studi menemukan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha, sementara studi lain justru melaporkan pengaruh yang lemah atau tidak signifikan, bergantung pada konteks dan karakteristik sampelnya (Reddy et al., 2023). Kondisi ini mengindikasikan bahwa hubungan antara literasi digital dan intensi berwirausaha tidak bersifat langsung dan sederhana, melainkan dimediasi oleh faktor-faktor kognitif lain yang bekerja di antara keduanya. Pertanyaan mengenai apa yang sebenarnya menjadi penghubung antara kapabilitas digital dan niat berwirausaha ini menjadi salah satu celah penting yang mendorong dilakukannya penelitian ini (Schlaegel & Koenig, 2014).

Variabel kognitif yang dimaksud adalah kreativitas kewirausahaan, yaitu kemampuan individu menghasilkan ide-ide usaha inovatif yang bernilai ekonomi melalui proses berpikir *divergen* (Ward, 2004). Kreativitas inilah

yang membedakan individu yang melek digital dari individu yang berpikir wirausaha. Yang pertama menggunakan teknologi sebagai alat, sedangkan yang kedua menggunakannya sebagai sumber peluang usaha (Amabile, 2020). Reddy et al. (2023) secara empiris mengkonfirmasi bahwa kreativitas kewirausahaan memediasi hubungan antara kompetensi digital dan intensi berwirausaha. Temuan serupa dilaporkan oleh Zampetakis et al. (2021) pada populasi generasi muda di berbagai konteks budaya, sehingga memperkuat posisi kreativitas sebagai jembatan kognitif yang penting.

Dalam konteks mahasiswa UNJ, kreativitas kewirausahaan menjadi semakin relevan mengingat keberagaman latar belakang program studi yang dimiliki oleh universitas ini. Mahasiswa dari program kependidikan maupun non-kependidikan sama-sama membutuhkan kemampuan berpikir kreatif untuk bisa mengolah informasi digital yang mereka akses sehari-hari menjadi gagasan bisnis yang bernilai (Anjum et al., 2021). Tanpa kreativitas, akses terhadap ekosistem digital yang luas sekalipun tidak akan menghasilkan orientasi kewirausahaan yang kuat. Sebaliknya, mahasiswa yang memiliki kreativitas tinggi akan mampu memanfaatkan literasi digital yang dimilikinya sebagai bahan bakar untuk menciptakan ide-ide usaha yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan pasar (Amabile, 2020 dan Zampetakis et al., 2021).

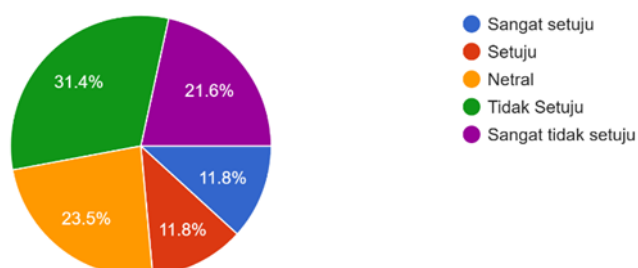
Kesenjangan penelitian yang diidentifikasi dalam kajian ini bersifat tiga lapis. Pertama, belum ada penelitian yang secara spesifik menguji hubungan literasi digital dan intensi berwirausaha pada mahasiswa UNJ. Kekhasan konteks institusional UNJ dengan program kependidikan dan non-

kependidikan yang berjalan berdampingan kemungkinan menghasilkan pola yang berbeda dari temuan pada sampel mahasiswa umum (BPS, 2024). Kedua, meskipun sejumlah studi telah mengkonfirmasi peran mediasi kreativitas dalam hubungan kompetensi digital dan intensi berwirausaha (Reddy et al., 2023), belum ada yang menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) secara spesifik pada populasi mahasiswa PTN di kawasan Jakarta metropolitan. Hal serupa dikonfirmasi oleh Zampetakis et al. (2021) yang menekankan perlunya replikasi dalam konteks negara berkembang. Ketiga, instrumen pengukuran yang digunakan dalam studi terdahulu banyak diadaptasi dari konteks negara maju, sehingga perlu pengembangan instrumen yang lebih kontekstual dan relevan dengan realitas mahasiswa UNJ (Kemendikbudristek, 2023).

Untuk memperoleh gambaran empiris awal mengenai kondisi tersebut, peneliti melakukan pra-penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada 51 mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pada tahun 2026. Pra-penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kecenderungan aktual intensi berwirausaha, kreativitas kewirausahaan, dan pemanfaatan literasi digital mahasiswa UNJ sebelum penelitian utama dilaksanakan. Hasil pra-penelitian disajikan dalam bentuk diagram untuk menunjukkan kecenderungan jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang merepresentasikan kondisi nyata ketiga variabel penelitian.

Gambar 1.1 berikut menyajikan hasil pra-penelitian terkait keinginan mahasiswa untuk memulai usaha sendiri setelah lulus, yang diukur melalui

pernyataan "Saya memiliki keinginan untuk memulai usaha sendiri setelah lulus kuliah".



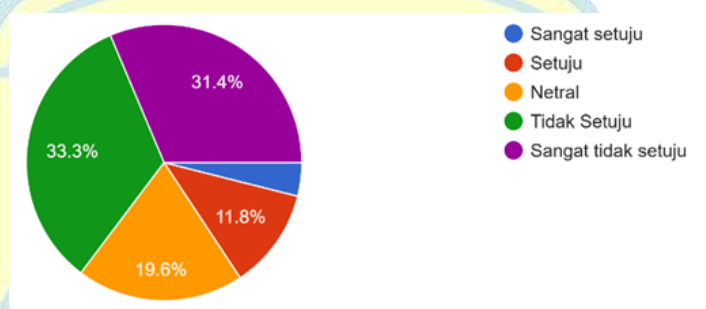
Gambar 1. 1 Keinginan untuk Memulai Usaha Sendiri Setelah Lulus Kuliah

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Gambar 1.1, sebagian besar mahasiswa menunjukkan kecenderungan belum memiliki keinginan yang kuat untuk memulai usaha sendiri setelah lulus. Sebanyak 31,4% responden menyatakan tidak setuju dan 21,6% menyatakan sangat tidak setuju, sedangkan responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju hanya mencapai 23,6%. Temuan ini mengindikasikan bahwa intensi berwirausaha mahasiswa UNJ masih tergolong rendah, dengan lebih dari separuh responden, yaitu sebesar 53%, menunjukkan ketidakinginan untuk berwirausaha setelah menyelesaikan studi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa masih lebih mempertimbangkan jalur karier lain dibandingkan membangun usaha secara mandiri. Rendahnya keinginan tersebut juga dapat mencerminkan masih adanya keraguan mahasiswa terhadap kemampuan, kesiapan, serta keberlanjutan usaha yang akan dijalankan setelah lulus. Selain itu, kewirausahaan belum sepenuhnya dipandang sebagai pilihan karier yang menjanjikan dan mampu memberikan kepastian bagi masa depan mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang

lebih terarah untuk memperkuat ketertarikan, keyakinan, dan kesiapan mahasiswa dalam menjadikan kewirausahaan sebagai pilihan karier setelah lulus.

Gambar 1.2 berikutnya menyajikan hasil pra-penelitian terkait preferensi karier mahasiswa, yang diukur melalui pernyataan "Saya lebih tertarik menjadi wirausahawan dibanding bekerja sebagai pegawai".

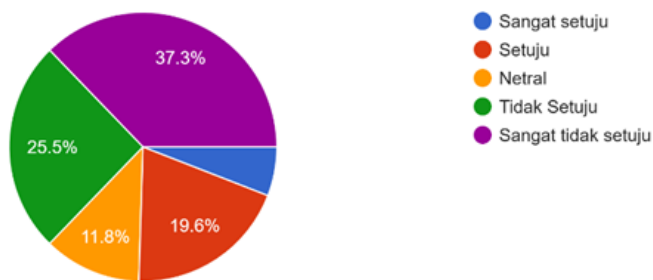


Gambar 1. 2 Preferensi Karier antara Wirausahawan dan Pegawai

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Gambar 1.2, ketika ditanya lebih langsung apakah mereka lebih memilih jadi wirausahawan dibanding pegawai, hasilnya bahkan lebih jelas. Total 64,7% responden menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju. Hanya 11,8% yang menyatakan setuju dan hampir tidak ada yang sangat setuju. Temuan ini menegaskan bahwa orientasi karier mahasiswa UNJ masih sangat didominasi oleh pilihan sebagai karyawan, bukan sebagai pencipta lapangan kerja mandiri.

Gambar 1.3 berikutnya menyajikan hasil pra-penelitian terkait kesiapan mahasiswa menghadapi risiko, yang diukur melalui pernyataan "Saya bersedia menghadapi risiko demi membangun usaha sendiri".



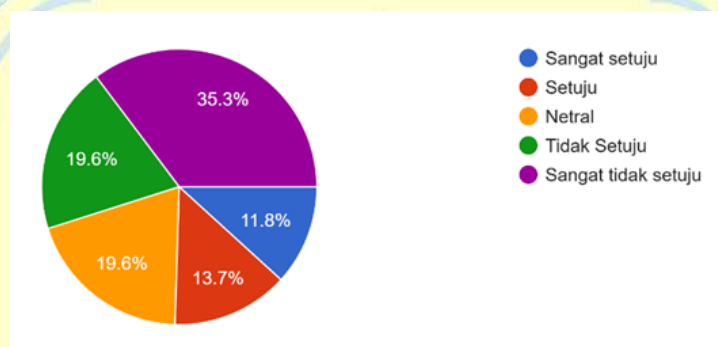
Gambar 1. 3 Kesiapan dalam Menghadapi Risiko Berwirausaha

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Berdasarkan Gambar 1.3, kesiapan mahasiswa dalam menghadapi risiko juga menunjukkan kondisi yang serupa. Sebanyak 25,5% responden menyatakan tidak setuju dan 37,3% menyatakan sangat tidak setuju, sehingga secara keseluruhan terdapat 62,8% mahasiswa yang mengaku belum siap menghadapi risiko untuk membangun usaha sendiri. Temuan ini menjadi perhatian karena keberanian menghadapi risiko merupakan salah satu elemen mendasar dalam kegiatan kewirausahaan. Ketidaksiapan tersebut dapat menunjukkan masih adanya kekhawatiran mahasiswa terhadap kemungkinan kerugian, ketidakpastian pendapatan, kegagalan usaha, serta keterbatasan pengalaman dalam mengambil keputusan bisnis. Selain itu, rendahnya kesiapan menghadapi risiko juga dapat mencerminkan belum kuatnya keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan mereka dalam mengelola tantangan dan menyelesaikan permasalahan usaha. Dalam kerangka TPB, kondisi tersebut berkaitan erat dengan komponen *perceived behavioral control*, yaitu persepsi individu terhadap kemampuan dan kendali yang dimiliki dalam melakukan suatu perilaku (Ajzen, 2020). Semakin rendah keyakinan mahasiswa dalam menghadapi risiko, semakin kecil pula kemungkinan mereka

memiliki niat yang kuat untuk memulai usaha. Oleh karena itu, diperlukan pembelajaran dan pengalaman kewirausahaan yang mampu meningkatkan keberanian, keterampilan pengambilan keputusan, serta kesiapan mahasiswa dalam menghadapi berbagai risiko usaha.

Gambar 1.4 berikutnya menyajikan hasil pra-penelitian terkait keyakinan diri mahasiswa dalam menjalankan usaha, yang diukur melalui pernyataan "Saya yakin dapat menjalankan usaha secara mandiri di masa depan".



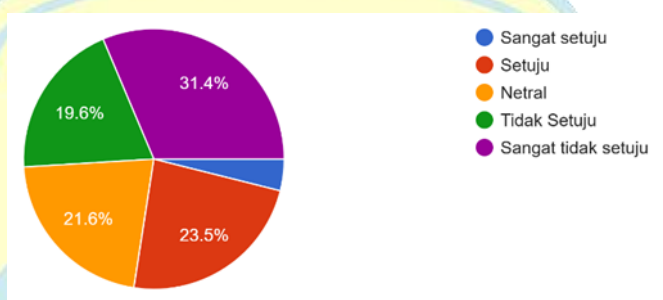
Gambar 1. 4 Keyakinan dalam Menjalankan Usaha Secara Mandiri

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Gambar 1.4, sebanyak 54,9% responden mengaku tidak yakin dapat menjalankan usaha secara mandiri pada masa depan. Rendahnya keyakinan diri tersebut sejalan dengan rendahnya *perceived behavioral control* yang menjadi salah satu determinan utama intensi berwirausaha dalam kerangka TPB (Ajzen, 2020). Ketidakyakinan ini dapat muncul karena mahasiswa merasa belum memiliki pengalaman, keterampilan, dan sumber daya yang cukup untuk mengelola usaha secara mandiri. Kondisi tersebut semakin memperkuat argumen bahwa pengembangan kepercayaan diri dan

kemampuan nyata dalam berwirausaha perlu menjadi perhatian serius di lingkungan UNJ.

Gambar 1.5 berikutnya menyajikan hasil pra-penelitian yang berkaitan dengan pemanfaatan literasi digital mahasiswa untuk keperluan kewirausahaan, yang diukur melalui pernyataan "Saya sering mencari informasi mengenai peluang usaha yang dapat dijalankan mahasiswa".



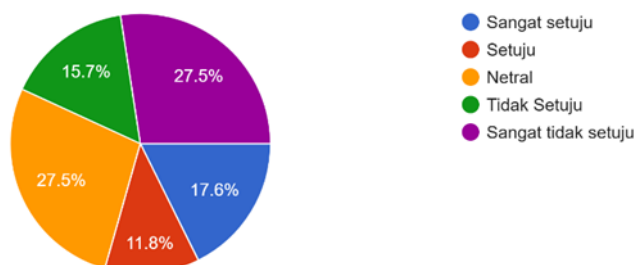
Gambar 1.5 Pemanfaatan Literasi Digital untuk Pencarian Peluang Usaha

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Gambar 1.5, meskipun mahasiswa UNJ diasumsikan memiliki akses terhadap teknologi digital yang memadai, sebanyak 51% responden tidak memanfaatkan kemampuan digitalnya untuk mencari informasi mengenai peluang usaha. Sebanyak 19,6% menyatakan tidak setuju dan 31,4% menyatakan sangat tidak setuju. Temuan ini secara empiris mengkonfirmasi paradoks literasi digital yang diidentifikasi dalam literatur, bahwa kepemilikan kemampuan digital tidak serta-merta berujung pada orientasi produktif kewirausahaan (Nambisan, 2017). Kemampuan digital mahasiswa lebih banyak dimanfaatkan secara konsumtif daripada sebagai sarana aktif mengidentifikasi peluang bisnis (Bennett et al., 2008).

Gambar 1.6 berikutnya menyajikan hasil pra-penelitian yang berkaitan dengan kreativitas kewirausahaan mahasiswa, yang diukur melalui pernyataan

"Saya tertarik mengembangkan ide bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan".



Gambar 1. 6 Ketertarikan dalam Mengembangkan Ide Bisnis Kreatif

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Gambar 1.6, sebanyak 43,2% responden menunjukkan rendahnya ketertarikan dalam mengembangkan ide bisnis yang menghasilkan keuntungan, terdiri atas 15,7% yang menyatakan tidak setuju dan 27,5% yang menyatakan sangat tidak setuju. Sementara itu, sebanyak 27,5% responden bersikap netral. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kreativitas kewirausahaan mahasiswa UNJ masih perlu dikembangkan, mengingat kreativitas merupakan kemampuan kognitif yang seharusnya menjadi jembatan antara literasi digital dan intensi berwirausaha (Amabile, 2020; Ward, 2004). Rendahnya ketertarikan tersebut juga menunjukkan bahwa mahasiswa belum sepenuhnya mampu mengolah informasi, pengalaman, dan teknologi digital menjadi gagasan usaha yang memiliki nilai ekonomi. Padahal, kemampuan mengembangkan ide bisnis merupakan tahap awal yang penting dalam mengenali peluang dan membentuk kesiapan untuk memulai usaha.

Meskipun berbagai program kewirausahaan berbasis MBKM telah dijalankan di UNJ dan mahasiswa hidup di tengah ekosistem digital yang kaya,

hasil pra-penelitian secara konsisten menunjukkan kondisi intensi berwirausaha yang masih rendah. Keinginan memulai usaha setelah lulus hanya didukung oleh 23,6% responden, preferensi karier wirausaha 11,8%, kesiapan menghadapi risiko 25,5%, keyakinan diri berwirausaha 25,5%, pemanfaatan teknologi digital untuk menemukan peluang usaha 27,5%, dan ketertarikan mengembangkan ide bisnis 29,4%. Data tersebut secara empiris memperkuat dugaan bahwa terdapat mekanisme kognitif yang belum berjalan secara optimal dalam menghubungkan literasi digital mahasiswa dengan intensi berwirausaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa penguasaan teknologi digital belum selalu diikuti oleh kemampuan untuk mengubah informasi dan sumber daya digital menjadi peluang usaha yang konkret. Dalam hubungan tersebut, kreativitas kewirausahaan diduga menjadi variabel mediasi yang krusial karena membantu mahasiswa mengembangkan kemampuan digital menjadi ide bisnis yang lebih inovatif, relevan, dan bernilai ekonomi.

Berdasarkan keseluruhan argumentasi tersebut, penelitian ini didesain untuk mengisi kesenjangan dengan menguji secara empiris bagaimana literasi digital membentuk intensi berwirausaha mahasiswa UNJ melalui kreativitas kewirausahaan sebagai mekanisme mediasi. Mekanisme tersebut menjelaskan proses transformasi kapabilitas digital menjadi gagasan usaha dan niat nyata untuk berwirausaha. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya model konseptual kewirausahaan mahasiswa serta memberikan implikasi praktis bagi pengembangan pendidikan kewirausahaan digital di UNJ khususnya dan perguruan tinggi di Indonesia pada umumnya.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, didapatkan beberapa permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah literasi digital berpengaruh langsung terhadap Kreativitas Kewirausahaan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?
2. Apakah literasi digital berpengaruh langsung terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?
3. Apakah kreativitas kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?
4. Apakah literasi digital berpengaruh tidak langsung terhadap intensi berwirausaha melalui kreativitas kewirausahaan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh langsung literasi digital terhadap kreativitas kewirausahaan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dalam konteks kemampuan memanfaatkan teknologi digital secara produktif dan inovatif.
2. Menganalisis pengaruh langsung literasi digital terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta berdasarkan perspektif TPB, khususnya melalui dimensi *perceived behavioral control* yang terkait dengan kompetensi digital.

3. Menganalisis pengaruh langsung kreativitas kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, dengan mempertimbangkan kemampuan kognitif divergen sebagai faktor penggerak niat berwirausaha.
4. Menguji pengaruh tidak langsung literasi digital terhadap intensi berwirausaha melalui kreativitas kewirausahaan sebagai variabel intervening, menggunakan prosedur *bootstrapping* dalam kerangka PLS-SEM.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur kewirausahaan mahasiswa dengan menghadirkan model empiris yang mengintegrasikan literasi digital, kreativitas kewirausahaan, dan intensi berwirausaha dalam satu kerangka struktural yang teruji. Temuan ini merespons celah yang diidentifikasi Schlaegel dan Koenig (2014) mengenai kebutuhan variabel kognitif mediasi dalam model TPB. Penelitian ini memperkuat validitas empiris TPB dalam konteks kewirausahaan digital Indonesia dengan menunjukkan kreativitas sebagai mekanisme transformatif antara kompetensi digital dan intensi berwirausaha (Ajzen, 2020). Selain itu, penelitian ini menyediakan fondasi empiris bagi kajian lanjutan mengenai intensi berwirausaha mahasiswa PTN Indonesia dalam ekosistem digital yang terus berkembang (Nabi et al., 2021).

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi dasar *evidence-based* bagi UNJ dalam merancang program literasi digital dan kewirausahaan yang lebih terintegrasi dalam kerangka MBKM (Kemendikbudristek, 2023). Bagi mahasiswa, penelitian ini menegaskan bahwa kemampuan digital saja tidak cukup membentuk niat berwirausaha kreativitas dalam mengolah informasi digital menjadi ide bisnis nyata adalah faktor kuncinya (Amabile, 2020). Bagi perancang kurikulum, hasil penelitian ini menjadi landasan untuk mengembangkan modul pembelajaran yang menghubungkan kecakapan digital dengan praktik kreatif kewirausahaan (van Laar et al., 2019). Langkah ini sejalan dengan tuntutan pasar kerja era ekonomi digital yang mengutamakan kompetensi kewirausahaan berbasis teknologi (ILO, 2023).