Mekanisme Transisi Niat Menjadi Perilaku Kewirausahaan Digital Mahasiswa: Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis

Muhammad Ridho Ar-Rosyid [1*], Dina Safitri[2], Mutiasari Nur Wulan[3]
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung[1,2,3]
2311012054@students.unila.ac.id[1], dina.safitri@feb.unila.ac.id[2], mutiasari.nurwulan@feb.unila.ac.id[3]*

Abstract
Purpose: This study aims to conduct a systematic literature review exploring the dynamics of students' digital entrepreneurial intention-behavior, focusing specifically on the transition mechanisms that bridge the intention-behavior gap.
Methodology/approach: A systematic literature review was conducted following PRISMA guidelines. A total of 33 journal articles published between 2020 and 2026 across multiple academic databases were systematically extracted and analyzed.
Results/findings: Digital entrepreneurship practices are classified into the platform economy, AI-based entrepreneurship, e-commerce, and digital content creation. Adopting the Mindset Theory of Action Phases, findings indicate that implementation intention acts as a critical mediator transforming entrepreneurial intention into actual digital entrepreneurship behavior. This transition is strongly moderated by digital literacy, acting as technical catalyst, and psychological resilience, serving as an emotional anchor.
Limitations: The reviewed studies predominantly utilize cross-sectional designs and self-reported surveys, indicating a need for future longitudinal and mixed method approaches to accurately capture the behavioral transition over time.
Contribution: This study contributes to the digital entrepreneurship literature by integrating the Rubicon model to explain the volition phase. Practically, it provides insights for higher education institutions to redesign curricula and incubators that enhance artificial intelligence literacy and foster students' psychological resilience

Keywords: *digital entrepreneurship, implementation intention, digital literacy, psychological resilience, intention-behavior gap.*

1. Pendahuluan

Secara fundamental, perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap dunia bisnis dan menciptakan fenomena kewirausahaan digital (Destrian, 2025; Yang et al., 2024), di mana model bisnis ini semakin diminati belakangan ini sebagai pilihan karier strategis, terutama di kalangan mahasiswa perguruan tinggi (Adelaja et al., 2023; Morales-Pérez et al., 2022). Peran serta mahasiswa pada niat wirausaha yang berkelanjutan merupakan langkah yang penting ketika merespons dinamika disrupsi dan menstimulasi pertumbuhan ekonomi di berbagai negara (Barba-Sánchez et al., 2022; Peter et al., 2026). Di penelitian lain dijelaskan bahwa niat wirausaha berbasis pada platform digital yang merespons dinamika disrupsi dan menstimulasi pertumbuhan ekonomi (Kivuyo et al., 2025). Kesuksesan pada ekosistem kewirausahaan digital sangat ditentukan oleh modal literasi digital dan kesiapan psikologis individu tersebut (Bahçekapili & Boztaş, 2025; Lopes et al., 2025).

Pemanfaatan kecerdasan buatan telah merevolusi kemampuan pebisnis saat mengidentifikasi peluang bisnis (Duong & Nguyen, 2024). Kecerdasan buatan juga membantu pebisnis dalam mengambil keputusan bisnisnya sendiri dengan sumber daya yang terbatas (Zulfiqar et al., 2025). Selain itu, kesiapan mental mahasiswa dalam merintis usaha mandiri sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor kognitif dan teknis. Proses belajar mandiri terbukti sangat efektif untuk membangun kompetensi digital mereka (Ahmed, 2023), di samping itu, tingkat penerimaan terhadap teknologi dan persepsi kebermanfaatan merupakan penentu utama dalam adopsi praktik kewirausahaan digital (Ilyas et al., 2023). Lebih jauh lagi, dorongan niat wirausaha yang didukung oleh kecenderungan kepemimpinan

transformasional juga memperbesar motivasi internal mahasiswa (Kerse, 2025). Secara keseluruhan, perpaduan antara kompetensi digital dari penelitian Sitaridis & Kitsios (2026) dan tingginya tingkat efikasi diri berdasarkan Wardoyo et al. (2025) inilah yang pada akhirnya menumbuhkan keberanian dan kesiapan mahasiswa untuk mengeksekusi ide bisnis mereka menjadi usaha mandiri.

Urgensi pengembangan kewirausahaan digital di perguruan tinggi menjadi sangat krusial mengingat rasio kewirausahaan nasional baru mencapai sekitar 3,35% - 3,47% (Wardoyo et al., 2025), masih berada di bawah target ideal 4% dan tertinggal dibandingkan negara tetangga seperti Singapura, Thailand, dan Vietnam. Di sisi lain, data BPS (2024) mencatat bahwa angka pengangguran terdidik sebesar 5,18%. Hal ini menunjukkan bahwa mendorong transisi niat wirausaha mahasiswa menjadi tindakan bisnis digital yang nyata merupakan kebutuhan strategis nasional.

Meskipun minat mahasiswa dan dukungan dari institusi untuk memulai bisnis digital semakin besar, dalam penelitian yang dilakukan Han et al. (2026) serta Kanth & Sinha (2026) menyoroti bahwa secara teoretis terdapat kesenjangan yang nyata (intention-behavior gap) di antara niat kewirausahaan dengan tindakan eksekusi nyata. Proses transisi dari hanya memiliki niat menjadi tindakan implementasi usaha tersebut tergolong rumit dan belum dipahami secara utuh, terutama jika berhadapan dengan berbagai keterbatasan dan ketidakpastian. Kemudian, diskoneksi dari niat menuju tindakan nyata ini juga menjadi tantangan penting dalam praktik bisnis digital yang berfokus pada keberlanjutan atau sustainable development goals (Awal, 2026). Oleh karena itu, penting sekali untuk mempelajari secara mendalam mekanisme yang benar-benar mendorong mahasiswa untuk merealisasikan niatnya menjadi perilaku nyata, terutama yang didorong oleh peran kognitif dan motivasional, serta pengaruh gaya kepemimpinan di lingkungan mereka. Meskipun ulasan literatur terdahulu mengenai kewirausahaan digital telah dipublikasikan seperti pada Paul et al., 2023; Sitaridis & Kitsios, 2024; Zaheer et al., 2019, mayoritas penelitian tersebut hanya berfokus pada pemetaan faktor penentu niat. Belum ada penelitian yang secara komprehensif memetakan mekanisme transisi volisional. Kajian penelitian ini mengisi kekosongan literatur tersebut. Selain itu faktor mediasi dan moderasi yang krusial seperti ketahanan psikologis, literasi digital, dan niat implementasi sejauh ini belum sepenuhnya dikaji secara meluas dalam memahami kesenjangan tersebut seutuhnya (Bui et al., 2025).

Tujuan utama dari tinjauan literatur sistematis atau *systematic literature review* (SLR) ini adalah guna memetakan secara menyeluruh literatur yang ada terkait niat dan perilaku kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa. Ada tiga alasan dasar mengapa SLR ini penting dilakukan yaitu untuk memahami mekanisme transisi niat ke perilaku nyata, untuk memetakan efektivitas pendukung ekosistem, dan untuk menyoroti variabel yang masih jarang diteliti. Pertama, tinjauan ini bertujuan untuk memahami mekanisme transisi dari sekadar niat kewirausahaan menjadi perilaku nyata, di mana pemahaman ini sangat penting untuk pengembangan teori akademis sekaligus menjadi rekomendasi praktis bagi para pembuat kebijakan bisnis. Kedua, penelitian ini akan menelusuri sejauh mana peran serta efektivitas dari berbagai faktor pendukung ekosistem wirausaha, seperti pendidikan kewirausahaan digital (Duong et al., 2024), dukungan institusional yang berorientasi pada keberlanjutan (Tran & Lam, 2026), kapabilitas literasi bisnis digital dan literasi finansial (Hasan et al., 2024), serta penguasaan literasi fintech (Nguyen et al., 2024).

Pendidikan kewirausahaan memiliki peran multidimensional dalam persiapan wirausaha mahasiswa. Peningkatan kompetensi dosen terbukti penting dalam memberikan pengetahuan secara efektif (Narmaditya et al., 2024). Selain itu, penerapan pembelajaran eksperimental yang diintegrasikan dengan kerangka model *job demand-resources* (JD-R) memberikan dampak signifikan terhadap performa bisnis (Sulistyowati et al., 2026). Kemudian, stimulasi lewat dorongan kreativitas berdasarkan penelitian Liang et al. (2025) dan inovasi metode pengajaran berbasis gamifikasi berdasarkan penelitian Xin & Ma (2023) secara teori bisa memperkuat tingkat efikasi diri mahasiswa. Berbagai inovasi dalam kapabilitas pendidikan kewirausahaan ini, pada akhirnya akan secara kolektif memupuk pola pikir wirausaha dan juga meningkatkan literasi digital mahasiswa secara menyeluruh (Ganefri et al., 2025; Mirhabibi et al., 2025). Ketiga, tinjauan literatur ini juga akan mengamati berbagai variabel dan instrumen yang selama ini relatif jarang mendapat perhatian dari penelitian akademis. Contohnya, Han et al. (2026) menawarkan kebaruan dengan mengamati peran niat implementasi dan ketahanan

psikologis yang masih kurang ditelusuri dalam ekosistem kewirausahaan. Di sisi lain, Bui et al. (2025) menciptakan ruang baru dengan meneliti faktor aspirasi identitas wirausaha dan keselarasan kognitif yang juga masih jarang dijamah dalam ranah bisnis digital. Melalui pemetaan variabel-variabel ini, diharapkan para peneliti dapat menggali area kewirausahaan digital secara lebih mendetail di masa depan.

Tulisan ini disusun menjadi beberapa bagian. Pertama adalah pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, perumusan kesenjangan, tujuan, serta rasionalisasi studi. Di bagian kedua akan membahas tinjauan teoritis mengenai kewirausahaan digital, termasuk mengkolaborasikan teori-teori dasar seperti *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Social Cognitive Career Theory* (SCCT), serta *Experiential Learning Theory* (ELT). Bagian ketiga memaparkan metodologi penelitian berdasarkan pedoman PRISMA. Bagian keempat akan menjelaskan temuan mengenai berbagai konsep klasifikasi, faktor penentu, serta dimensi pengukur saat terbentuknya perilaku kewirausahaan digital mahasiswa. Bagian kelima digunakan untuk diskusi secara mendalam terkait mekanisme mediasi dan moderasi yang menjembatani transisi niat ke arah perilaku. Terakhir, bagian keenam yang merangkum kesimpulan serta menjabarkan implikasi teoritis maupun manajerial bagi para pengusaha maupun peneliti.

2. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Kewirausahaan digital memberikan arah baru bagi korelasi antara kemajuan teknologi dan pilihan karier mahasiswa. Memahami bagaimana niat berwirausaha berkembang dan tereksplorasi menjadi perilaku bisnis nyata memerlukan pendekatan multi-teori yang terintegrasi secara bertahap. Untuk membedah fenomena ini secara komprehensif, kajian ini mengelompokkan landasan teoritis ke dalam dua tahapan psikologis utama: fase motivasional dan fase volisional.

2.1 Pembentukan Niat Kewirausahaan Digital (TPB dan SCCT)

Pembentukan niat awal kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa dijelaskan secara kognitif melalui integrasi dua teori motivasi utama. Pertama, *Theory of Planned Behavior* (TPB) memprediksi bahwa niat individu dibentuk oleh tiga pilar kognitif: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (Ajzen, 1991). Sikap inovatif serta penerimaan terhadap teknologi memainkan peran sentral dalam membentuk persepsi mahasiswa bahwa berwirausaha digital merupakan pilihan karier yang menarik dan dapat dikontrol (Ilyas et al., 2023). Kedua, *Social Cognitive Career Theory* (SCCT) melengkapi TPB dengan menekankan motivasi pengambilan keputusan karier melalui interaksi antara faktor personal dan lingkungan (Lent et al., 1994). SCCT berfokus pada peran efikasi diri kewirausahaan digital dan ekspektasi hasil. Keyakinan mahasiswa terhadap kapabilitas dirinya dalam mengoperasikan teknologi digital dan memanfaatkan peluang siber menjadi fondasi kognitif utama yang memicu tumbuhnya niat kewirausahaan digital (Bandura, 2001; Duong et al., 2024).

2.2 Transisi Niat Menjadi Perilaku Nyata (ELT dan Model Rubicon)

Meskipun fase motivasional berhasil membentuk niat yang kuat, niat kognitif tersebut tidak secara otomatis bertransformasi menjadi tindakan bisnis yang nyata (Kautonen et al., 2015). Untuk menjelaskan proses penyeberangan dari fase niat ke fase eksekusi, kajian ini mengintegrasikan *Experiential Learning Theory* (ELT) dan *Mindset Theory of Action Phases*. Berdasarkan ELT, kompetensi dan keberanian mahasiswa dalam mengeksekusi ide bisnis dibentuk melalui siklus pembelajaran berbasis pengalaman langsung, observasi reflektif, dan eksperimentasi aktif (Kolb, 2000; Sulistyowati et al., 2026). Selanjutnya, Model Rubicon membagi proses perilaku manusia menjadi tahapan kognitif sebelum keputusan dan tahapan aksi setelah melewati titik Rubicon (Gollwitzer, 2012). Dalam kerangka ini, niat implementasi bertindak sebagai mediator kritis yang menghubungkan niat motivasional abstrak dengan perilaku eksekusi faktual (Awal, 2026; Han et al., 2026). Niat implementasi menggambarkan komitmen taktis mahasiswa mengenai kapan, di mana, dan bagaimana langkah konkret perintisan usaha akan dilakukan. Selain itu, kelancaran eksekusi rencana tindakan ini dimoderasi oleh ketahanan psikologis sebagai jangkar emosional dari tekanan stres teknologi serta literasi digital yang memfasilitasi pemecahan masalah teknis di lapangan (Liang et al., 2025; Narmaditya et al., 2024).

2.3 Pertanyaan Penelitian

Guna mengarahkan proses sintesis literatur secara terstruktur berdasarkan kerangka teoritis di atas, kajian SLR ini merumuskan tiga pertanyaan penelitian utama:

1) RQ1: Faktor-faktor kognitif dan motivasional apa saja yang mendasari pembentukan niat kewirausahaan digital mahasiswa berdasarkan perspektif TPB dan SCCT?
2) RQ2: Bagaimana peran niat implementasi dalam memediasi transisi dari niat kognitif menuju perilaku kewirausahaan digital yang nyata berdasarkan Model Rubicon?
3) RQ3: Sejauh mana variabel kondisi batas, khususnya ketahanan psikologis dan literasi digital, memoderasi efektivitas proses transisi niat menjadi perilaku kewirausahaan digital mahasiswa?

3. Metodologi Penelitian

Tinjauan literatur sistematis ini disusun berdasarkan pedoman *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) guna menjamin transparansi, objektivitas, dan keterulangan proses seleksi literatur. Kajian ini secara spesifik memetakan bukti empiris mengenai perilaku kewirausahaan digital dan kesenjangan niat-perilaku di kalangan mahasiswa.

3.1 Strategi Pencarian dan Kombinasi Kata Kunci

Pencarian literatur sistematis dilaksanakan secara komprehensif pada bulan Juli 2026 melalui enam basis data elektronik bereputasi internasional, yaitu ScienceDirect, SpringerLink, IEEE Xplore Digital Library, Taylor & Francis Online, Wiley Online Library, dan SAGE Journals. Rentang waktu publikasi yang ditetapkan secara konsisten adalah dari tahun 2020 hingga 2026. Pemilihan tahun 2020 sebagai batas awal didasarkan pada momentum disrupsi pandemi COVID-19 yang secara masif mengakselerasi transformasi digital dan adopsi model bisnis berbasis platform di perguruan tinggi.

Pencarian menggunakan kombinasi kata kunci Boolean (AND/OR) yang disesuaikan dengan sintaksis masing-masing basis data, sebagai berikut: ("*digital entrepreneurial behavior*" *OR* "*digital entrepreneurship intention*" *OR* "*nascent digital entrepreneur*") *AND* ("*implementation intention*" *OR* "*Rubicon Model*") *AND* ("*digital literacy*" *OR* "*psychological resilience*" *OR* "*technostress*")

3.2 Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Proses penyaringan artikel didasarkan pada kriteria inklusi dan eksklusi yang dirumuskan secara terstruktur sebagai berikut:

Kriteria Inklusi meliputi:

1. Subjek Penelitian: Berfokus utama pada mahasiswa perguruan tinggi (diploma, sarjana, dan pascasarjana). Studi yang melibatkan pemilik UMKM dan masyarakat pedesaan (sebanyak 6 artikel) tetap dimasukkan secara selektif sebagai pembanding kontekstual guna mengevaluasi sejauh mana pola transisi niat menjadi tindakan pada mahasiswa sejalan dengan dinamika wirausahawan riil di lapangan.
2. Fokus Variabel: Artikel menguji secara empiris variabel niat kewirausahaan digital, niat implementasi, ketahanan psikologis, literasi digital, atau perilaku kewirausahaan digital.
3. Jenis dan Kualitas Publikasi: Artikel riset empiris primer dalam bahasa Inggris yang diterbitkan pada jurnal bereputasi terindeks Scopus (Kuartil Q1 dan Q2) dalam rentang tahun 2020–2026.

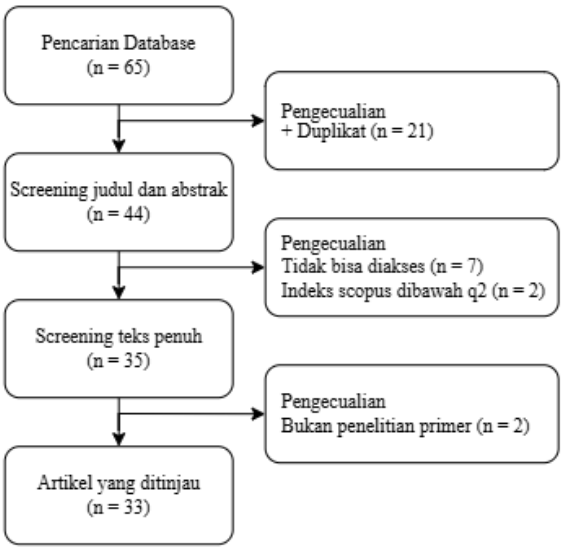
Kriteria Eksklusi meliputi:

1. Format Artikel: Artikel prosiding/konferensi, bab buku, dan artikel ulasan konseptual/teoretis.
2. Reputasi Indeks: Artikel dengan peringkat indeks Scopus di bawah Q2 atau tidak terindeks Scopus.
3. Aksesibilitas: Artikel yang tidak menyediakan akses teks penuh.
4. Relevansi Isi: Artikel yang tidak menguji topik kewirausahaan digital secara empiris.

3.3 Proses Seleksi PRISMA dan Penilaian Kualitas (Quality Assessment)

Sebagaimana digambarkan pada Diagram Alir PRISMA (Gambar 1), pencarian awal menghasilkan 65 artikel dari seluruh basis data. Setelah dilakukan pemindaian duplikasi dan seleksi awal, sebanyak 21 artikel dikeluarkan. Tahap penyaringan judul dan abstrak (n = 44) mengeksklusi 9 artikel karena

masalah aksesibilitas teks penuh (n = 7) dan peringkat jurnal di bawah Q2 (n = 2). Selanjutnya, 35 artikel teks penuh dievaluasi secara komprehensif, di mana 2 artikel dikeluarkan karena bersifat konseptual dan bukan riset empiris primer.



Gambar 1. Alur PRISMA
Sumber: Dibuat oleh penulis

Akhirnya, sebanyak 33 artikel empiris terpilih untuk diulas secara mendalam. Seluruh 33 artikel ini telah lulus Penilaian Kualitas berdasarkan tiga kriteria utama: (1) kejelasan metodologi pengumpulan data dan representativitas sampel, (2) ketepatan pengujian statistik berbasis Structural Equation Modeling (PLS-SEM atau CB-SEM), dan (3) kecukupan tingkat keandalan instrumen (Cronbach's alpha > 0.70 dan AVE > 0.50). Rincian daftar 33 artikel terpilih disajikan pada Lampiran.

4. Hasil dan Pembahasan

Tinjauan pada makalah ini dibagi menjadi 1) konsep-konsep kewirausahaan digital, 2) klasifikasi, 3) faktor-faktor, 4) pengukuran/dimensi, 5) perkembangan kewirausahaan digital, dan 6) sifat timbal balik. Sebagian besar metodologi yang diterapkan dalam makalah-makalah yang dianalisis sebagian besar merupakan metode kuantitatif. Sampel yang dianalisis cukup bervariasi dari mulai mahasiswa, UMKM dan masyarakat umum di berbagai negara seperti Indonesia, China, Vietnam, dan negara lainnya. Informasi lengkapnya dijelaskan pada Tabel 1.

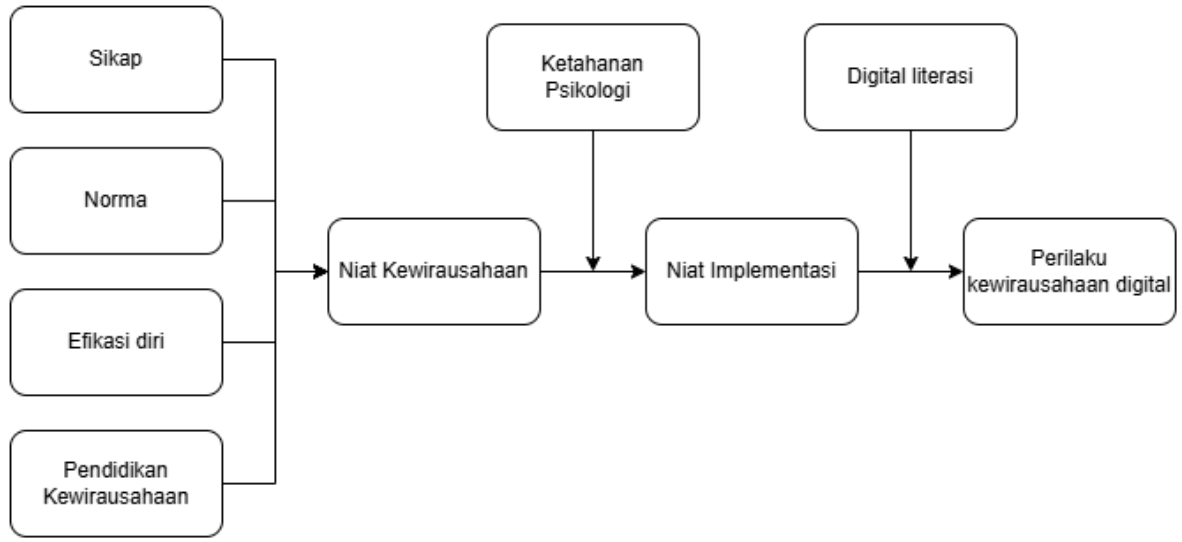
Tabel 1. Karakteristik deskriptif artikel

Penjelasan Deskriptif Artikel yang Diteliti	
Jumlah artikel	33
Tahun publikasi	2020-2026
Metode	
Kuantitatif	32
Kuantitatif dan kualitatif	1
Negara Asal	
Indonesia	6
Vietnam, China	10 artikel, masing-masing 5
India	3
Portugal, Turki, Spanyol, Nigeria	8 artikel, masing-masing 2

Penjelasan Deskriptif Artikel yang Diteliti	
Malaysia, Bangladesh, Thailand, Pakistan, Yunani, Iran	6 artikel, masing-masing 1
Industri	
Pendidikan	23
UMKM	3
Umum	3
Pariwisata, pertanian, rumah tangga, ekonomi platform	4 artikel, masing-masing 1
Sampel Responden[1]	
Mahasiswa dan pelajar	23 artikel
Pemilik usaha / manajer	3 artikel
Masyarakat pedesaan	3 artikel
Umum	3 artikel
Lulusan universitas	1 artikel

Sumber: Data diproses oleh penulis

Dari makalah yang dianalisis dinamika perilaku kewirausahaan digital dapat digambarkan seperti di Gambar 2



Gambar 2. Konsep perilaku kewirausahaan digital
Sumber: Karya penulis

4.1 Konsep Niat dan Perilaku Kewirausahaan Digital

Kewirausahaan digital merupakan fenomena bisnis yang ditandai dengan kebutuhan utamanya terhadap alat dan teknologi digital (Destrian, 2025; Morales-Pérez et al., 2022; Sitaridis & Kitsios, 2026). Berdasarkan hasil eksplorasi literatur, kewirausahaan digital didefinisikan sebagai proses penciptaan dan pengelolaan aktivitas bisnis dalam lingkungan virtual yang dioperasikan melalui platform daring (Duong et al., 2024), proses ini juga meliputi upaya proaktif dalam mencari peluang baru dengan menggunakan media dan teknologi canggih yang ada (Zulfiqar et al., 2026).

Ada perbedaan konsep yang sangat jelas antara kewirausahaan digital dan kewirausahaan tradisional. Kewirausahaan tradisional biasanya masih bergantung pada metodologi konvensional dan menjadikan

[1] Sampel non-mahasiswa dimasukkan sebagai pembanding kontekstual untuk memvalidasi dinamika transisi niat-perilaku mahasiswa terhadap ekosistem usaha riil.

teknologi hanya sebagai instrumen pelengkap semata (Duong et al., 2024). Di sisi lain, kewirausahaan digital telah melewati batasan aktivitas fisik konvensional dengan ketergantungan utamanya pada alat dan platform virtual (Wardoyo et al., 2025). Pada model kewirausahaan ini, teknologi digital diposisikan sebagai inti sentral yang secara penuh menggerakkan proses penciptaan nilai di sepanjang siklus hidup bisnisnya (Tran & Lam, 2026). Bisnis yang beroperasi di lingkungan virtual ini memungkinkan para wirausahawan digital untuk melampaui batasan geografis maupun batasan waktu dalam menjangkau pasar yang jauh lebih luas (Destrian, 2025; Duong et al., 2024; Narmaditya et al., 2024).

Berbagai literatur menyoroti perbedaan krusial antara niat dan perilaku (Awal, 2026; Kanth & Sinha, 2026). Niat kewirausahaan atau *entrepreneurial intention* (EI) adalah tingkat kesadaran kognitif individu yang memandu pemikiran mereka pada arah untuk mendirikan sebuah bisnis digital (Liang et al., 2025; Tran & Lam, 2026; Wardoyo et al., 2025). Dengan kata lain, EI masih murni berada pada tataran kognitif atau keinginan (Hasan et al., 2024; Kivuyo et al., 2025; Suanpong et al., 2025). Di lain sisi, perilaku kewirausahaan digital atau *digital entrepreneurship behaviour* (DEB) melingkupi langkah-langkah tindakan yang konkret dan objektif yang secara nyata dilakukan saat proses penciptaan usaha (Awal, 2026; Han et al., 2026; Kanth & Sinha, 2026). Tindakan DEB yang nyata ini melingkupi macam-macam aktivitas seperti menyusun rencana bisnis, berdiskusi dengan calon pelanggan, mencari pendanaan eksternal, hingga benar-benar meluncurkan produk atau layanan ke pasar (Han et al., 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026; Zulfiqar et al., 2026).

Untuk memudahkan pemahaman terkait perbedaan konseptual yang diangkat oleh ke-33 artikel ini, Tabel 2 berikut menyederhanakan penjelasan terkait pemisahan konsep tersebut.

Tabel 2. Konsep perilaku kewirausahaan digital

Konsep utama	Deskripsi temuan konseptual	Referensi
Kewirausahaan konvensional	Model bisnis yang operasinya masih bergantung pada aktivitas fisik dan teknologi hanya diposisikan sebagai instrumen pelengkap.	(Duong et al., 2024; Wardoyo et al., 2025)
Kewirausahaan digital	Pada kewirausahaan digital, teknologi diposisikan sebagai pusat eksekusi bisnis, bukan hanya sekadar instrumen pendukung operasional	(Destrian, 2025; Duong et al., 2024; Morales-Pérez et al., 2022; Wardoyo et al., 2025)
Niat kewirausahaan	Yaitu kesadaran kognitif, hasrat, dan aspirasi terencana yang dimiliki individu untuk menciptakan usaha	(Liang et al., 2025; Suanpong et al., 2025; Wardoyo et al., 2025)
Perilaku kewirausahaan Digital	Tindakan konkret dan dapat diukur yang secara nyata merubah sebuah ide menjadi penciptaan usaha di pasar digital	(Awal, 2026; Han et al., 2026; Kanth & Sinha, 2026)

Sumber: Data diolah oleh penulis

4.2 Klasifikasi Kewirausahaan Digital

Berdasarkan tinjauan literatur yang ada, model bisnis dan kewirausahaan di kalangan digital tidaklah sejenis, melainkan bervariasi tergantung tingkat integrasi teknologi dan jenis platform yang digunakan. Saat ini mahasiswa tidak hanya menggunakan internet sebagai instrumen pelengkap, tetapi juga sebagai fondasi utama operasi bisnis mereka. Umumnya praktik kewirausahaan digital mahasiswa dapat dikelompokkan ke dalam 4 kategori utama: ekonomi platform (Morales-Pérez et al., 2022), kewirausahaan berbasis kecerdasan buatan (AI) (Zulfiqar et al., 2026), perdagangan elektronik (*e-commerce*) (Narmaditya et al., 2024), dan pembuatan konten digital (Ilyas et al., 2023).

Pertama, ekonomi platform (*platform economy*). Kategori ini meliputi inisiatif bisnis yang beroperasi di dalam ruang digital untuk memberikan pertukaran layanan, akses sementara, dan distribusi terkoordinasi antar pengguna, yang mana konsep ini berakar kuat pada dinamika ekonomi berbagi atau *sharing economy* (Morales-Pérez et al., 2022). Pada model bisnis ini, pengusaha menyediakan

infrastruktur platform digital untuk mengelola operasional secara efisien (Mady et al., 2025), sehingga mereka bisa bertindak sebagai perantara penyedia layanan tanpa harus memiliki atau berinvestasi pada aset fisik yang besar secara mandiri (Morales-Pérez et al., 2022).
Kedua, kewirausahaan berbasis kecerdasan buatan (AI). Beriringan dengan kemajuan teknologi, adopsi AI generatif telah membuat pendekatan bisnis baru di mana AI bertindak secara aktif sebagai stimulus kognitif yang membantu wirausahawan dalam memecahkan masalah, mengambil keputusan strategis, serta mengidentifikasi peluang bisnis (Duong & Nguyen, 2024). Selain itu, integrasi kapabilitas teknologi ini membuat wirausahawan dapat mengeksekusi macam-macam tugas operasional yang terotomatisasi secara lebih mandiri dan efisien (Zulfiqar et al., 2026).

Ketiga, perdagangan elektronik (*e-commerce*). Kategori ini merupakan model bisnis fundamental yang paling diminati secara masif, di mana usaha mahasiswa berfokus pada aktivitas jual-beli barang atau jasa secara daring, baik melalui situs web bisnis mandiri maupun dengan menggunakan *marketplace* digital (Hasan et al., 2024; Wardoyo et al., 2025). Kemudian, ekosistem *e-commerce* ini memberikan peluang bagi mahasiswa untuk menciptakan dan merespons pola konsumsi baru di masyarakat, juga memungkinkan mereka untuk memperluas jangkauan pasar secara masif tanpa terhalang oleh batasan geografis (Narmaditya et al., 2024).

Keempat, pembuatan konten digital dan pengoptimalan media sosial. Kategori ini mengacu pada model bisnis yang digerakkan oleh penciptaan nilai tambah lewat platform publikasi virtual, seperti YouTube dan Facebook, di mana mahasiswa dapat menerapkan keterampilan modifikasi kontennya secara mandiri atau yang dikenal dengan perilaku *do it yourself* (Ilyas et al., 2023). Dengan keterampilan itu, mahasiswa bisa memanfaatkan media sosial untuk kampanye pemasaran bisnis mereka (Wibowo et al., 2023). Selain itu, interaksi di ekosistem ini juga memungkinkan mahasiswa untuk mengakumulasi modal media sosial, sehingga instrumen ini sangat krusial untuk membangun basis pelanggan, memperluas jejaring dukungan, serta mendatangkan keuntungan finansial bagi usaha mereka (Kivuyo et al., 2025).

Supaya mudah dipahami, Tabel 3 menyajikan ringkasan kewirausahaan digital beserta deskripsi dan sumber referensi utamanya.

Tabel 3. Klasifikasi Kewirausahaan Digital

Klasifikasi	Deskripsi	Referensi
Ekonomi platform	Pertukaran layanan atau produk dengan memanfaatkan platform digital sebagai perantara dan infrastruktur utama	(Awal, 2026; Mady et al., 2025; Morales-Pérez et al., 2022)
Kewirausahaan berbasis kecerdasan buatan	Pemanfaatan AI secara intensif untuk inovasi, penyelesaian masalah, asisten keputusan, dan penemuan peluang	(Duong & Nguyen, 2024; Lopes, Gomes, et al., 2026; Zulfiqar et al., 2026)
Perdagangan elektronik	Transformasi model ritel konvensional ke lingkungan virtual yang melibatkan penjualan serta transaksi daring tanpa batas wilayah.	(Hasan et al., 2024; Narmaditya et al., 2024; Wardoyo et al., 2025)
Konten digital dan media sosial	Monetisasi ide kreatif melalui pembuatan konten, pengelolaan platform media sosial (YouTube, Facebook), serta pemasaran digital mandiri.	(Ilyas et al., 2023; Kivuyo et al., 2025; Wibowo et al., 2023)

4.3 Faktor-faktor Penentu Kewirausahaan Digital

Didasarkan pada ekstraksi dan sintesis terhadap 33 artikel yang diteliti, fenomena munculnya niat dan terbentuknya perilaku kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa tidak terjadi secara tiba-tiba (Awal, 2026; Wardoyo et al., 2025). Perubahan ini didorong serta dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi satu sama lain. Berdasarkan pada kerangka literatur, faktor-faktor penentu ini dapat

dikelompokkan ke dalam tiga kategori utama: 1) faktor kognitif dan individu, 2) faktor kapabilitas dan keterampilan, dan 3) faktor lingkungan dan dukungan.

4.3.1 Faktor Kognitif dan Individu

Kategori ini lebih condong ke aspek psikologis dan pola pikir internal yang mendasari keputusan mahasiswa seperti:

4.3.1.1 Efikasi Diri

Yaitu keyakinan kuat terhadap kemampuan mereka sendiri dalam merencanakan, mengelola, dan mengeksekusi tugas-tugas bisnis di ekosistem virtual (Bui et al., 2025). Keyakinan ini terbukti menjadi salah satu prediktor yang paling signifikan yang mendorong munculnya niat wirausaha (Wardoyo et al., 2025).

4.3.1.2 Sikap Inovatif

Yaitu kecenderungan proaktif mahasiswa untuk bereksperimen dengan teknologi, menciptakan nilai baru, dan juga menyikapi inovasi secara positif (Suanpong et al., 2025). Sikap ini berperan kuat dalam membentuk niat mereka (Wardoyo et al., 2025).

4.3.1.3 Ketahanan Psikologis

Ketika menghadapi situasi yang penuh tekanan dalam digitalisasi bisnis, ketahanan psikologis (*psychological resilience*) memainkan peran moderasi yang penting dalam memperkuat pembentukan niat implementasi (Han et al., 2026). Dengan ketahanan mental yang kuat, mahasiswa tidak akan mudah menyerah ketika menghadapi berbagai tantangan operasional, sehingga mereka mampu mempertahankan momentum untuk terus melanjutkan langkah transisi dari sekadar niat abstrak menuju perilaku kewirausahaan yang nyata (Kanth & Sinha, 2026).

4.3.1.4 Kecenderungan Kepemimpinan dan Hasrat Wirausaha

Karakteristik kepemimpinan transformasional pada individu terbukti tidak memicu niat digital secara langsung, melainkan berfungsi sebagai pemicu awal yang secara berurutan memupuk hasrat wirausaha (*entrepreneurial passion*) dan niat kewirausahaan umum, yang kemudian berevolusi menjadi niat kewirausahaan di lanskap digital (Kerse, 2025).

4.3.2 Faktor Kapabilitas dan Keterampilan

Kategori ini berpusat pada seberapa jauh keterampilan teknis dan literasi mahasiswa saat bersaing di era digital.

4.3.2.1 Literasi Digital

Yaitu pemahaman dan kecakapan mahasiswa dalam mengatur informasi, menganalisis data, dan juga memanfaatkan media digital secara mahir dan etis untuk menjadi fondasi yang merealisasikan niat bisnis (Ganefri et al., 2025; Narmaditya et al., 2024).

4.3.2.2 Literasi Finansial dan Ekonomi

Hal ini melingkupi pengetahuan yang cukup terkait alokasi pendanaan, manajemen risiko keuangan, dan perencanaan anggaran yang berdampak langsung pada peningkatan kesiapan mental dan perilaku wirausaha mahasiswa (Hasan et al., 2024; Nguyen et al., 2024).

4.3.2.3 Adopsi Kecerdasan Buatan

Berkaitan keterampilan mahasiswa dalam memanfaatkan AI generatif memiliki peran sebagai stimulus yang sangat kuat dalam memfasilitasi pengenalan peluang pasar dan mempercepat otomatisasi keputusan bisnis (Bahçekapili & Boztaş, 2025; Duong & Nguyen, 2024).

4.3.3 Faktor Lingkungan dan Dukungan

Kategori ini termasuk dalam elemen eksternal di sekeliling mahasiswa yang mempercepat laju pertumbuhan bisnis. Di antaranya adalah:

4.3.3.1 Pendidikan Kewirausahaan
Berkaitan dengan intervensi edukasi yang memberikan pengetahuan berbasis pengalaman nyata yang secara efektif memperkuat efikasi diri (Adelaja et al., 2023; Ganefri et al., 2025; Wardoyo et al., 2025).

4.3.3.2 Dukungan Institusi Universitas
Iklim universitas yang inklusif, keberadaan inkubator bisnis, pedoman regulasi kampus, dan infrastruktur teknologi dapat membantu memitigasi risiko bagi mahasiswa yang baru merintis (Bui et al., 2025; Kanth & Sinha, 2026; Tran & Lam, 2026).

4.3.3.3 Modal Media Sosial
Berkaitan dengan keterhubungan dan relasi timbal-balik yang dibangun mahasiswa melalui media sosial untuk membuka akses terhadap modal, wawasan pasar, calon pelanggan, dan rekan kolaborasi yang krusial (Ilyas et al., 2023; Kivuyo et al., 2025).

Supaya mempermudah pemetaan dan pemahaman Tabel 4 berikut merangkum seluruh temuan faktor yang mempengaruhi kewirausahaan digital.

Tabel 4. Faktor penentu kewirausahaan digital

Kategori	Faktor Penentu	Deskripsi	Referensi
Kognitif	Efikasi diri	Kepercayaan diri individu dalam mengelola ketidakpastian dan mengeksekusi operasi bisnis di ekosistem digital.	(Bui et al., 2025; Wardoyo et al., 2025)
	Sikap inovatif	Pola pikir yang terbuka terhadap inovasi, pengambilan risiko yang terukur, serta proaktif dalam mencari peluang.	(Suanpong et al., 2025; Zulfiqar et al., 2026)
	Ketahanan psikologis	Kemampuan bertahan terhadap stres dan dinamika bisnis untuk memoderasi transisi dari niat menuju tindakan.	(Han et al., 2026; Kanth & Sinha, 2026)
	Kecenderungan kepemimpinan dan hasrat wirausaha	Karakteristik kepemimpinan memicu niat kewirausahaan digital melalui mediasi berurutan dari hasrat dan niat wirausaha secara umum.	(Kerse, 2025)
Kapabilitas	Literasi digital	Kecakapan memanfaatkan, mengintegrasikan, dan mengevaluasi teknologi komunikasi serta platform virtual.	(Ganefri et al., 2025; Narmaditya et al., 2024)
	Literasi finansial	Pemahaman esensial terkait anggaran, investasi, dan optimalisasi sumber daya keuangan untuk menekan kerentanan usaha.	(Hasan et al., 2024; Nguyen et al., 2024)
	Kompetensi AI	Penggunaan asisten kognitif seperti AI generatif untuk memecahkan masalah, analisis pasar, dan menemukan ide baru.	(Bahçekapili & Boztaş, 2025; Duong & Nguyen, 2024)
Lingkungan	Pendidikan kewirausahaan	Transfer keterampilan praktis dan stimulasi pola pikir mahasiswa lewat kurikulum akademis maupun proyek belajar-praktik.	(Adelaja et al., 2023; Ganefri et al., 2025; Wardoyo et al., 2025)

Kategori	Faktor Penentu	Deskripsi	Referensi
	Dukungan institusi	Peran universitas dalam memberikan fasilitas inkubasi, lingkungan ramah teknologi, serta dukungan ahli.	(Bui et al., 2025; Tran & Lam, 2026)
	Modal media sosial	Afiliasi dan jejaring kooperatif melalui platform sosial yang memperkuat akses terhadap dukungan kolektif di pasar terbuka.	(Ilyas et al., 2023; Kivuyo et al., 2025)

Sumber: Data diolah oleh penulis

4.4 Pengukuran dan Dimensi Kewirausahaan Digital

Sebagian besar dari 33 artikel yang ditinjau menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji kerangka konseptual mereka secara kuantitatif, baik yang berbasis varians atau PLS-SEM (Awal, 2026; Gangadhara & Kumar, 2024), maupun yang berbasis kovarians atau CB-SEM (Wardoyo et al., 2025). Saat mengukur berbagai variabel penelitian, instrumen utama yang didistribusikan kepada responden adalah kuesioner survei mandiri (*self-administered*) berbasis skala Likert, di mana skala 5 poin dan 7 poin menjadi standar yang paling banyak diadopsi untuk mendapatkan variasi respons yang akurat. Kebanyakan penelitian menggunakan skala 5 poin dengan alasan kepraktisan, standardisasi, serta adaptasi dari instrumen terdahulu yang telah terbukti keandalannya (Bui et al., 2025; Duong & Nguyen, 2024; Suanpong et al., 2025). Selain itu, penggunaan skala 7 poin dipilih sebab memiliki beberapa keunggulan tingkat presisi yang spesifik. Destrian (2025) menyatakan bahwa skala 7 poin dapat merenggangkan batasan pilihan sehingga memberikan kebebasan yang lebih besar bagi partisipan untuk mengekspresikan pemikiran mereka, sekaligus mampu mengakomodasi tingkat asimetri data (*lopsidedness*) yang lebih tinggi. Selain itu, Morales-Pérez et al. (2022) dan Wardoyo et al. (2025) juga mengadopsi skala 7 poin karena rentang yang lebih lebar ini dinilai lebih baik dan sensitif untuk mengakomodasi penilaian terhadap variabel-variabel kognitif yang abstrak serta tidak dapat diobservasi secara langsung, seperti niat, sikap, dan persepsi.

Tabel 5. Pemetaan Artikel Inklusi

Jalur Hubungan / Model	Jumlah Artikel	Metode Statistik	Contoh Peneliti & Tahun	Status Temuan
Faktor Penentu Niat (Direct Effect): Pendidikan, Efikasi Diri, Sikap, & Akses Teknologi > Niat Kewirausahaan Digital	22 Artikel	PLS-SEM (17), CB-SEM (5)	(Bui et al., 2025; Duong et al., 2024; Ganefri et al., 2025; Gangadhara & Kumar, 2024; Liang et al., 2025; Nguyen et al., 2024; Wardoyo et al., 2025)	Teruji Sangat Kuat *(Mayoritas Studi)*
Mediasi Transisi Volisional: Niat Kewirausahaan > Niat Implementasi > Perilaku Bisnis Digital	3 Artikel	PLS-SEM (2), Mixed-Methods (1)	(Awal, 2026; Han et al., 2026; Kanth & Sinha, 2026)	Teruji Empiris *(Fokus Transisi Tindakan)*
Moderasi Kondisi Batas: Ketahanan Psikologis & Literasi Digital sebagai Moderator Transisi Niat-Perilaku	4 Artikel	PLS-SEM (3), Regression (1)	(Han et al., 2026; Liang et al., 2025; Mirhabibi et al., 2025; Narmaditya et al., 2024)	Teruji Empiris *(Moderator Katalis & Jangkar)*
Model Serial / Pembanding Ekosistem: Kepemimpinan Transformasional,	4 Artikel	PLS-SEM (3), CB-SEM (1)	(Destrian, 2025; Kerse, 2025; Kivuyo et al., 2025; Zulfiqar et al., 2026)	Teruji Empiris *(Model Kompleks/Pembanding)*

Jalur Hubungan / Model	Jumlah Artikel	Metode Statistik	Contoh Peneliti & Tahun	Status Temuan
Modal Sosial, & Adopsi AI				

Sumber: Data diolah oleh penulis

Secara spesifik, dimensi pengukuran untuk variabel-variabel kunci dalam kewirausahaan digital berfokus untuk mendapatkan data transisi dari niat menuju perilaku nyata. Pengukuran literasi digital atau *digital literacy* (DI) dioperasionalkan secara bervariasi oleh para peneliti sesuai dengan fokus studinya. Misalnya, Lopes, Cunha, et al. (2026) merumuskan kompetensi digital sebagai faktor tingkat kedua (*second-order factor*) yang dinilai lewat empat kecakapan utama yang saling berkaitan, yaitu: literasi informasi dan data, komunikasi dan kolaborasi, keamanan digital, serta pemecahan masalah. Berbeda dengan pendekatan yang dilakukan oleh Narmaditya et al. (2024) yang menyederhanakan pengukuran literasi digital ke dalam dua dimensi utama, yakni pengetahuan digital dan sikap digital. Selain itu, Ganefri et al. (2025) menilai literasi digital melalui sembilan komponen indikator yang mencakup kemampuan penguasaan akses teknologi, analisis, hingga penciptaan informasi bisnis secara etis.

Kemudian, variabel niat kewirausahaan atau *entrepreneurship intention* (EI) umumnya diukur lewat penilaian terhadap tingkat probabilitas, aspirasi, dan komitmen tekad mahasiswa di masa depan. Indikator yang sering digunakan untuk memproyeksikan variabel ini meliputi tingkat kesiapan mental, dedikasi, dan tekad bulat mahasiswa untuk memulai bisnis di ekosistem virtual (Bui et al., 2025; Duong & Nguyen, 2024). Selain itu, EI juga dievaluasi lewat preferensi aspirasional mahasiswa yang secara sadar lebih memilih untuk menjadi wirausahawan dibandingkan harus bekerja sebagai karyawan untuk orang lain (Awal, 2026). Selain itu juga, pengukuran niat sering melibatkan proyeksi probabilitas atau target terukur dari mahasiswa untuk meluncurkan usahanya dalam rentang waktu tertentu di masa depan, misalnya dalam kurun waktu lima tahun ke depan (Duong et al., 2024; Xin & Ma, 2023).

Variabel ketahanan psikologis atau *psychological resilience* (PR) diukur untuk melihat kemampuan mahasiswa dalam bertahan dan menyesuaikan diri ketika menghadapi tekanan (Han et al., 2026; Kanth & Sinha, 2026). Pengukuran ini pada dasarnya mengadaptasi skala ketahanan koping seperti *brief resilient coping scale* (BRCS) (Han et al., 2026; Kanth & Sinha, 2026). Dimensi pengukurannya mengevaluasi penguasaan diri melalui indikator seperti: kemampuan mencari cara kreatif untuk mengubah situasi sulit, keyakinan untuk bisa mengendalikan reaksi diri apa pun yang terjadi, menghasilkan cara positif untuk mengatasi masalah, dan secara proaktif mencari kompensasi atas kerugian yang dialami (Han et al., 2026; Kanth & Sinha, 2026).

Saat menjembatani niat menuju tindakan, niat implementasi *implementation intention* (II) diukur dengan melihat rencana taktis yang konkret (Awal, 2026; Han et al., 2026). Hal ini dinilai dari sejauh mana mahasiswa telah merencanakan secara detail tentang apa langkah pertama yang akan dilakukan, juga kapan dan di mana mereka akan melakukan langkah awal bisnis itu (Awal, 2026; Han et al., 2026).

Selain itu, variabel perilaku kewirausahaan digital atau *digital entrepreneurial behavior* (DEB) sebagai wujud tindakan objektif diukur lewat metrik aktivitas penciptaan usaha yang nyata (Han et al., 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026). Pengukuran di fase ini melibatkan validasi tindakan nyata yang telah diinisiasi oleh mahasiswa seperti upaya melakukan registrasi legalitas perusahaan, mengembangkan jejaring interpersonal bisnis, mendapatkan pendanaan awal, hingga tindakan konkret terlibat di dalam bisnis digital (Han et al., 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026; Wardoyo et al., 2025).

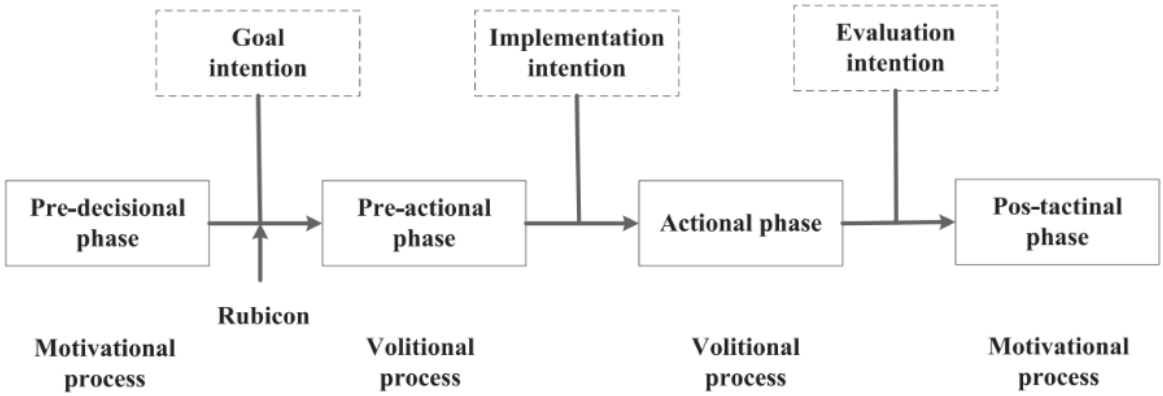
Supaya memberikan gambaran yang lebih terstruktur, Tabel 6 berikut menyajikan rangkuman dimensi serta contoh item pernyataan yang paling sering digunakan di dalam literatur untuk mengukur variabel-variabel utama itu.

Tabel 6. Dimensi atau indikator pengukuran kewirausahaan digital

Variabel Utama	Deskripsi	Referensi
Literasi digital	Dievaluasi melalui empat dimensi kecakapan: (1) literasi informasi/data, (2) komunikasi dan kolaborasi, (3) pemahaman keamanan digital, serta (4) pemecahan masalah teknis.	(Ganefri et al., 2025; Lopes, Gomes, et al., 2026; Narmaditya et al., 2024)
Niat kewirausahaan	Diukur berdasarkan tingkat probabilitas dan komitmen: "Jika ada kesempatan, saya akan memilih menjadi wirausahawan digital", dan "Saya kemungkinan besar akan menjadi wirausahawan digital dalam waktu dekat".	(Bui et al., 2025; Duong et al., 2024; Xin & Ma, 2023)
Ketahanan psikologis	Diukur menggunakan skala ketahanan koping (BRCS) melalui indikator penguasaan diri: 'Saya mencari cara kreatif untuk mengubah situasi sulit', dan 'Saya percaya bisa mengendalikan reaksi saya apa pun yang terjadi'.	(Han et al., 2026; Kanth & Sinha, 2026)
Niat implementasi	Diukur dengan tingkat perencanaan taktis: "Saya telah merencanakan dengan akurat apa yang harus dilakukan pada langkah pertama", serta merencanakan "kapan" dan "di mana" eksekusinya.	(Awal, 2026; Han et al., 2026)
Perilaku bisnis digital	Diukur melalui realisasi langkah eksekusi riil: "Saya sudah mencoba melakukan registrasi usaha", "Saya telah membangun jejaring", "Saya sudah mengumpulkan dana", dan "Saya sudah mencari informasi pasar".	(Han et al., 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026; Wardoyo et al., 2025)

Sumber: Data diolah oleh penulis

4.5 Transisi dari Niat menuju Perilaku



Gambar 3. Diagram semantik Model Rubicon
Sumber: (Han et al., 2026)

Walaupun mahasiswa memiliki niat kewirausahaan yang besar, tindakan kewirausahaan tidak selalu terjadi secara otomatis. Tidak adanya eksekusi nyata dari suatu niat ini dikenal dengan istilah kesenjangan niat-perilaku (*intention-behavior gap*), yang umumnya semakin besar saat mahasiswa berhadapan dengan situasi pasar yang penuh dengan tekanan, keterbatasan sumber daya, ataupun regulasi yang lemah (Awal, 2026; Kanth & Sinha, 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026). Fenomena ini mempertegas proses penciptaan usaha digital tidak berhenti pada fase kognitif semata, tetapi juga membutuhkan mekanisme jembatan untuk beralih ke fase tindakan (Han et al., 2026; Wardoyo et al., 2025; Zulfiqar et al., 2026).

Untuk menguraikan proses perubahan ini, literatur di dalam SLR ini kebanyakan mengadopsi *Mindset Theory of Action Phases* yang sering juga disebut *Rubicon Model* (Awal, 2026; Han et al., 2026). Teori dari model ini membagi proses perilaku manusia ke dalam tahapan-tahapan yang berbeda secara psikologis, di mana mahasiswa harus berhasil melewati titik balik. Dari yang sekadar fase motivasional menuju ke fase volisional untuk mengeksekusi ide mereka (Han et al., 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026; Zulfiqar et al., 2026).

Pada kerangka Model Rubicon tersebut, niat implementasi bertindak sebagai mediator yang mengatasi kesenjangan niat-perilaku tersebut. Niat implementasi merujuk pada orientasi perilaku terarah yang diambil oleh individu berupa perencanaan taktis yang sangat spesifik untuk mencapai tujuan bisnis mereka (Han et al., 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026). Dengan menyusun rencana tindakan yang nyata, kemungkinan mahasiswa untuk mengubah niat abstrak menjadi perilaku kewirausahaan yang nyata akan meningkat secara drastis (Awal, 2026; Han et al., 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026).

Literatur juga membuktikan bahwa kelancaran transisi dari niat implementasi menjadi perilaku yang nyata ini sangat dipengaruhi oleh kondisi kontekstual dan kemampuan adaptasi yang dimiliki oleh mahasiswa (Awal, 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026; Zulfiqar et al., 2026). Dalam hal ini, kapabilitas teknis serta dorongan psikologis memiliki efek moderasi yang sangat kuat, di mana mahasiswa dengan tingkat ketahanan dan literasi yang tinggi terbukti jauh lebih sukses mengeksekusi rencana tindakan mereka menjadi perilaku penciptaan usaha digital (Han et al., 2026; Kanth & Sinha, 2026; Narmaditya et al., 2024).

Untuk memperjelas sistem transisi teoritis ini, Tabel 7 ini merangkum konsep-konsep utama yang menjelaskan perkembangan mahasiswa dari fase niat menuju fase perilaku.

Tabel 7. Konsep Transisi niat menuju perilaku

Konsep	Deskripsi	Referensi
Kesenjangan niat-perilaku	Kesenjangan yang terjadi ketika niat berwirausaha gagal diterjemahkan menjadi perilaku nyata akibat adanya tantangan struktural dan keterbatasan sumber daya.	(Awal, 2026; Kanth & Sinha, 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026)
Rubicon Model	Kerangka teoretis yang memetakan perkembangan perilaku dari sekadar fase motivasional menuju komitmen tindakan	(Awal, 2026; Han et al., 2026)
Niat implementasi	Jembatan kritis berupa perencanaan aksi spesifik dan terarah yang mendorong individu merealisasikan niat menjadi tindakan di ekosistem digital.	(Han et al., 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026; Wardoyo et al., 2025)
Kondisi kontekstual transisi	Transisi dari niat ke perilaku bukanlah proses vakum, melainkan sangat dipengaruhi dan dimoderasi oleh kondisi lingkungan, literasi, serta ketahanan mental.	(Han et al., 2026; Kanth & Sinha, 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026)

Sumber: Data diolah oleh penulis

4.6 Dinamika Kesenjangan Niat Perilaku

Pada artikel tentang kewirausahaan digital, fenomena di mana niat gagal diwujudkan menjadi tindakan usaha nyata dikenal dengan sebutan kesenjangan niat-perilaku (Awal, 2026; Duong & Nguyen, 2024; Han et al., 2026). Banyak calon wirausahawan menunjukkan niat yang tinggi untuk merintis bisnis digital, namun pada kenyataannya sering terdapat diskoneksi yang membuat mereka gagal mewujudkan niat tersebut menjadi perilaku yang dapat diukur secara objektif (Duong et al., 2024; Kanth & Sinha, 2026).

Kesenjangan antara niat dan perilaku ini cenderung bertambah besar saat mahasiswa berhadapan langsung dengan kenyataan pasar yang dinamis, tidak pasti, dan berisiko (Awal, 2026; Zulfiqar et al., 2026). Kurangnya pengalaman nyata, keterbatasan akses sumber daya, sampai tekanan psikologis dan kecemasan dengan penggunaan teknologi baru yang sering kali menjadi hambatan utama (Bui et al., 2025; Duong & Nguyen, 2024; Han et al., 2026). Tekanan dari faktor-faktor tersebut menyebabkan individu terhenti di fase evaluasi niat dan kesulitan berpindah ke fase eksekusi. Oleh karena itu, untuk melewati kesenjangan niat-perilaku memerlukan pemahaman menyeluruh tentang rencana taktis volisional individu, dan tidak dapat hanya bersandar pada satu faktor motivasional saja (Awal, 2026; Kanth & Sinha, 2026).

4.7 Peran Mediasi Niat Implementasi berdasarkan Model Rubicon

Mekanisme kognitif dan volisional yang kuat dibutuhkan untuk menghubungkan kesenjangan antara niat dan perilaku. Dalam konteks ini, *Mindset Theory of Action Phases* yang dikenal sebagai Model Rubicon memberikan kerangka teoritis yang krusial dalam menguraikan bagaimana niat yang awalnya

bersifat abstrak dapat bertransformasi menjadi tindakan nyata (Awal, 2026; Han et al., 2026). Berdasarkan Model Rubicon, proses pembentukan perilaku dibagi menjadi fase motivasional (pembentukan niat) dan fase volisional (pelaksanaan tindakan), di mana niat implementasi bertindak sebagai mediator primer yang menghubungkan keduanya (Han et al., 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026; Zulfiqar et al., 2026).

Niat implementasi dirumuskan sebagai orientasi perilaku yang memiliki fokus pada tujuan, yang berarti individu merencanakan secara spesifik dan taktis terkait kapan, di mana, dan bagaimana langkah-langkah penciptaan bisnis digital akan dieksekusi (Gollwitzer, 2012). Lain halnya dengan niat kewirausahaan yang hanya mencerminkan keinginan atau aspirasi umum pada fase evaluasi, niat implementasi menggambarkan keputusan tegas bagi mahasiswa untuk melewati titik Rubicon, yaitu batas tak terlihat antara fase mempertimbangkan tujuan sampai ke komitmen tindakan nyata (Awal, 2026; Han et al., 2026).

Pada ekosistem kewirausahaan digital yang kompleks dan penuh ketidakpastian, peran mediasi dari niat implementasi ini terbukti sangatlah penting. Niat implementasi berfungsi mengubah tujuan abstrak menjadi kerangka kerja volisional (kemauan keras) yang menuntun mahasiswa untuk tetap bertindak secara terarah di bawah tekanan. Kemudian, keberadaan rencana taktis ini terbukti mampu mengotomatisasi respons perilaku individu (Han et al., 2026), yang pada akhirnya sangat membantu mahasiswa dalam menavigasi ketidakpastian serta hambatan struktural yang sering ditemui pada tahap awal merintis bisnis (Wardoyo et al., 2025).

Sehingga, mahasiswa yang merencanakan rencana implementasi memiliki kesiapan kognitif yang jauh lebih siap. Niat implementasi mendorong perubahan ini dengan mengarahkan fokus, meminimalkan keraguan terhadap tindakan, dan meningkatkan probabilitas bahwa niat motivasional yang sudah terbentuk segera berhasil ditransformasikan menjadi perilaku pembentukan usaha digital secara faktual (Awal, 2026; Han et al., 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026).

4.8 Efek Moderasi Ketahanan Psikologis sebagai Jangkar Emosional

Perubahan menuju perilaku nyata kewirausahaan digital merupakan fase yang sangat rentan terhadap kegagalan (Han et al., 2026). Lingkungan bisnis digital biasanya menuntut individu untuk menghadapi tingkat ketidakpastian yang tinggi, keterbatasan sumber daya, dan juga tekanan adaptasi terhadap teknologi baru yang dapat memicu stres tentang penggunaan teknologi (Bui et al., 2025; Duong & Nguyen, 2024). Dalam situasi yang penuh hambatan ini, ketahanan psikologis (*psychological resilience*) berfungsi sebagai jangkar emosional yang penting guna memoderasi dan memperkuat relasi antara niat kewirausahaan dengan niat implementasi (Han et al., 2026).

Mahasiswa dengan tingkat ketahanan psikologis yang tinggi terbukti dapat lebih baik dalam mempertahankan sikap optimis ketika berhadapan dengan kesulitan dan penolakan dari pasar. Kapabilitas psikologis ini memberikan mereka kesempatan untuk menyimulasikan rintangan yang mungkin terjadi secara mental dan juga mempertahankan efikasi diri di bawah tekanan kondisi yang serba terbatas (Han et al., 2026).

Di sisi lain, bagi mahasiswa yang ketahanan psikologisnya lemah, ancaman *technostress* dan tekanan dinamis dari lingkungan dapat secara signifikan menurunkan kepercayaan mereka, memperlemah niat implementasi, dan pada akhirnya menggagalkan langkah menuju fase eksekusi (Duong & Nguyen, 2024). Dengan begini ketahanan psikologis memberikan kepastian bahwa momentum dan dorongan motivasional mahasiswa tidak memudar akibat tekanan struktural sebelum mereka berhasil merumuskan dan merealisasikan rencana tindakan taktisnya (Han et al., 2026).

4.9 Literasi Digital sebagai Katalisator Eksekusi Tindakan

Selain ketahanan psikologis, kapabilitas teknis seperti literasi digital memiliki peran krusial dalam memastikan keberhasilan transisi dari niat menuju tindakan (Han et al., 2026; Sitaridis & Kitsios, 2026). Dalam kerangka fase volisional, literasi digital secara kuat memoderasi hubungan tersebut dan bertindak sebagai pemicu yang mengubah niat implementasi menjadi perilaku kewirausahaan digital

secara faktual (Han et al., 2026; Liang et al., 2025). Mahasiswa yang memiliki tingkat kompetensi digital yang komprehensif, misalnya kecakapan literasi informasi data, kreasi konten, komunikasi digital, hingga adopsi teknologi kecerdasan buatan (AI) generatif, memiliki kapasitas yang jauh lebih siap dalam mengeksekusi rencana bisnis mereka di lingkungan digital (Bahçekapili & Boztaş, 2025; Ganefri et al., 2025; Lopes, Cunha, et al., 2026).

Pemahaman digital yang komprehensif dapat menurunkan hambatan untuk bertindak karena kapabilitas ini memberikan mahasiswa kemandirian dan efisiensi operasional (Han et al., 2026). Keterampilan ini menurunkan persepsi individu akan tingkat kesulitan untuk memulai bisnis, sekaligus meningkatkan kemampuan mahasiswa untuk mengatasi masalah keterbatasan sumber daya secara adaptif yang sering dialami oleh wirausahawan pemula (Sitaridis & Kitsios, 2026). Penguasaan terhadap kemampuan digital tidak hanya terbatas pada kemampuan teknis, tapi juga kemampuan untuk memberdayakan calon wirausahawan untuk menanggapi tren pasar secara cepat, meluncurkan strategi di media sosial, dan membangun jejaring bisnis tanpa batasan geografis secara terarah (Liang et al., 2025; Zulfiqar et al., 2026).

Oleh sebab itu, literasi digital dan pengetahuan teknologi menjadi kondisi batas yang penting dalam ekosistem kewirausahaan digital. Semakin terampil seorang mahasiswa secara digital, semakin tinggi kemungkinan bahwa niat implementasi yang telah disusun secara teknis dapat berhasil bertransformasi menembus kesenjangan niat-perilaku menjadi tindakan nyata penciptaan bisnis atau *nascent entrepreneurship* (Han et al., 2026; Liang et al., 2025; Sitaridis & Kitsios, 2026).

4.10 Diskusi

4.10.1 Dinamika Kesenjangan Niat-Perilaku (Intention-Behavior Gap)

Sintesis terhadap 33 artikel menunjukkan bahwa meskipun mayoritas literatur (22 artikel) berhasil membuktikan faktor-faktor pemicu niat (seperti pendidikan kewirausahaan, efikasi diri, dan sikap inovatif), keberadaan niat kognitif yang tinggi tidak secara otomatis menjamin terwujudnya eksekusi bisnis digital secara faktual. Kesenjangan niat-perilaku terjadi karena mahasiswa kerap mengalami kecemasan adopsi teknologi, kebingungan taktis saat menghadapi disrupsi pasar, serta ketakutan akan kegagalan finansial (Duong & Nguyen, 2024; Kanth & Sinha, 2026). Ketika mahasiswa bertransisi dari fase mempertimbangkan ide menuju fase eksekusi, mereka dihadapkan pada hambatan operasional riil yang memerlukan kesiapan volisional, bukan sekadar motivasi kognitif semata.

4.10.2 Peran Mediasi Niat Implementasi Berdasarkan Model Rubicon

Untuk menjelaskan jembatan penyeberangan dari motivasi ke tindakan, kajian ini mengonfirmasi temuan studi empiris terkini bahwa niat implementasi bertindak sebagai mediator kritis (Awal, 2026; Han et al., 2026; Kanth & Sinha, 2026). Berdasarkan *Mindset Theory of Action Phases*, niat kewirausahaan umum hanya mencerminkan aspirasi abstrak, sedangkan niat implementasi merefleksikan komitmen terencana yang spesifik mengenai kapan, di mana, dan bagaimana tindakan pertama akan dieksekusi (Gollwitzer, 2012). Perencanaan taktis yang konkret ini mengotomatisasi respons perilaku mahasiswa, mengurangi keraguan tindakan, dan mendorong individu menyeberangi titik Rubicon menuju pembentukan usaha nyata.

4.10.3 Peran Moderasi Ketahanan Psikologis dan Literasi Digital

Transisi volisional ini tidak berlangsung dalam ruang hampa, melainkan dipengaruhi secara signifikan oleh dua kondisi batas:

1. Ketahanan Psikologis sebagai Jangkar Emosional: Berbeda dengan kewirausahaan konvensional, merintis usaha digital memicu tekanan stres teknologi akibat perubahan algoritma dan persaingan platform yang sangat cepat. Bukti empiris mengindikasikan bahwa ketahanan psikologis memoderasi transisi niat kognitif menjadi niat implementasi dengan berfungsi sebagai jangkar emosional (Han et al., 2026; Kanth & Sinha, 2026). Mahasiswa dengan resiliensi mental yang tinggi mampu mempertahankan komitmen rencana aksi meskipun menghadapi kegagalan awal.
2. Literasi Digital sebagai Katalisator Teknis: Literasi digital (termasuk penguasaan AI generatif, analisis data, dan kreasi konten) memperkuat hubungan antara niat implementasi dan perilaku

bisnis nyata (Ganefri et al., 2025; Liang et al., 2025; Narmaditya et al., 2024). Penguasaan kapabilitas digital menurunkan hambatan eksekusi dan memberikan efisiensi operasional mandiri, sehingga rencana bisnis yang telah disusun dapat dengan cepat ditransformasikan menjadi tindakan eksekusi riil di pasar digital.

4.11 Implikasi Teoretis dan Manajerial

Secara teoretis, kajian ini berkontribusi dalam memperluas literatur kewirausahaan digital dengan mengintegrasikan kerangka multi-teori (TPB, SCCT, ELT, dan Model Rubicon) guna membedah fase volisional yang selama ini relatif kurang terekspos dibandingkan fase motivasional.

Secara praktis dan manajerial, temuan ini memberikan arah strategis bagi pengelola perguruan tinggi, pembuat kebijakan pendidikan, dan pengelola inkubator bisnis kampus:

1. Redesain Kurikulum Berbasis Praktik & AI: Perguruan tinggi disarankan untuk menggeser orientasi pendidikan kewirausahaan dari sekadar penyusunan rencana bisnis konvensional menuju pelatihan praktis eksperimental yang mengintegrasikan literasi AI generatif, analisis data *e-commerce*, dan simulasi pasar digital.
2. Penguatan Inkubator Bisnis & Pendampingan Volisional: Inkubator kampus harus berperan aktif menyediakan ruang uji coba, jejaring pendampingan dengan praktisi industri, dan bantuan legalitas awal guna membantu mahasiswa mengeksekusi niat implementasi mereka menjadi entitas usaha nyata.
3. Program Pendampingan Ketahanan Mental: Universitas perlu memasukkan modul manajemen resiliensi dan koping stres teknologi untuk membangun jaring pengaman emosional mahasiswa saat menghadapi kegagalan awal dalam merintis bisnis digital.

5. Kesimpulan

Kewirausahaan digital telah bertransformasi menjadi pilihan karier strategis yang kian diminati oleh mahasiswa di era disrupsi teknologi. Sintesis sistematis terhadap 33 artikel empiris dalam kajian SLR ini mengindikasikan bahwa meskipun pemicu motivasional kognitif seperti efikasi diri digital, sikap inovatif, dan pendidikan kewirausahaan terbukti sangat kuat dalam membentuk niat kewirausahaan digital, keberadaan niat tersebut tidak secara otomatis bertransformasi menjadi tindakan eksekusi bisnis yang nyata.

Hasil ulasan literatur menunjukkan bahwa untuk menyeberangi kesenjangan niat-perilaku, mahasiswa memerlukan niat implementasi yang terencana secara spesifik sebagai mediator volisional. Selanjutnya, efektivitas transisi volisional ini diproyeksikan sangat bergantung pada dua kondisi batas utama: literasi digital yang berfungsi sebagai katalisator teknis operasional, serta ketahanan psikologis yang bertindak sebagai jangkar emosional dalam menghadapi ketidakpastian pasar siber dan stres teknologi.

Limitasi dan Studi Lanjutan

Kajian SLR ini memiliki beberapa keterbatasan yang membuka peluang riset mendatang. Pertama, mayoritas dari 33 artikel yang diulas menggunakan desain potong lintang dan survei mandiri, padahal transisi dari niat ke perilaku merupakan proses yang terikat waktu. Penelitian masa depan disarankan menerapkan pendekatan longitudinal atau studi metode campuran untuk merekam dinamika perubahan perilaku secara faktual. Kedua, sebagian kecil sampel yang diulas melibatkan pemilik UMKM dan masyarakat pedesaan yang difungsikan sebagai pembanding kontekstual. Riset mendatang dapat melakukan pengujian empiris komparatif khusus pada kelompok mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu. Ketiga, seiring pesatnya adopsi kecerdasan buatan, dampak spesifik adopsi AI generatif terhadap pembentukan niat implementasi dan efikasi diri mahasiswa memerlukan penyelidikan empiris yang lebih mendalam.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan apresiasi pada seluruh pihak yang sudah memberikan dukungan moral ataupun akademis selama proses penyusunan tinjauan literatur sistematis ini. Artikel ini disusun secara mandiri dan tidak didukung oleh pendanaan eksternal apa pun.

Referensi

Adelaja, A. A., Akinbami, C. A. O., Jiboye, T., & Ogbolu, G. (2023). Students' intention towards self-employment: An application of ELT theory on the effectiveness of entrepreneurial education types. *International Journal of Management Education*, *21*(2). https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100738

Ahmed, W. (2023). Understanding self-directed learning behavior towards digital competence among business research students: SEM-neural analysis. *Education and Information Technologies*, *28*(4), 4173–4202. https://doi.org/10.1007/s10639-022-11384-y

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2). https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Awal, Md. R. (2026). Bridging the intention–success gap in digital entrepreneurship: Implications for SDGs and digital transformation with a longitudinal mixed-methods study. *Sustainable Futures*, *11*, 101666. https://doi.org/10.1016/j.sftr.2026.101666

Bahçekapili, E., & Boztaş, G. D. (2025). Generative AI and digital literacy: Unravelling user intentions through PLS-SEM and machine learning. *Journal of Information Science*. https://doi.org/10.1177/01655515251396900

Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. In *Annual Review of Psychology* (Vol. 52). https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1

Barba-Sánchez, V., Mitre-Aranda, M., & Brío-González, J. del. (2022). The entrepreneurial intention of university students: An environmental perspective. *European Research on Management and Business Economics*, *28*(2). https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100184

BPS. (2024). *Unemployment Rate by Education Level (No Units), 2024*. https://www.bps.go.id/en/statistics-table/2/MTE3OSMy/tingkat-pengangguran-terbuka-berdasarkan-tingkat-pendidikan.html%26nbsp%3B

Bui, H. N., Pham, D. K., Phan, T. T. H., Duong, C. D., & Tran, T. P. H. (2025). Balancing confidence and aspiration: University supports and E-entrepreneurial intentions in Vietnam. *The International Journal of Management Education*, *23*(3), 101271. https://doi.org/10.1016/j.ijme.2025.101271

Destrian, O. (2025). The Influence of Manager's Digital Literacy on SMEs' Digital Transformation in Indonesia: A Microfoundational Context. *IEEE Transactions on Engineering Management*, *72*, 4237–4249. https://doi.org/10.1109/TEM.2024.3467925

Duong, C. D., Nga Ngo, T. V., Thu Nguyen, T. P., Tran, N. M., & Pham, H. T. (2024). Digital entrepreneurial education and digital entrepreneurial intention: A moderated mediation model. *Social Sciences and Humanities Open*, *10*. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101178

Duong, C. D., & Nguyen, T. H. (2024). How ChatGPT adoption stimulates digital entrepreneurship: A stimulus-organism-response perspective. *International Journal of Management Education*, *22*(3). https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101019

Ganefri, Waras, Trisno, B., Nordin, N. M., Hidayat, H., Rahmawati, Y., & Nurhidayatulloh. (2025). Cultivating digital entrepreneurs: Unravelling factors shaping digital entrepreneurship intention among engineering students in higher education. *International Journal of Management Education*, *23*(2). https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101100

Gangadhara, H., & Kumar, J. P. S. (2024). "Integrated model perspective of capital theory, TPB and SCCT towards determines business students' digital entrepreneurial intention in developing country context." *Journal of High Technology Management Research*, *35*(2). https://doi.org/10.1016/j.hitech.2024.100519

Gollwitzer, P. M. (2012). Mindset theory of action phases. In *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*. https://doi.org/10.4135/9781446249215.n26

Han, F., Wang, H., & Wu, S. (2026). Exploring Mechanisms in Entrepreneurial Intention and Digital Entrepreneurial Behavior: The Moderating Effect of Psychological Resilience and Digital Literacy. *SAGE Open*, *16*(1). https://doi.org/10.1177/21582440251413118

Hasan, M., Tiara Hutamy, E., Supatminingsih, T., Ahmad, M. I. S., Aeni, N., & Dzhelilov, A. A. (2024). The role of entrepreneurship education in the entrepreneurial readiness of generation Z students: why do digital business literacy and financial literacy matter? *Cogent Education*, *11*(1). https://doi.org/10.1080/2331186X.2024.2371178

Ilyas, M., ud din, A., Haleem, M., & Ahmad, I. (2023). Digital entrepreneurial acceptance: an examination of technology acceptance model and do-it-yourself behavior. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *12*(1). https://doi.org/10.1186/s13731-023-00268-1

Kanth, D., & Sinha, A. R. (2026). From Intention to Action: Exploring the Path to Sustainable Entrepreneurship Among Women Entrepreneurs. *Business Strategy and Development*, *9*(1). https://doi.org/10.1002/bsd2.70299

Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, *39*(3). https://doi.org/10.1111/etap.12056

Kerse, G. (2025). From Transformational Leadership Tendency to Digital Entrepreneurship Intention: The Serial Mediation of Entrepreneurial Passion and Intention. *SAGE Open*, *15*(4). https://doi.org/10.1177/21582440251405915

Kivuyo, R. B., Das, R., & Mbarak, K. S. (2025). Social media capital, facilitating conditions, and digital self-efficacy: an integrated model of internet entrepreneurship intention in India. *Cogent Education*, *12*(1). https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2587492

Kolb, D. (2000). Chapter 15 - The Process of Experiential Learning* *Reprinted by permission. In R. L. Cross & S. B. Israelit (Eds.), *Strategic Learning in a Knowledge Economy* (pp. 313–331). Butterworth-Heinemann. https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7223-8.50017-4

Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a Unifying Social Cognitive Theory of Career and Academic Interest, Choice, and Performance. In *Journal of Vocational Behavior* (Vol. 45, Number 1). https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1027

Liang, Y., Chen, R., Hong, H., Li, S., & Han, L. (2025). Shaping digital entrepreneurial intention in higher education: the role of entrepreneurship education, creativity, and digital literacy among Chinese university students. *Journal of Innovation and Knowledge*, *10*(5). https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100788

Lopes, J. M., Cunha, L., Silva, F., & Martins, R. C. (2026). AI-powered ventures: How digital competencies shape entrepreneurial success. *Industry and Higher Education*. https://doi.org/10.1177/09504222261446555

Lopes, J. M., Gomes, S., Farinha, L., & Sampaio, C. (2026). Empowering Digital Entrepreneurship Intention: Unveiling the Role of Education. *Journal of the Knowledge Economy*, *17*(3), 8793–8827. https://doi.org/10.1007/s13132-026-03179-0

Lopes, J. M., Gomes, S., & Nogueira, E. (2025). Educational insights into digital entrepreneurship: the influence of personality and innovation attitudes. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *14*(1). https://doi.org/10.1186/s13731-025-00475-y

Mady, K., Anwar, I., Aboelmaged, M., & Sulub, M. A. (2025). Digital entrepreneurial platform capability: Instrument development and validation, and its impact on entrepreneurial performance. *Technology in Society*, *82*. https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.102886

Mirhabibi, A., Shayan, A., & Sahraei, S. (2025). Improving digital entrepreneurship readiness of business students: The moderating roles of digital mindset and digital education. *International Journal of Management Education*, *23*(2). https://doi.org/10.1016/j.ijme.2025.101151

Morales-Pérez, S., Garay-Tamajón, L. A., Corrons-Giménez, A., & Pacheco-Bernal, C. (2022). The antecedents of entrepreneurial behaviour in the creation of platform economy initiatives: An analysis based on the decomposed theory of planned behaviour. *Heliyon*, *8*(10), e11078. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11078

Narmaditya, B. S., Sahid, S., & Hussin, M. (2024). The linkage between lecturer competencies and students economic behavior: The mediating role of digital and economic literacy. *Social Sciences and Humanities Open*, *10*. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.100971

Nguyen, T. T., Dao, T. T., Tran, T. B., Nguyen, H. T. T., Le, L. T. N., & Pham, N. T. T. (2024). Fintech literacy and digital entrepreneurial intention: Mediator and Moderator Effect. *International Journal of Information Management Data Insights*, *4*(1). https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2024.100222

Peter, F. O., Achi, A., Onyemefu, C., Akintimehin, O. O., Ononye, U., & Peter, A. O. (2026). The Interplay Between Social Entrepreneurial Knowledge, Prosocial Motivation, Perceived Access to Finance and Social Entrepreneurial Intention. *Journal of Social Entrepreneurship*. https://doi.org/10.1080/19420676.2024.2404566

Sitaridis, I., & Kitsios, F. (2026). From entrepreneurship education to nascent digital entrepreneurship: The role of digital human capital. *International Journal of Management Education*, *24*(2). https://doi.org/10.1016/j.ijme.2026.101414

Suanpong, K., Yeing-aramkul, Y., Yoochayantee, K., & Tripopsakul, S. (2025). Cognitive and motivational drivers of entrepreneurial intention in an emerging economy: Implications for open innovation dynamics. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *11*(2). https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100568

Sulistyowati, R., Hasan, M., Fahrullah, A., Mahendra, A. M., Maula, F. I., Sakti, N. C., Rahayu, W. P., Aeni, N., & Dahri, N. A. (2026). Integrating experiential learning and JD-R model in entrepreneurship education: evidence from Indonesian Islamic boarding schools. *Cogent Education*, *13*(1). https://doi.org/10.1080/2331186X.2026.2683042

Tran, H. Y., & Lam, B. Q. (2026). How education and institutional support shape university students' digital sustainable entrepreneurial intentions: The moderating role of sustainable development goals knowledge. *Acta Psychologica*, *266*. https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2026.106965

Wardoyo, C., Narmaditya, B. S., Qurrata, V. A., Satrio, Y. D., & Sahid, S. (2025). Are students ready for digital business? Antecedents of entrepreneurial intentions among Indonesian students using a serial mediation. *Social Sciences and Humanities Open*, *11*. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101213

Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Suparno, Sebayang, K. D. A., Mukhtar, S., & Shafiai, M. H. M. (2023). How does digital entrepreneurship education promote entrepreneurial intention? The role of social media and entrepreneurial intuition. *Social Sciences and Humanities Open*, *8*(1). https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100681

Xin, B., & Ma, X. (2023). Gamifying online entrepreneurship education and digital entrepreneurial intentions: An empirical study. *Entertainment Computing*, *46*. https://doi.org/10.1016/j.entcom.2023.100552

Yang, J., Zhang, T., & Zhang, L. (2024). Research on the influence of digital penetration on the entrepreneurial behavior tendency of rural residents in tourism. *Environment, Development and Sustainability*, *26*(10), 25549–25567. https://doi.org/10.1007/s10668-023-03695-y

Zulfiqar, S., Feroz, H. M. B., Yi, X., & Huo, C. (2026). From Ideas to Impact: AI, Bricolage, and Digital Training for Aspiring Digital Entrepreneurs. *The International Journal of Management Education*, *24*(1), 101309. https://doi.org/10.1016/j.ijme.2025.101309

Zulfiqar, S., Sarwar, B., Huo, C., Zhao, X., & ul Mahasbi, H. (2025). AI-powered education: Driving entrepreneurial spirit among university students. *International Journal of Management Education*, *23*(2). https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101106

Lampiran 1 List Judul Artikel Inklusi

Penulis & Tahun	Judul Artikel	Nama Jurnal
Adelaja et al. (2023)	*Students' intention towards self-employment: An application of ELT theory on the effectiveness of entrepreneurial education types*	*International Journal of Management Education*
Awal (2026)	*Bridging the intention–success gap in digital entrepreneurship: Implications for SDGs and digital transformation with a longitudinal mixed-methods study*	*Sustainable Futures*
Bahçekapili & Boztaş (2025)	*Generative AI and digital literacy: Unravelling user intentions through PLS-SEM and machine learning*	*Journal of Information Science*
Bui et al. (2025)	*Balancing confidence and aspiration: University supports and E-entrepreneurial intentions in Vietnam*	*The International Journal of Management Education*
Destrian (2025)	*The Influence of Manager's Digital Literacy on SMEs' Digital Transformation in Indonesia: A Microfoundational Context*	*IEEE Transactions on Engineering Management*
Duong et al. (2024)	*Digital entrepreneurial education and digital entrepreneurial intention: A moderated mediation model*	*Social Sciences & Humanities Open*
Duong & Nguyen (2024)	*How ChatGPT adoption stimulates digital entrepreneurship: A stimulus-organism-response perspective*	*The International Journal of Management Education*
Ganefri et al. (2025)	*Cultivating digital entrepreneurs: Unravelling factors shaping digital entrepreneurship intention among engineering students in higher education*	*International Journal of Management Education*
Gangadhara & Kumar (2024)	*Integrated model perspective of capital theory, TPB and SCCT towards determining business students' digital entrepreneurial intention in developing country context*	*Journal of High Technology Management Research*
Han et al. (2026)	*Exploring Mechanisms in Entrepreneurial Intention and Digital Entrepreneurial Behavior: The Moderating Effect of Psychological Resilience and Digital Literacy*	*SAGE Open*
Hasan et al. (2024)	*The role of entrepreneurship education in the entrepreneurial readiness of generation Z students: why do digital business literacy and financial literacy matter?*	*Cogent Education*
Ilyas et al. (2023)	*Digital entrepreneurial acceptance: an examination of technology acceptance model and do-it-yourself behavior*	*Journal of Innovation and Entrepreneurship*
Kanth & Sinha (2026)	*From Intention to Action: Exploring the Path to Sustainable Entrepreneurship Among Women Entrepreneurs*	*Business Strategy and Development*
Kerse (2025)	*From Transformational Leadership Tendency to Digital Entrepreneurship Intention: The Serial Mediation of Entrepreneurial Passion and Intention*	*SAGE Open*
Kivuyo et al. (2025)	*Social media capital, facilitating conditions, and digital self-efficacy: an integrated model of internet entrepreneurship intention in India*	*Cogent Education*
Liang et al. (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*
Lopes, Gomes, et al. (2026)	*Empowering Digital Entrepreneurship Intention: Unveiling the Role of Education*	*Journal of the Knowledge Economy*

Mady et al. (2025)	*Digital entrepreneurial platform capability: Instrument development and validation, and its impact on entrepreneurial performance*	*Technology in Society*
Mirhabibi et al. (2025)	*Improving digital entrepreneurship readiness of business students: The moderating roles of digital mindset and digital education*	*International Journal of Management Education*
Morales-Pérez et al. (2022)	*The antecedents of entrepreneurial behaviour in the creation of platform economy initiatives: An analysis based on the decomposed theory of planned behaviour*	*Heliyon*
Narmaditya et al. (2024)	*The linkage between lecturer competencies and students economic behavior: The mediating role of digital and economic literacy*	*Social Sciences and Humanities Open*
Nguyen et al. (2024)	*Fintech literacy and digital entrepreneurial intention: Mediator and Moderator Effect*	*International Journal of Information Management Data Insights*
Peter et al. (2026)	*The Interplay Between Social Entrepreneurial Knowledge, Prosocial Motivation, Perceived Access to Finance and Social Entrepreneurial Intention*	*Journal of Social Entrepreneurship*
Sitaridis & Kitsios (2026)	*From entrepreneurship education to nascent digital entrepreneurship: The role of digital human capital*	*The International Journal of Management Education*
Suanpong et al. (2025)	*Cognitive and motivational drivers of entrepreneurial intention in an emerging economy: Implications for open innovation dynamics*	*Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*
Sulistyowati et al. (2026)	*Integrating experiential learning and JD-R model in entrepreneurship education: evidence from Indonesian Islamic boarding schools*	*Cogent Education*
Tran & Lam (2026)	*How education and institutional support shape university students' digital sustainable entrepreneurial intentions: The moderating role of sustainable development goals knowledge*	*Discover Sustainability*
Wardoyo et al. (2025)	*Are students ready for digital business? Antecedents of entrepreneurial intentions among Indonesian students using a serial mediation*	*Social Sciences and Humanities Open*
Wibowo et al. (2023)	*How does digital entrepreneurship education promote entrepreneurial intention? The role of social media and entrepreneurial intuition*	*Social Sciences and Humanities Open*
Xin & Ma (2023)	*Gamifying online entrepreneurship education and digital entrepreneurial intentions: An empirical study*	*Entertainment Computing*
Yang et al. (2024)	*Research on the influence of digital penetration on the entrepreneurial behavior tendency of rural residents in tourism*	*Environment, Development and Sustainability*
Zulfiqar et al. (2026)	*From Ideas to Impact: AI, Bricolage, and Digital Training for Aspiring Digital Entrepreneurs*	*The International Journal of Management Education*
Zulfiqar et al. (2025)	*AI-powered education: Driving entrepreneurial spirit among university students*	*International Journal of Management in Education*