



Pengaruh Literasi Digital terhadap Intensi Berwirausaha dengan Kreativitas Kewirausahaan sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta

Tajul Fuzari

Pendidikan Ekonomi, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia

*Email Korespondensi: tajulfu01@gmail.com

Diterima: 02-07-2026 | Disetujui: 08-07-2026 | Diterbitkan: 10-07-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of digital literacy on entrepreneurial intention with entrepreneurial creativity as an intervening variable among students at Universitas Negeri Jakarta. This research employed a quantitative approach using a survey method. The research sample consisted of 397 active students from eight faculties at Universitas Negeri Jakarta, selected using the Proportionate Stratified Random Sampling technique. The data were collected through questionnaires and analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the assistance of SmartPLS. The results indicate that digital literacy has a positive and significant effect on entrepreneurial intention. Digital literacy also has a positive and significant effect on entrepreneurial creativity. In addition, entrepreneurial creativity is proven to have a positive and significant effect on entrepreneurial intention. The indirect effect test shows that entrepreneurial creativity is able to partially mediate the effect of digital literacy on students' entrepreneurial intention. These findings indicate that increasing students' entrepreneurial intention can be achieved not only by strengthening digital literacy skills, but also by developing entrepreneurial creativity so that students are able to transform their digital abilities into innovative and valuable business ideas. This study implies that higher education institutions need to design digital entrepreneurship programs that focus not only on technological mastery, but also on fostering creativity, innovation, and students' readiness to establish businesses.

Keywords: Digital Literacy; Entrepreneurial Intention; Entrepreneurial Creativity; Intervening Variable; PLS-SEM..

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital terhadap intensi berwirausaha dengan kreativitas kewirausahaan sebagai variabel intervening pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 397 mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta yang berasal dari delapan fakultas dan dipilih menggunakan teknik Proportionate Stratified Random Sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha. Literasi digital juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas kewirausahaan. Selain itu, kreativitas kewirausahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha. Hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa kreativitas kewirausahaan mampu memediasi secara parsial pengaruh literasi digital terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan intensi berwirausaha mahasiswa tidak hanya dapat dilakukan melalui penguatan kemampuan literasi digital, tetapi juga

perlu didukung dengan pengembangan kreativitas kewirausahaan agar mahasiswa mampu mengolah kemampuan digital menjadi ide bisnis yang inovatif dan bernilai. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa perguruan tinggi perlu merancang program kewirausahaan digital yang tidak hanya berfokus pada penguasaan teknologi, tetapi juga pada pembentukan kreativitas, inovasi, dan kesiapan mahasiswa dalam membangun usaha.

Katakunci: Literasi Digital; Intensi Berwirausaha; Kreativitas Kewirausahaan; Variabel Intervening; PLS-SEM

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Fuzari, T. (2026). Pengaruh Literasi Digital terhadap Intensi Berwirausaha dengan Kreativitas Kewirausahaan sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(3), 4630-4645. <https://doi.org/10.63822/2t3wbb96>

PENDAHULUAN

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, lahir ekosistem ekonomi digital yang menempatkan pengetahuan dan inovasi sebagai faktor produksi utama. Negara-negara yang berhasil mengintegrasikan teknologi digital ke dalam sistem ekonominya terbukti memperoleh keunggulan produktivitas dan daya saing yang nyata (OECD, 2021). 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 (Kementerian Kominfo, 2023). Salah satu respons konkret pemerintah dalam konteks pendidikan tinggi adalah melalui kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), yang memberikan ruang bagi mahasiswa untuk belajar di luar kelas melalui kegiatan magang, wirausaha, dan kolaborasi dengan dunia industri (Kemendikbudristek, 2023). Tujuannya adalah mendorong lahirnya lulusan yang tidak hanya siap bekerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja.

Dalam struktur ekonomi nasional, UMKM memegang peran yang tidak bisa diabaikan karena menyumbang porsi besar terhadap 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. Akar masalahnya bukan pada infrastruktur, melainkan pada keterbatasan kapasitas manusia dalam hal kemampuan kognitif, kreativitas, dan kesiapan beradaptasi (Mubarak *et al.*, 2019).

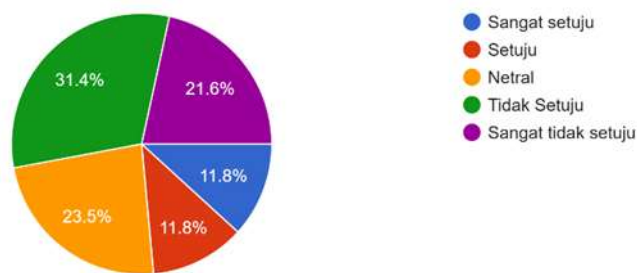
Di sinilah mahasiswa tampil sebagai kelompok yang paling berpotensi mengisi celah tersebut (Sari & Nugroho, 2021). Dengan tingkat literasi teknologi yang relatif tinggi dan fase kehidupan yang memungkinkan pengambilan risiko, mahasiswa adalah kandidat utama sebagai penggerak kewirausahaan digital generasi berikutnya (Anjum *et al.*, 2021). Universitas Negeri Jakarta (UNJ) sebagai salah satu PTN terkemuka di DKI Jakarta memiliki 32.603 mahasiswa aktif dari delapan fakultas pada tahun akademik 2025/2026. 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).

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

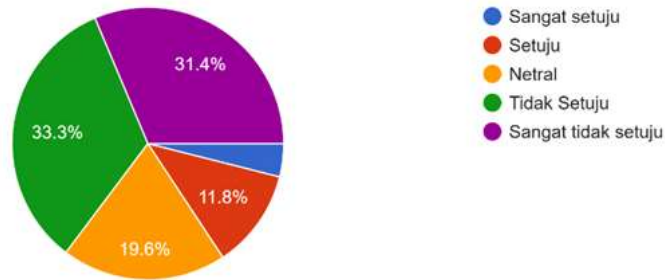
kewirausahaan aktual (Ajzen, 2020). Dalam menjelaskan pembentukan intensi berwirausaha, penelitian ini menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan Ajzen (1991). TPB menyatakan bahwa niat seseorang untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap 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.

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). 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). Inkonsistensi temuan ini diperkuat oleh meta-analisis Schlaegel dan Koenig (2014), yang menyimpulkan bahwa model TPB membutuhkan variabel kognitif tambahan untuk menjelaskan varians intensi berwirausaha secara komprehensif.

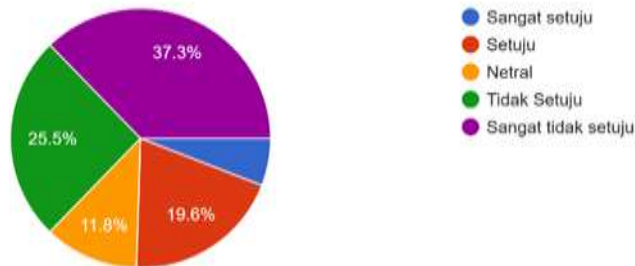
Variabel kognitif yang dimaksud adalah kreativitas kewirausahaan, yaitu kemampuan individu menghasilkan ide-ide usaha inovatif yang bernilai ekonomi melalui proses berpikir divergen (Ward, 2004). Kreativitas inilah yang membedakan individu yang melek digital dari individu yang berpikir wirausaha. Yang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



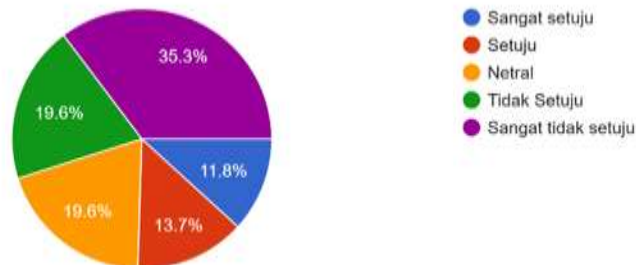
Gambar 1. Keinginan Mahasiswa untuk Memulai Usaha Sendiri Setelah Lulus Kuliah



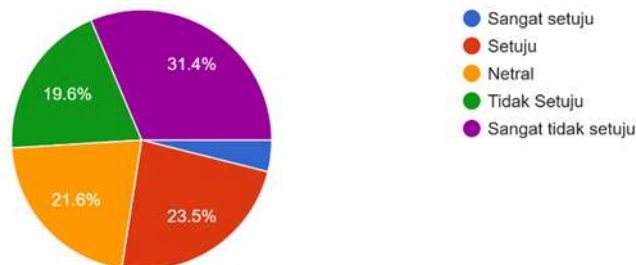
Gambar 2. Preferensi Karier Mahasiswa antara Wirausahawan dan Pegawai



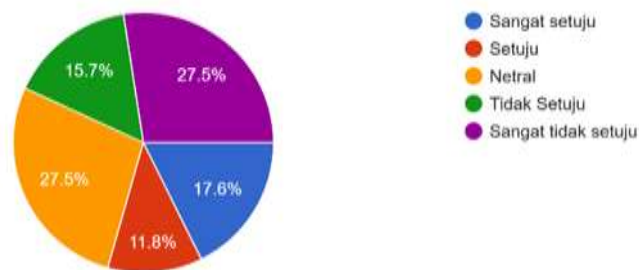
Gambar 3. Kesiapan Mahasiswa dalam Menghadapi Risiko Berwirausaha



Gambar 4. Keyakinan Mahasiswa dalam Menjalankan Usaha Secara Mandiri



Gambar 5. Pemanfaatan Literasi Digital untuk Pencarian Peluang Usaha



Gambar 6. Ketertarikan Mengembangkan Ide Bisnis Kreatif
(Sumber: Data diolah peneliti, 2026)

Hasil pra-penelitian yang dilakukan terhadap 51 mahasiswa UNJ menunjukkan bahwa intensi berwirausaha mahasiswa masih tergolong rendah. Sebanyak 53% responden tidak memiliki keinginan memulai usaha setelah lulus, 64,7% lebih memilih menjadi pegawai daripada wirausahawan, dan 62,8% belum siap menghadapi risiko berwirausaha. Selain itu, 54,9% tidak yakin dapat menjalankan usaha secara mandiri, 51% tidak memanfaatkan literasi digital untuk mencari peluang usaha, dan 43,2% menunjukkan rendahnya ketertarikan mengembangkan ide bisnis kreatif. Data ini secara empiris memperkuat dugaan bahwa ada mekanisme kognitif yang belum berjalan optimal dalam menghubungkan literasi digital mahasiswa dengan intensi berwirausaha mereka, dan kreativitas kewirausahaan diduga menjadi variabel mediasi yang krusial dalam proses tersebut.

Kesenjangan penelitian yang diidentifikasi bersifat tiga lapis. Pertama, belum ada penelitian yang secara spesifik menguji hubungan literasi digital dan intensi berwirausaha pada mahasiswa UNJ. Kedua, meskipun sejumlah studi telah mengkonfirmasi peran mediasi kreativitas, belum ada yang menggunakan metode PLS-SEM secara spesifik pada populasi mahasiswa PTN di kawasan Jakarta metropolitan. Ketiga, instrumen pengukuran yang digunakan dalam studi terdahulu banyak diadaptasi dari konteks negara maju, sehingga perlu pengembangan instrumen yang lebih kontekstual. Berdasarkan keseluruhan argumentasi, penelitian ini bertujuan menguji secara empiris bagaimana literasi digital membentuk intensi berwirausaha mahasiswa UNJ, dengan kreativitas kewirausahaan sebagai mekanisme mediasi yang menjelaskan proses transformasi kapabilitas digital menjadi niat nyata untuk berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Universitas Negeri Jakarta (UNJ) yang berlokasi di Rawamangun, Jakarta Timur. Pemilihan UNJ sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan akademik dan kontekstual: UNJ merupakan PTN yang memiliki keragaman program studi kependidikan dan non-kependidikan, sehingga mencerminkan karakteristik mahasiswa yang heterogen (Kemendikbudristek, 2023; OECD, 2021). Penelitian direncanakan berlangsung selama kurang lebih enam bulan (Januari-Juni 2026), meliputi penyusunan proposal, uji coba instrumen, pengumpulan data utama, dan penyusunan laporan.

Pengaruh Literasi Digital terhadap Intensi Berwirausaha dengan Kreativitas Kewirausahaan sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta
(Fuzari.)

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif (Sugiyono, 2021; Creswell & Creswell, 2018). Literasi digital diposisikan sebagai variabel independen (X), kreativitas kewirausahaan sebagai variabel intervening (Z), dan intensi berwirausaha sebagai variabel dependen (Y). Data yang digunakan adalah data primer *cross-sectional* yang dikumpulkan melalui kuesioner (Sekaran & Bougie, 2020). Pengujian model menggunakan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui SmartPLS (Hair *et al.*, 2022).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta tahun akademik 2025/2026 yang berjumlah 32.603 mahasiswa dari delapan fakultas. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, menghasilkan sampel minimum 397 mahasiswa.

Tabel 1. Data Populasi dan Distribusi Sampel Mahasiswa UNJ

No	Fakultas	Populasi	Proporsi	Sampel
1	Fakultas Ilmu Pendidikan	5.467	16,77%	67
2	Fakultas Bahasa dan Seni	4.190	12,85%	51
3	Fakultas Matematika dan IPA	3.951	12,12%	48
4	Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum	3.846	11,80%	47
5	Fakultas Teknik	4.864	14,92%	59
6	Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan	3.049	9,35%	37
7	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	5.916	18,14%	72
8	Fakultas Psikologi	1.320	4,05%	16
Total		32.603	100%	397

(Sumber: Data diolah peneliti, 2026)

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Proportionate Stratified Random Sampling* (Cochran, 1977). Distribusi sampel setiap fakultas dihitung berdasarkan proporsi jumlah mahasiswa terhadap total populasi.

Pengembangan Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala *Likert* lima tingkat (1=Sangat Tidak Setuju, 5=Sangat Setuju) (Likert, 1932; Hair *et al.*, 2022).

Tabel 2. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Jumlah Item	Sumber
Intensi Berwirausaha (Y)	Ketertarikan menjadi wirausahawan, Perencanaan pendirian usaha, Preferensi karier wirausaha, Komitmen merealisasikan usaha	16	Ajzen (2020); Krueger (2020); Liñán & Chen (2009)
Literasi Digital (X)	<i>Information and data literacy, Communication and collaboration, Digital content creation, Safety, Problem solving</i>	15	Ferrari (2013); Vuorikari <i>et al.</i> (2022)
Kreativitas	Kelancaran (<i>fluency</i>), Fleksibilitas	12	Guilford (1967);

Pengaruh Literasi Digital terhadap Intensi Berwirausaha dengan Kreativitas Kewirausahaan sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta
(Fuzari.)

Kewirausahaan (Z)	(flexibility), Orisinalitas (originality), Elaborasi (elaboration)	Torrance (1974); Amabile (2020); Ward (2004)
-------------------	---	--

(Sumber: Data diolah peneliti, 2026)

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei dengan kuesioner terstruktur yang disebarkan secara daring melalui *Google Forms* (Sugiyono, 2021; Creswell & Creswell, 2018). Sebelum disebarkan secara luas, kuesioner diuji coba kepada 30 responden di luar sampel penelitian untuk memastikan keterbacaan item (Hair *et al.*, 2022).

Tabel 3. Skala Likert

Kategori	Bobot Negatif	Bobot Positif
Sangat Setuju	1	5
Setuju	2	4
Ragu-ragu	3	3
Tidak Setuju	4	2
Sangat Tidak Setuju	5	1

(Sumber: Data diolah peneliti, 2026)

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan pendekatan PLS-SEM melalui SmartPLS (Hair *et al.*, 2022; Ghazali & Latan, 2020).

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan karakteristik data penelitian melalui nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi setiap variabel (Sugiyono, 2021; Sekaran & Bougie, 2020).

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

- Validitas konvergen: *Outer loading* > 0,70 dan AVE > 0,50 (Hair *et al.*, 2022)
- Validitas diskriminan: *Cross-loadings*, Fornell-Larcker, HTMT < 0,90 (Henseler *et al.*, 2015)
- Reliabilitas: *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* > 0,70 (Hair *et al.*, 2022)

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

- R-Square: proporsi varians variabel dependen yang dijelaskan variabel independen
- Q-Square: relevansi prediktif model ($Q^2 > 0$)
- Effect size (f^2): 0,02 (kecil), 0,15 (sedang), 0,35 (besar) (Hair *et al.*, 2022)
- Koefisien jalur: signifikan jika t-statistic > 1,96 atau p-value < 0,05

Pengujian Efek Mediasi (*Bootstrapping*)

Pengujian efek mediasi menggunakan prosedur *bootstrapping* untuk mengetahui peran kreativitas

kewirausahaan dalam memediasi pengaruh literasi digital terhadap intensi berwirausaha (Preacher & Hayes, 2008; Hair *et al.*, 2022). Mediasi dinyatakan signifikan apabila nilai t-statistic > 1,96 atau p-value < 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Profil Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang menjadi sasaran dalam pengukuran literasi digital, kreativitas kewirausahaan, dan intensi berwirausaha. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada mahasiswa dari berbagai fakultas. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, diperoleh sebanyak 427 respons. Namun, setelah dilakukan pemeriksaan berdasarkan kriteria responden, terdapat 30 respons yang tidak memenuhi kriteria karena responden menyatakan tidak terdaftar sebagai mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta. Dengan demikian, data yang digunakan dalam analisis utama penelitian ini adalah sebanyak 397 responden.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Sampel	Persentase
1	FIP	67	16,77%
2	FBS	51	12,85%
3	FMIPA	48	12,12%
4	FISH	47	11,80%
5	FT	59	14,92%
6	FIKK	37	9,35%
7	FEB	72	18,14%
8	FPsi	16	4,05%
No	Fakultas	Sampel	Persentase

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Responden terbanyak berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) sebanyak 72 responden (18,14%), diikuti FIP 67 responden (16,77%), FT 59 responden (14,92%), dan FBS 51 responden (12,85%). Sebaran ini menunjukkan bahwa responden mencakup seluruh fakultas di Universitas Negeri Jakarta.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Semester	Frekuensi	Persentase
Semester 2	52	13,1%
Semester 4	104	26,2%
Semester 6	133	33,5%
Semester 8	108	27,2%
Total	397	100%

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Responden terbanyak berada pada semester 6 (33,5%), diikuti semester 8 (27,2%), semester 4 (26,2%), dan semester 2 (13,1%). Sebaran ini relevan dengan topik penelitian karena mahasiswa semester

menengah-akhir umumnya telah memiliki pengalaman akademik yang lebih matang dan mulai mempertimbangkan pilihan karier.

Statistik Deskriptif Variabel

Tabel 6. Statistik Deskriptif Intensi Berwirausaha (Y)

Variabel	Mean	Std. Deviation	Min	Max
Intensi Berwirausaha	3,526-3,602	0,937-1,004	1,000	5,000

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Seluruh indikator intensi berwirausaha memiliki nilai rata-rata pada rentang 3,526 hingga 3,602 dengan median 4,00, yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan jawaban setuju. Standar deviasi yang lebih kecil dari mean mengindikasikan penyebaran data yang homogen.

Tabel 7. Statistik Deskriptif Literasi Digital (X)

Variabel	Mean	Std. Deviation	Min	Max
Literasi Digital	3,448-3,539	0,816-0,892	1,000	5,000

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Nilai rata-rata literasi digital berada pada rentang 3,448 hingga 3,539 dengan standar deviasi 0,816-0,892, menunjukkan bahwa tingkat literasi digital responden tergolong cukup baik dengan sebaran data yang tidak terlalu bervariasi.

Tabel 8. Statistik Deskriptif Kreativitas Kewirausahaan (Z)

Variabel	Mean	Std. Deviation	Min	Max
Kreativitas Kewirausahaan	3,443-3,529	0,842-0,910	1,000	5,000

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Nilai rata-rata kreativitas kewirausahaan berada pada rentang 3,443 hingga 3,529 dengan median 3 dan 4, yang menunjukkan sebagian besar responden memberikan jawaban netral hingga setuju. Standar deviasi yang relatif kecil menunjukkan penyebaran data yang baik.

Analisis Outer Model

Uji Konvergen Validity

Tabel 9. Outer Loadings

Variabel	Range Outer Loading	AVE	Keterangan
Literasi Digital (X)	0,834-0,879	0,747	Valid
Intensi Berwirausaha (Y)	0,866-0,897	0,771	Valid
Kreativitas Kewirausahaan (Z)	0,831-0,870	0,729	Valid

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* > 0,70 dan nilai AVE > 0,50, sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen (Hair et al., 2022).

Uji Diskriminan Validity

Tabel 10. HTMT

	Intensi Berwirausaha (Y)	Kreativitas Kewirausahaan (Z)	Literasi Digital (X)
Intensi Berwirausaha (Y)			
Kreativitas Kewirausahaan (Z)	0,699		
Literasi Digital (X)	0,714	0,661	

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Seluruh nilai HTMT berada di bawah 0,90, sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Tabel 11. Fornell-Larcker

	Intensi Berwirausaha (Y)	Kreativitas Kewirausahaan (Z)	Literasi Digital (X)
Intensi Berwirausaha (Y)	0,878		
Kreativitas Kewirausahaan (Z)	0,681	0,854	
Literasi Digital (X)	0,699	0,643	0,864

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lainnya, sehingga memenuhi kriteria Fornell-Larcker.

Uji Reliabilitas

Tabel 12. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Ket
Intensi Berwirausaha (Y)	0,980	0,982	Reliabel
Kreativitas Kewirausahaan (Z)	0,966	0,970	Reliabel
Literasi Digital (X)	0,976	0,978	Reliabel

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Seluruh nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* > 0,70, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Analisis Inner Model

Tabel 13. R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Intensi Berwirausaha (Y)	0,581	0,578
Kreativitas Kewirausahaan (Z)	0,414	0,412

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Literasi Digital dan Kreativitas Kewirausahaan mampu menjelaskan 58,1% variasi Intensi Berwirausaha, sedangkan Literasi Digital menjelaskan 41,4% variasi Kreativitas Kewirausahaan.

Tabel 14. F-Square

Hubungan	F-Square	Kategori
Literasi Digital → Kreativitas Kewirausahaan	0,705	Besar
Literasi Digital → Intensi Berwirausaha	0,278	Sedang

Pengaruh Literasi Digital terhadap Intensi Berwirausaha dengan Kreativitas Kewirausahaan sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta

(Fuzari.)

Kreativitas Kewirausahaan → Intensi Berwirausaha	0,218	Sedang
--	-------	--------

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Berdasarkan kriteria Hair et al. (2022), Literasi Digital memberikan kontribusi besar terhadap Kreativitas Kewirausahaan, dan kontribusi sedang terhadap Intensi Berwirausaha.

Uji Hipotesis

Tabel 15. Path Coefficients

Hipotesis	Hubungan	Original Sample	T-Statistic	P-Values	Ket
H1	X → Y	0,446	11,769	0,000	Diterima
H2	X → Z	0,643	22,111	0,000	Diterima
H3	Z → Y	0,395	10,029	0,000	Diterima

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Tabel 16. Specific Indirect Effect

Hipotesis	Hubungan	Original Sample	T-Statistic	P-Values	Ket
H4	X → Z → Y	0,254	9,161	0,000	Diterima

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

H1: Pengaruh Literasi Digital terhadap Intensi Berwirausaha

Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha ($\beta = 0,446$; $t = 11,769$; $p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi digital mahasiswa, semakin tinggi intensi berwirausahanya. Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) bahwa literasi digital meningkatkan *perceived behavioral control* dan didukung oleh Reddy et al. (2023) serta Kurniawan et al. (2022).

H2: Pengaruh Literasi Digital terhadap Kreativitas Kewirausahaan

Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Kewirausahaan ($\beta = 0,643$; $t = 22,111$; $p < 0,05$). Literasi digital memberikan akses informasi dan wawasan yang mendorong munculnya ide-ide bisnis kreatif. Hasil ini sejalan dengan Suryani dan Sugiyono (2022) serta Rahayu et al. (2022).

H3: Pengaruh Kreativitas Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha

Kreativitas Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha ($\beta = 0,395$; $t = 10,029$; $p < 0,05$). Mahasiswa dengan kreativitas tinggi cenderung memiliki niat berwirausaha lebih kuat karena keyakinan akan kemampuannya menciptakan usaha bernilai. Temuan ini didukung oleh Zampetakis et al. (2011) dan Osmani et al. (2022).

H4: Pengaruh Tidak Langsung Literasi Digital terhadap Intensi Berwirausaha melalui Kreativitas Kewirausahaan

Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap Intensi Berwirausaha melalui Kreativitas Kewirausahaan ($\beta = 0,254$; $t = 9,161$; $p < 0,05$) dengan kategori mediasi

parsial. Temuan ini mendukung Nambisan (2017) bahwa literasi digital berperan sebagai *enabling capability* dan kreativitas sebagai mekanisme kognitif yang mengubah akses informasi menjadi peluang usaha.

Temuan Penelitian

Tabel 17. Ringkasan Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total

Hubungan	Direct	Indirect	Total
$X \rightarrow Y$	0,446	-	-
$X \rightarrow Z$	0,643	-	-
$Z \rightarrow Y$	0,395	-	-
$X \rightarrow Z \rightarrow Y$	-	0,254	0,699

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026)

Pengaruh total Literasi Digital terhadap Intensi Berwirausaha mencapai 0,699, yang merupakan akumulasi pengaruh langsung (0,446) dan pengaruh tidak langsung melalui Kreativitas Kewirausahaan (0,254). Hal ini menunjukkan bahwa Kreativitas Kewirausahaan memperkuat hubungan antara Literasi Digital dan Intensi Berwirausaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh literasi digital terhadap intensi berwirausaha dengan kreativitas kewirausahaan sebagai variabel intervening pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, maka kesimpulan penelitian ini disusun sesuai dengan tujuan penelitian sebagai berikut.

Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas kewirausahaan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Artinya, semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengakses, mengelola, mengevaluasi, dan memanfaatkan teknologi digital, maka semakin tinggi pula kemampuan mahasiswa dalam menghasilkan serta mengembangkan ide usaha yang kreatif. Literasi digital tidak hanya menjadi keterampilan teknis dalam menggunakan perangkat atau platform digital, tetapi juga menjadi modal penting bagi mahasiswa untuk mencari informasi, membaca peluang pasar, mengombinasikan berbagai sumber pengetahuan, dan menyusun gagasan bisnis yang lebih inovatif.

Literasi digital juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Mahasiswa yang memiliki kemampuan literasi digital yang baik cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk memilih kewirausahaan sebagai pilihan karier. Kemampuan mengakses informasi bisnis, memahami tren pasar, memanfaatkan media sosial, menggunakan marketplace, dan mengelola aktivitas digital secara produktif dapat membantu mahasiswa melihat kegiatan berwirausaha sebagai pilihan yang lebih realistis dan memungkinkan untuk dilakukan.

Selanjutnya, kreativitas kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Semakin tinggi kemampuan mahasiswa dalam menghasilkan, mengembangkan, dan mengolah ide bisnis secara kreatif, maka semakin besar pula kecenderungan mahasiswa untuk memiliki niat berwirausaha. Kreativitas membantu mahasiswa mengubah

peluang yang ditemukan menjadi gagasan usaha yang memiliki nilai, sehingga memperkuat kesiapan psikologis mahasiswa untuk memulai usaha di masa depan.

Terakhir, literasi digital berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap intensi berwirausaha melalui kreativitas kewirausahaan pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Kreativitas kewirausahaan terbukti berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara literasi digital dan intensi berwirausaha. Peran mediasi tersebut bersifat parsial karena literasi digital tetap berpengaruh langsung terhadap intensi berwirausaha, sekaligus berpengaruh tidak langsung melalui kreativitas kewirausahaan. Dengan demikian, kemampuan digital mahasiswa akan lebih optimal dalam mendorong niat berwirausaha apabila diikuti dengan kemampuan mengolah informasi digital menjadi ide bisnis yang kreatif, relevan, dan bernilai ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Amabile, T. M. (2020). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Routledge.
- Anjum, T., Farrukh, M., Heidler, P., & Díaz Tautiva, J. A. (2021). Entrepreneurial intention: Creativity, entrepreneurship, and university support. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 11. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010011>
- Asian Development Bank. (2022). *Asian development outlook 2022: Mobilizing taxes for development*. Asian Development Bank.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Keadaan ketenagakerjaan Indonesia Februari 2024*. BPS Republik Indonesia.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman.
- Bennett, S., Maton, K., & Kervin, L. (2008). The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*, 39(5), 775–786. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x>
- Ceptureanu, S. I., Ceptureanu, E. G., Popescu, D. I., & Orzan, M. C. (2021). Entrepreneurial intentions of university students in Romania. *Sustainability*, 13(4), 2157. <https://doi.org/10.3390/su13042157>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). Wiley.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Eshet-Alkalai, Y. (2004). Digital literacy: A conceptual framework for survival skills in the digital era. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 13(1), 93–106.
- Farani, A. Y., Karimi, S., & Motaghed, M. (2017). The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students' career intentions to start a new digital business. *European Journal of Training and Development*, 41(1), 83–100. <https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2016-0054>
- Ferrari, A. (2013). *DIGCOMP: A framework for developing and understanding digital competence in Europe*. Publications Office of the European Union.
- Firman, F., & Setiawan, B. (2022). Entrepreneurial creativity and intention: Structural equation modelling among university students. *Cypriot Journal of Educational Science*, 17(5), 1680–1695. <https://doi.org/10.18844/cjes.v17i5.7273>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program*

- SmartPLS 3.0 (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilster, P. (1997). Digital literacy. Wiley.
- Guilford, J. P. (1967). The nature of human intelligence. McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A primer on partial least squares *Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) (3rd ed.). Sage Publications.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- International Labour Organization. (2023). Global employment trends for youth 2023: Investing in transforming futures for young people. ILO.
- Kemendikbudristek. (2023). Kebijakan pengembangan kewirausahaan mahasiswa di perguruan tinggi. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023). Peta jalan Indonesia digital 2021–2024. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Perkembangan UMKM dan transformasi digital UMKM di Indonesia. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas. (2023). Rencana pembangunan jangka menengah nasional (RPJMN) 2020–2024. Bappenas Republik Indonesia.
- Krueger, N. F. (2009). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. Dalam A. L. Carsrud & M. Brännback (Eds.), *Understanding the entrepreneurial mind: Opening the black box* (pp. 51–72). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0443-0_3
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1–55.
- Lihua, D. (2022). An extended model of the theory of planned behavior: An empirical study of entrepreneurial intention and entrepreneurial behavior in college students. *Frontiers in Psychology*, 12, 627818. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.627818>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Mubarak, M. F., Shaikh, F. A., Mubarik, M., Samo, K. A., & Mastoi, S. (2019). The impact of digital transformation on business performance: A study of Pakistani SMEs. *Engineering, Technology & Applied Science Research*, 9(6), 5056–5061. <https://doi.org/10.48084/etasr.3045>
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- OECD. (2021). OECD digital economy outlook 2021. OECD Publishing.
- Osmani, M., El-Haddadeh, R., Hindi, N. M., & Weerakkody, V. (2022). The influence of creativity on the entrepreneurial intention of university female graduates: An SEM approach. *Industry and Higher Education*, 36(5), 556–567. <https://doi.org/10.1177/09504222211061231>
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2018). Industri 4.0: Telaah klasifikasi aspek dan arah perkembangan riset. *Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 17–26. <https://doi.org/10.14710/jati.13.1.17-26>
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing

- indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879–891. <https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Riyanto, S., & Nusantara, E. (2021). Intensi berwirausaha mahasiswa: Kajian empiris di perguruan tinggi Indonesia. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 21(3), 201–214.
- Runco, M. A., & Jaeger, G. J. (2012). The standard definition of creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1), 92–96. <https://doi.org/10.1080/10400419.2012.650092>
- Sari, D. P., & Nugroho, M. A. (2021). Peran mahasiswa dalam pengembangan UMKM berbasis digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 112–123. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.2.112-123>
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332. <https://doi.org/10.1111/etap.12010>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. Dalam C. Kent, D. Sexton, & K. Vesper (Eds.), *The encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72–90). Prentice Hall.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Torrance, E. P. (1974). *Torrance tests of creative thinking: Norms-technical manual*. Scholastic Testing Service.
- UNDP. (2022). *Digital transformation and inclusive growth*. United Nations Development Programme.
- UNESCO. (2018). *A global framework of reference on digital literacy skills*. UNESCO Institute for Statistics.
- van Laar, E., van Deursen, A. J. A. M., van Dijk, J. A. G. M., & de Haan, J. (2019). Determinants of 21st-century digital skills: A large-scale survey among working professionals. *Computers in Human Behavior*, 100, 93–104. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.06.017>
- Vuorikari, R., Punie, Y., Carretero, S., & Van den Brande, G. (2016). DigComp 2.0: The digital competence framework for citizens. European Commission. <https://doi.org/10.2791/11011>
- Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). DigComp 2.2: The digital competence framework for citizens. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/115376>
- Ward, T. B. (2004). Cognition, creativity, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 173–188. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00005-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00005-3)
- World Bank. (2021). *World development report 2021: Data for better lives*. World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1600-0>
- World Bank. (2022). *World development report 2022: Finance for an equitable recovery*. World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1730-4>
- Zampetakis, L. A., Gotsi, M., Andriopoulos, C., & Moustakis, V. (2011). Creativity and entrepreneurial intention in young people: Empirical insights from business school students. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 12(3), 189–199. <https://doi.org/10.5367/ijei.2011.0037>
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381–404. <https://doi.org/10.1177/0149206309335187>