



Pengaruh *Income Expectation*, *Entrepreneurial Knowledge*, dan *Digital Competencies* terhadap *Entrepreneurial Intention* Gen Z

Eka Nurul Hidayah¹, Corry Yohana², Rizka Zakiah³

Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

*Email: ekanurulhidayah1103@gmail.com

Diterima: 14-07-2026 | Disetujui: 19-07-2026 | Diterbitkan: 21-07-2026

ABSTRACT

This study aims to identify and analyses the influence of income expectations, entrepreneurial knowledge, and digital competencies on entrepreneurial intention among Generation Z. This study employs a quantitative approach with a cross-sectional survey design. The study population consists of Generation Z individuals aged 14–29 residing in DKI Jakarta, with an unknown population size. Sampling was conducted using non-probability sampling via purposive sampling, resulting in 170 respondents who met the study criteria. Data were collected via an online questionnaire using a six-point Likert scale distributed through Google Forms, then analyses using IBM SPSS Statistics version 25 software, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests (t-tests), and coefficient of determination tests. The results indicate that Income Expectation, Entrepreneurial Knowledge, and Digital Competencies each have a positive and significant effect on Entrepreneurial Intention, both partially and simultaneously, with a combined explanatory power of 37.6%. Among these three variables, Income Expectation contributes the most to entrepreneurial intention. These findings indicate that the expectation of earning a decent income is the most dominant consideration for Generation Z in forming entrepreneurial intention, while entrepreneurial knowledge and digital competencies serve as supporting cognitive and technical tools for capitalizing on business opportunities in the digital age.

Keywords: *Income Expectation; Entrepreneurial Knowledge; Digital Competencie; Entrepreneurial Intention; Generation Z.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Income Expectation*, *Entrepreneurial Knowledge*, dan *Digital Competencies* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei *cross-sectional*. Populasi penelitian adalah Generasi Z berusia 14–29 tahun yang berdomisili di DKI Jakarta dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti (*unknown population*). Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh 170 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berskala *Likert* enam poin yang disebarakan melalui *Google Form*, kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics* vers 25 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Income Expectation*, *Entrepreneurial Knowledge*, dan *Digital Competencies* masing-masing berpengaruh positif dan

signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention*, baik secara parsial maupun simultan, dengan kontribusi pengaruh sebesar 37,6%. Di antara ketiga variabel tersebut, *Income Expectation* memberikan kontribusi pengaruh terbesar terhadap niat berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa harapan memperoleh pendapatan yang layak menjadi pertimbangan paling dominan bagi Generasi Z dalam membentuk niat berwirausaha, sementara pengetahuan kewirausahaan dan kompetensi digital berperan sebagai bekal kognitif dan teknis pendukung dalam memanfaatkan peluang usaha di era digital.

Katakunci: Income Expectation; Entrepreneurial Knowledge; Digital Competencies; Entrepreneurial Intention; Generasi.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Hidayah, E. N., Yohana, C. ., & Zakiah, R. . (2026). Pengaruh Income Expectation, Entrepreneurial Knowledge, dan Digital Competencies terhadap Entrepreneurial Intention Gen Z. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 3629-3647. <https://doi.org/10.63822/7bg1tj34>

PENDAHULUAN

Berdasarkan data BPS, selama periode Februari 2021–Februari 2026, persentase pekerja di sektor formal relatif stabil pada kisaran 40%, sedangkan sektor informal masih mendominasi sekitar 59%. Pada Februari 2026, pekerja sektor formal tercatat sebesar 40,58% dan sektor informal 59,42%. Kondisi ini menunjukkan bahwa pekerjaan di sektor formal masih dipersepsikan mampu memberikan pendapatan yang lebih pasti dan stabil dibandingkan berwirausaha (BPS, 2026).

Perbedaan ekspektasi pendapatan tersebut memengaruhi pertimbangan karier Gen Z. Ketika pekerjaan formal dipersepsikan mampu memberikan kepastian pendapatan, kecenderungan niat berwirausaha akan melemah karena individu enggan melepaskan sumber pendapatan yang aman dan harus menghadapi ketidakpastian serta risiko dalam menjalankan usaha, begitu pula sebaliknya (Ng & Clercq, 2021). Dengan demikian, arah niat berwirausaha Gen Z sangat bergantung pada persepsi mengenai jalur karier mana, formal atau wirausaha, yang dinilai lebih menjanjikan secara finansial. Meskipun ekspektasi pendapatan dapat menjadi pendorong awal munculnya niat berwirausaha, faktor yang memengaruhi niat tersebut tidak hanya terbatas pada aspek tersebut. Faktor berikutnya adalah *entrepreneurial knowledge*, yaitu pengetahuan mengenai konsep, praktik, dan proses kewirausahaan yang membentuk cara pandang individu terhadap aktivitas kewirausahaan (D. R. Putra & Sri Palupi Prabandari, 2023). Pengetahuan ini menjadi landasan kognitif yang membantu individu mengenali peluang bisnis, menyusun perencanaan usaha, serta mengambil tindakan yang sesuai dengan peluang yang tersedia (Liao, Nguyen, et al., 2022).

Selain kendala pada aspek strategi promosi, branding, dan inovasi produk, kesenjangan pengetahuan kewirausahaan Gen Z juga tercermin dari masih terbatasnya pemahaman mengenai pengelolaan keuangan usaha dan manajemen risiko (Hasan et al., 2024). Keterbatasan ini turut menjadi salah satu hambatan utama yang menurunkan kepercayaan diri generasi muda untuk memulai maupun mempertahankan usahanya, karena pemahaman dalam menjalankan bisnis, strategi pemasaran, dan pengelolaan keuangan secara efektif masih belum dikuasai secara memadai (Adinugroho, 2023). Temuan (Bappenas, 2022) dalam Strategi Nasional Kewirausahaan Pemuda menunjukkan bahwa meskipun sedikitnya 18 kementerian dan lembaga memiliki program pembinaan kewirausahaan pemuda, pelaksanaannya masih belum terintegrasi dan sering tumpang tindih. Selain itu, hanya 58,2% pemuda yang sedang berwirausaha pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan, dengan kendala utama berupa materi yang kurang sesuai kebutuhan, pembelajaran yang terlalu teoretis, minim praktik, serta belum adanya pendampingan berkelanjutan.

Kondisi ini menunjukkan bahwa akses terhadap pengetahuan kewirausahaan belum diimbangi dengan kualitas yang efektif. Hal tersebut juga tercermin dari temuan bahwa dari sekitar 60.995 lulusan di Indonesia, hanya 15% yang memilih berwirausaha, sedangkan 85% lainnya memilih menjadi karyawan atau pekerja lepas (Marcello et al., 2025). Dengan demikian, *Entrepreneurial intention* tidak hanya dipengaruhi oleh paparan pendidikan kewirausahaan, tetapi juga oleh kualitas dan penerapan pengetahuan yang diperoleh. Selain *entrepreneurial knowledge*, faktor lain yang turut memengaruhi *Entrepreneurial intention* adalah *digital competencies*. Kemampuan digital menjadi aspek penting agar individu mampu mengadaptasi praktik bisnis berbasis teknologi. (Azizan & Rahim, 2024) menegaskan bahwa tanpa *digital competencies*, kewirausahaan sulit diterapkan secara efektif dalam ekosistem bisnis digital. Kondisi ini diperkuat oleh masih rendahnya adopsi teknologi di kalangan UMKM, di mana sekitar 81,25% pelaku usaha belum memanfaatkan ekosistem digital untuk memperluas pasar (Yuniar Isnaeni Mara et al., 2025).

Pengaruh *Income Expectation*, *Entrepreneurial Knowledge*, dan *Digital Competencies* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada Generasi Z
(Hidayah, et al.)

Meskipun Gen Z dikenal dekat dengan teknologi, pemanfaatannya masih didominasi untuk hiburan, sedangkan akses terhadap konten ekonomi dan bisnis hanya mencapai 10,45% (APJII, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa kedekatan dengan teknologi belum tentu diikuti oleh kompetensi digital yang mendukung aktivitas kewirausahaan, seperti promosi, branding, pengelolaan marketplace, transaksi digital, dan analisis pasar.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, penelitian mengenai pengaruh *income expectation*, *entrepreneurial knowledge*, dan *Digital Competencies* terhadap *Entrepreneurial intention* pada mahasiswa Generasi Z menjadi penting untuk dilakukan. Pemilihan ketiga variabel tersebut didasarkan pada perannya dalam membentuk intensi berwirausaha, di mana *Income Expectation* mencerminkan harapan terhadap keuntungan ekonomi di tengah tantangan pasar kerja; *Entrepreneurial Knowledge* mencerminkan kesiapan kognitif untuk berwirausaha yang menjadi fondasi pembentukan niat; dan *Digital Competencies* menjadi kemampuan yang semakin dibutuhkan untuk memanfaatkan peluang bisnis di era digital. Selain itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan bukti empiris atas perbedaan hasil penelitian terdahulu sekaligus mengisi research gap yang ada dalam konteks mahasiswa Generasi Z di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang kewirausahaan, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *Entrepreneurial intention* generasi digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa dengan cakupan yang lebih luas atau konteks yang berbeda. Dan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan sumber refleksi diri bagi Generasi Z dalam memahami faktor-faktor yang dapat mendorong atau menghambat niat mereka untuk berwirausaha, sehingga dapat mengambil langkah yang lebih terencana dan berbasis pengetahuan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain survei *cross-sectional* yang dilaksanakan secara daring pada bulan Januari hingga Juli 2026. Populasi penelitian mencakup Generasi Z berusia 14–29 tahun yang berdomisili di DKI Jakarta, dengan penarikan sampel menggunakan teknik *non-probability purposive sampling* yang menghasilkan ukuran sampel minimal sebanyak 170 responden berdasarkan formulasi Hair et al. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur via *Google Form* menggunakan skala Likert genap enam poin untuk menghindari *central tendency bias* dalam mengukur variabel independen (*Income Expectation*, *Entrepreneurial Knowledge*, dan *Digital Competencies*) serta variabel dependen (*Entrepreneurial Intention*). Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics melalui serangkaian tahapan yang meliputi analisis deskriptif, uji kualitas instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), uji t dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel Y

Data terkait variabel *Entrepreneurial intention* berhasil dihimpun peneliti melalui kuesioner *Google Form* yang telah diisi oleh 170 responden sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Berikut adalah rincian hasil rekapitulasi data beserta analisis tingkat jawaban responden:

Pengaruh *Income Expectation*, *Entrepreneurial Knowledge*, dan *Digital Competencies* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada Generasi Z
(Hidayah, et al.)

Tabel 1. Rata-rata Hitung Skor Variabel Y

Butir Pernyataan		Distribusi Data Responden						Mean
		STS	TS	ATS	AS	S	SS	
EI1	Saya berusaha keras untuk menjadi seorang wirausaha	0	0	10	35	92	33	4.87
		0%	0%	5.9%	20.6%	54.1%	19.4%	
EI2	Saya lebih memilih menjadi wirausaha daripada pekerjaan lain	1	3	21	58	59	28	4.50
		6%	1.8%	12.4%	34.1%	34.7%	16.5%	
EI3	Saya telah mempertimbangkan untuk mendirikan usaha baru di masa depan	0	1	6	28	71	64	5.12
		0%	6%	3.5%	16.5%	41.8%	37.6%	
EI4	Saya ingin meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui kewirausahaan	0	0	8	28	77	57	5.08
		0%	0%	4.7%	16.5%	45.3%	33.5%	
EI5	Saya memiliki keinginan untuk mengurangi angka pengangguran melalui kewirausahaan	0	3	6	22	71	68	5.15
		0%	1.8%	3.5%	12.9%	41.8%	40.0%	
Mean Keseluruhan								4,94

Sumber: Data diolah PENELITI (2026)

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa responden memiliki tingkat niat berwirausaha yang tinggi. Dorongan tersebut tidak hanya didasari oleh keinginan memperoleh manfaat ekonomi, tetapi juga oleh motivasi sosial untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan keluarga. Meskipun demikian, minat responden untuk memilih profesi sebagai wirausaha dibandingkan menjadi karyawan masih relatif lebih rendah. Kondisi ini menunjukkan pentingnya penguatan program edukasi dan pendampingan kewirausahaan guna mendorong realisasi niat berwirausaha menjadi aktivitas usaha yang nyata.

Variabel X1

Data terkait variabel *Income Expectation* berhasil dihimpun peneliti melalui kuesioner *Google Form* yang telah diisi oleh 170 responden sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Tabel 2. Rata-rata Hitung Skor Variabel X1

Butir Pernyataan		Distribusi Data Responden						Mean
		STS	TS	ATS	AS	S	SS	
IE1	Dengan menjadi wirausaha, saya akan mendapatkan penghasilan lebih besar daripada seorang pekerja	4	8	10	36	62	50	4.73
		2.4%	4.7%	5.9%	21.2%	36.5%	29.4%	
IE2	Menjadi wirausaha akan memberikan penghasilan yang tak terbatas	1	5	14	44	57	49	4.75
		0.6%	2.9%	8.2%	25.9%	33.5%	28.8%	
IE3	Sebagai wirausaha, potensi penghasilan akan meningkat lebih cepat daripada jika menjadi karyawan	5	5	16	31	54	59	4.77
		2.9%	2.9%	9.4%	18.2%	31.8%	34.7%	
IE4	Melalui wirausaha, saya berharap dapat memenuhi kebutuhan hidup saya	4	2	5	20	67	72	5.12
		2.4%	1.2%	2.9%	11.8%	39.4%	42.4%	
2.160 Mean Keseluruhan								4.84

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki pandangan yang positif terhadap prospek ekonomi dari kegiatan kewirausahaan. Namun, keyakinan terhadap kemampuan wirausaha dalam menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan pekerjaan sebagai karyawan masih relatif lebih rendah, sehingga mencerminkan adanya pertimbangan yang matang dalam mengevaluasi potensi finansial dari pilihan karier sebagai wirausaha.

Variabel X2

Data terkait variabel *Entrepreneurial Knowledge* berhasil dihimpun peneliti melalui kuesioner *Google Form* yang telah diisi oleh 170 responden sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Tabel 3. Rata-rata Hitung Skor Variabel X2

Butir Pernyataan		Distribusi Data Responden						Mean
		STS	TS	ATS	AS	S	SS	
EK1	Pengetahuan kewirausahaan yang sudah saya dapatkan membantu untuk membuka peluang bisnis/usaha	8	2	7	31	64	58	4.85
		4.7%	1.2%	4.1%	18.2%	37.6%	34.1%	
EK2	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk mengelola usaha/bisnis	4	7	10	35	65	49	4.75
		2.4%	4.1%	5.9%	20.6%	38.2%	28.8%	
EK3	Saya mengetahui peran dan aktivitas seorang wirausaha	1	3	7	34	70	55	4.96
		0.6%	1.8%	4.1%	20.0%	41.2%	32.4%	
EK4	Saya mengetahui apa saja yang harus dipersiapkan untuk memulai berwirausaha	7	5	7	34	72	45	4.73
		4.1%	2.9%	4.1%	20.0%	42.4%	26.5%	
EK5	Pengetahuan kewirausahaan yang saya miliki menjadikan saya tidak mudah menyerah dan ulet terhadap usaha yang saya akan/sedang jalankan	6	5	9	22	78	50	4.83
		3.5%	2.9%	5.3%	12.9%	45.9%	29.4%	
EK6	Pengetahuan kewirausahaan mendorong saya untuk menguji kemampuan dalam berwirausaha	7	4	9	28	68	54	4.81
		4.1%	2.4%	5.3%	16.5%	40.0%	31.8%	
EK7	Pengetahuan kewirausahaan, mengajarkan saya dalam mempertimbangkan keputusan dan selektif dalam mengelola modal usaha	4	1	8	27	62	68	5.04
		2.4%	0.6%	4.7%	15.9%	36.5%	40.0%	
EK8	Saya mampu menganalisi peluang usaha yang ada	5	2	8	31	63	61	4.93
		2.9%	1.2%	4.7%	18.2%	37.1%	35.9%	
Mean Keseluruhan								4.86

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa responden telah memiliki tingkat pengetahuan kewirausahaan yang baik, terutama dalam aspek pengambilan keputusan dan pengelolaan modal usaha. Namun, kemampuan dalam memahami langkah-langkah persiapan sebelum memulai usaha masih perlu diperkuat. Oleh karena itu, diperlukan program edukasi maupun pelatihan kewirausahaan yang lebih sistematis agar responden memiliki kesiapan yang lebih optimal dalam merintis usahanya.

Variabel X3

Data terkait variabel *Digital Competencies* berhasil dihimpun peneliti melalui kuesioner *Google Form* yang telah diisi oleh 170 responden sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Tabel 4. Rata-rata Hitung Skor Variabel X3

Butir Pernyataan		Distribusi Data Responden						Mean
		STS	TS	ATS	AS	S	SS	
DC1	Saya mampu mencari informasi bisnis melalui internet menggunakan berbagai platform digital	4	3	1	20	61	81	5.20
		2.4%	1.8%	0.6%	11.8%	35.9%	47.6%	
DC2	Saya mampu menyimpan dan mengelola informasi digital yang berkaitan dengan usaha atau bisnis	4	1	6	20	66	73	5.13
		2.4%	0.6%	3.5%	11.8%	38.8%	42.9%	
DC3	Saya mampu menggunakan media digital untuk komunikasi terkait bisnis atau usaha	2	1	7	26	63	71	5.12
		1.2%	0.6%	4.1%	15.3%	37.1%	41.8%	
DC4	Saya mampu berkolaborasi secara online menggunakan teknologi digital	4	1	5	26	67	67	5.07
		2.4%	0.6%	2.9%	15.3%	39.4%	39.4%	
DC5	Saya mampu membuat konten digital untuk kebutuhan promosi usaha	3	2	4	23	72	66	5.10
		1.8%	1.2%	2.4%	13.5%	42.4%	38.8%	
DC6	Saya mampu mengedit atau mengembangkan konten digital sesuai kebutuhan bisnis	4	2	7	32	62	63	4.97
		2.4%	1.2%	4.1%	18.8%	36.5%	37.1%	
DC7	Saya mampu memanfaatkan teknologi digital untuk menemukan solusi dalam kegiatan usaha	10	2	8	20	61	69	4.92
		5.9%	1.2%	4.7%	11.8%	35.9%	40.6%	
DC8	Saya mampu mengembangkan kemampuan digital mengikuti perkembangan teknologi terbaru	4	5	2	22	69	68	5.06
		2.4%	2.9%	1.2%	12.9%	40.6%	40.0%	
Mean Keseluruhan								5,07

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kompetensi digital responden tergolong tinggi dalam mendukung aktivitas kewirausahaan. Meskipun demikian, masih diperlukan pengembangan kemampuan dalam mengoptimalkan teknologi digital sebagai alat untuk menganalisis dan menyelesaikan berbagai permasalahan usaha. Dengan demikian, kompetensi digital yang dimiliki tidak hanya dimanfaatkan untuk mengakses informasi, tetapi juga untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan dan pengembangan bisnis.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 5. Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Std. Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.065	1.797	3.931	.000
	X1	.354	.064	5.545	.000
	X2	.145	.044	3.300	.001
	X3	.127	.045	2.855	.005

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah Peneliti (2026)

Pengaruh *Income Expectation*, *Entrepreneurial Knowledge*, dan *Digital Competencies* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada Generasi Z
(Hidayah, et al.)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Income Expectation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* sehingga H1 diterima. Hal ini ditunjukkan oleh nilai T_{hitung} sebesar 5,545 yang lebih besar daripada T_{tabel} sebesar 1,97481 ($5,545 > 1,97481$) serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Serta hasil penelitian menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* sehingga H2 diterima. Hal ini ditunjukkan oleh nilai T_{hitung} sebesar 3,300 yang lebih besar daripada T_{tabel} sebesar 1,97481 ($3,300 > 1,97481$) serta nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital competencies* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* sehingga H3 diterima. Hal ini ditunjukkan oleh nilai T_{hitung} sebesar 2,855 yang lebih besar daripada T_{tabel} sebesar 1,97481 ($2,855 > 1,97481$) serta nilai signifikansi sebesar 0,005 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,005 < 0,05$).

Secara keseluruhan, hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa *Income Expectation*, *Entrepreneurial Knowledge*, dan *Digital competencies* masing-masing memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial intention*. Apabila dibandingkan berdasarkan nilai koefisien beta terstandarisasi (*standardized beta*), *Income Expectation* memberikan kontribusi pengaruh terbesar (0,362), diikuti oleh *Entrepreneurial Knowledge* (0,244), dan *Digital competencies* (0,205). Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks niat berwirausaha Generasi Z, ekspektasi terhadap pendapatan menjadi pertimbangan yang relatif paling dominan dibandingkan pengetahuan kewirausahaan maupun kompetensi digital, meskipun ketiganya sama-sama berperan penting dalam membentuk niat berwirausaha.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.622 ^a	.387	.376	2.150
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Hasil yang diperoleh nilai R Square sebesar 0,387 dengan Adjusted R Square sebesar 0,376. Hasil ini menunjukkan bahwa *Income Expectation* (X1), *Entrepreneurial Knowledge* (X2), dan *Digital competencies* (X3) secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi pada *Entrepreneurial intention* (Y) sebesar 37,6%, sedangkan sisanya sebesar 62,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti efikasi diri, dukungan keluarga, maupun norma sosial di lingkungan sekitar responden. Untuk melihat posisi temuan ini secara lebih proporsional, nilai Adjusted R Square penelitian ini perlu dibandingkan dengan hasil penelitian terdahulu yang meneliti *Entrepreneurial intention* sebagai variabel dependen namun menggunakan variabel independen yang berbeda. Nilai R Square sebesar 37,6% pada penelitian ini masih berada dalam rentang penelitian terdahulu (31%–63,4%). Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat 62,4% variasi niat berwirausaha Generasi Z yang dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian.

Pengaruh Income Expectation (X1) terhadap Entrepreneurial intention (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis melalui uji T, variabel Income Expectation (X1) memperoleh nilai T_{hitung} sebesar 5,545 yang lebih besar daripada T_{tabel} sebesar 1,97481 ($5,545 > 1,97481$) dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa Income Expectation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Entrepreneurial Intention (Y), sehingga H1 diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi ekspektasi pendapatan yang dimiliki oleh Generasi Z, semakin tinggi pula niat mereka untuk berwirausaha. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada Tabel 4.8, indikator *expectations of meeting needs* (IE4) memperoleh nilai *mean* tertinggi sebesar 5,12, yang menunjukkan bahwa harapan untuk memenuhi kebutuhan hidup melalui kewirausahaan menjadi pendorong paling dominan bagi Generasi Z dalam membentuk ekspektasi pendapatannya. Kondisi ini sejalan dengan karakteristik responden yang mayoritas masih berstatus pelajar/mahasiswa (Tabel 4.3) dan berada pada kelompok pendapatan menengah ke bawah (Tabel 4.4), sehingga pemenuhan kebutuhan hidup menjadi orientasi utama sebelum mempertimbangkan besaran penghasilan secara *absolut*.

Selanjutnya, indikator *increase in income* (IE3) dan *unlimited income* (IE2) juga memperoleh nilai *mean* yang cukup tinggi, masing-masing sebesar 4,77 dan 4,75, menunjukkan bahwa Generasi Z meyakini potensi penghasilan dari wirausaha dapat terus meningkat dan tidak dibatasi oleh struktur gaji formal. Sementara itu, indikator *high income* (IE1) memperoleh nilai *mean* terendah sebesar 4,73, yang mengindikasikan bahwa keyakinan responden terhadap kemampuan wirausaha dalam menghasilkan pendapatan yang lebih besar dibandingkan bekerja sebagai karyawan masih relatif lebih rendah dibandingkan tiga indikator lainnya. Secara keseluruhan, keempat indikator tersebut saling melengkapi dalam membentuk ekspektasi pendapatan yang pada akhirnya mendorong niat berwirausaha Generasi Z. Berdasarkan pembahasan di atas, income expectation terbukti berperan penting dalam mendorong entrepreneurial intention Generasi Z. Harapan memperoleh pendapatan yang lebih tinggi serta mampu memenuhi kebutuhan hidup menjadi pertimbangan utama dalam membentuk niat berwirausaha. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dinyatakan diterima.

Pengaruh Entrepreneurial Knowledge (X2) terhadap Entrepreneurial intention (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis melalui uji T, variabel Entrepreneurial Knowledge (X2) memperoleh nilai T_{hitung} sebesar 3,300 yang lebih besar daripada T_{tabel} sebesar 1,97481 ($3,300 > 1,97481$) dengan tingkat signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa Entrepreneurial Knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap Entrepreneurial Intention (Y), sehingga H2 diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh Generasi Z, semakin tinggi pula niat mereka untuk berwirausaha. Pengetahuan yang memadai mengenai konsep, peluang, proses, dan aktivitas bisnis membantu individu merasa lebih siap serta lebih percaya diri dalam mempertimbangkan wirausaha sebagai pilihan karier.

Berdasarkan Tabel 4.9, indikator *knowledge of the business to be initiated* yang tercermin pada item EK1 dan EK2 memperoleh nilai *mean* sebesar 4,85 dan 4,75. Hasil ini menunjukkan bahwa Generasi Z telah memiliki bekal pengetahuan yang cukup baik dalam mengenali peluang bisnis, meskipun keyakinan terhadap kecukupan pengetahuan untuk mengelola usaha masih relatif lebih rendah. Indikator *knowledge of roles and responsibilities* pada item EK3 dan EK4 memperoleh nilai *mean* sebesar 4,96 dan 4,73. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun Generasi Z telah memahami peran dan tanggung jawab seorang

wirusaha secara konseptual, pemahaman mengenai langkah-langkah teknis dan persiapan awal dalam memulai usaha masih perlu diperkuat. Selanjutnya, indikator *knowledge of personality and self-ability* yang tercermin pada item EK5 dan EK6 memperoleh nilai mean sebesar 4,83 dan 4,81, menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan turut berperan dalam membentuk keyakinan diri serta ketahanan mental Generasi Z dalam menghadapi tantangan berwirausaha. Adapun indikator *knowledge of business management and organization* pada item EK7 dan EK8 memperoleh nilai mean sebesar 5,04 dan 4,93. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan dalam pengambilan keputusan, pengelolaan modal, dan analisis peluang usaha merupakan aspek pengetahuan kewirausahaan yang paling dikuasai oleh Generasi Z.

Berdasarkan pembahasan di atas, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berperan penting dalam meningkatkan niat berwirausaha Generasi Z. Pengetahuan mengenai konsep bisnis, kemampuan diri, serta pengelolaan usaha menjadi bekal yang mendorong individu untuk menjadi wirausaha. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) dinyatakan diterima.

Pengaruh Digital competencies (X3) terhadap Entrepreneurial intention (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis melalui uji T, variabel *Digital competencies* (X3) memperoleh nilai T_{hitung} sebesar 2,855 yang lebih besar daripada T_{tabel} sebesar 1,97481 ($2,855 > 1,97481$) dengan tingkat signifikansi 0,005 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,005 < 0,05$). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa *Digital competencies* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Entrepreneurial Intention (Y), sehingga H3 diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kompetensi digital yang dimiliki oleh Generasi Z, semakin tinggi pula niat mereka untuk berwirausaha. Kemampuan memanfaatkan teknologi digital secara efektif, seperti mengakses informasi, berkomunikasi, menggunakan berbagai platform digital, dan mendukung aktivitas bisnis, memberikan keyakinan tambahan bagi individu untuk memasuki dunia usaha, terutama pada era transformasi digital saat ini.

Berdasarkan Tabel 4.10, indikator *information and data literacy* memperoleh nilai mean tertinggi, tercermin dari item DC1 mengenai kemampuan mencari informasi bisnis melalui platform digital (*mean* 5,20) dan DC2 mengenai kemampuan menyimpan dan mengelola informasi digital (*mean* 5,13). Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z, sebagai kelompok yang tumbuh bersama perkembangan teknologi, memiliki kemampuan yang sangat baik dalam mengakses dan mengelola informasi bisnis secara digital. Indikator *communication and collaboration* yang tercermin pada item DC3 dan DC4 juga memperoleh nilai mean yang tinggi, yaitu 5,12 dan 5,07, menunjukkan kemampuan responden dalam berkomunikasi dan berkolaborasi secara daring untuk kebutuhan bisnis. Adapun indikator *digital content creation* pada item DC5 dan DC6 berada pada kisaran mean 4,97–5,10. Sebaliknya, indikator *problem solving* yang tercermin pada item DC7 mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk menemukan solusi dalam kegiatan usaha memperoleh nilai mean terendah sebesar 4,92. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun Generasi Z sangat mahir dalam mencari dan mengelola informasi digital, kemampuan mereka dalam mengoptimalkan teknologi digital sebagai alat pemecahan masalah bisnis masih perlu ditingkatkan.

Dalam konteks ini, kompetensi digital tidak hanya berperan sebagai kemampuan teknis, tetapi juga membekali Generasi Z dengan kemampuan yang diperlukan untuk mempertimbangkan wirausaha sebagai pilihan karier di era digital. Temuan ini didukung oleh penelitian Marcello, Tandjung, dan Tanoto (2026) yang menyatakan bahwa kompetensi digital menjadi fondasi penting bagi kesiapan Generasi Z untuk berwirausaha dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital. Berdasarkan pembahasan di atas, hasil

penelitian menunjukkan bahwa kompetensi digital berperan penting dalam meningkatkan niat berwirausaha Generasi Z. Kemampuan memanfaatkan teknologi digital menjadi bekal bagi individu dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang usaha di era digital. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) dinyatakan diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh *Income Expectation*, *Entrepreneurial Knowledge*, dan *Digital Competencies* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada Generasi Z di DKI Jakarta, menyatakan bahwa *Income Expectation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* Generasi Z, yang berarti semakin tinggi harapan Generasi Z untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi, tidak terbatas, dan terus meningkat melalui kewirausahaan, maka niat mereka untuk berwirausaha turut semakin meningkat. Temuan ini dapat dijelaskan bahwa Generasi Z yang dihadapkan pada tekanan pasar kerja formal yang kompetitif, tingginya tingkat pengangguran, serta fenomena jebakan pengalaman, menjadikan pertimbangan terhadap pendapatan sebagai salah satu faktor utama dalam menentukan pilihan karier. Kondisi ini pada akhirnya mendorong terbentuknya niat berwirausaha sebagai salah satu alternatif jalur karier yang dipertimbangkan Generasi Z di tengah dinamika pasar kerja saat ini.

Entrepreneurial Knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* Generasi Z, yang berarti semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki, mencakup pemahaman mengenai peluang usaha, peran dan tanggung jawab wirausaha, kepribadian dan kemampuan diri, serta manajemen dan pengorganisasian usaha, maka niat berwirausaha Generasi Z akan turut meningkat. Temuan ini dapat dijelaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan berperan sebagai landasan kognitif yang membantu individu mengenali peluang bisnis, memahami proses usaha, serta merumuskan solusi atas permasalahan yang mungkin dihadapi, sehingga semakin memadai pengetahuan yang dimiliki, semakin besar pula keyakinan dan niat individu untuk berwirausaha. Generasi Z pada penelitian ini terlihat telah cukup menguasai pengetahuan dalam mempertimbangkan keputusan dan mengelola modal usaha, namun pemahaman mengenai langkah-langkah persiapan awal memulai usaha masih relatif lebih rendah, sehingga masih terdapat kesenjangan antara pengetahuan teoretis yang dimiliki dengan kesiapan penerapannya secara praktis. Kondisi ini pada akhirnya menegaskan bahwa penguatan pengetahuan kewirausahaan turut membentuk kesiapan mental Generasi Z dalam mempertimbangkan wirausaha sebagai alternatif jalur karier di tengah keterbatasan pengalaman praktis yang mereka miliki.

Digital Competencies berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* Generasi Z, yang berarti semakin tinggi kompetensi digital yang dimiliki, mencakup literasi informasi dan data, komunikasi dan kolaborasi, pembuatan konten digital, serta pemecahan masalah berbasis digital, maka niat berwirausaha Generasi Z akan turut meningkat. Temuan ini dapat dijelaskan dari karakteristik Generasi Z sebagai digital native yang tumbuh berdampingan dengan perkembangan teknologi, sehingga kemampuan memanfaatkan teknologi digital secara efektif memberikan keyakinan tambahan bagi individu untuk memasuki dunia usaha, terutama pada era transformasi digital saat ini. Generasi Z pada penelitian ini terlihat sangat mahir dalam mencari dan mengelola informasi bisnis melalui berbagai platform digital, namun kemampuan memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pemecahan masalah dalam kegiatan usaha

masih relatif lebih rendah, sehingga status sebagai digital native belum sepenuhnya diikuti oleh kompetensi digital yang aplikatif untuk mendukung aktivitas kewirausahaan secara produktif. Kondisi ini pada akhirnya menunjukkan bahwa penguatan kompetensi digital, khususnya pada aspek pemecahan masalah, turut berperan penting dalam mendorong Generasi Z untuk memanfaatkan peluang usaha di era digital.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kombinasi *Income Expectation*, *Entrepreneurial Knowledge*, dan *Digital Competencies* mampu menjelaskan variasi *Entrepreneurial Intention* Generasi Z sebesar 37,6%, sedangkan 62,4% sisanya bersumber dari variabel lain di luar model. Melalui pengujian nilai koefisien beta terstandarisasi, ditemukan bahwa *Income Expectation* memegang andil terbesar dalam memengaruhi niat tersebut, diikuti oleh *Entrepreneurial Knowledge* dan *Digital Competencies*. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun ketiga variabel memiliki peran penting secara kolektif, orientasi pada aspek finansial tetap menjadi pertimbangan paling dominan bagi Generasi Z dalam memutuskan untuk berwirausaha.

Implikasi secara teoretis penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan kajian kewirausahaan digital, khususnya terkait pembentukan entrepreneurial intention pada Generasi Z di tengah transformasi ekonomi digital. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat berwirausaha Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh ekspektasi ekonomi semata, tetapi juga oleh kesiapan pengetahuan kewirausahaan dan kompetensi digital yang dimiliki. Temuan ini memperkaya literatur mengenai income expectation dengan menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan Generasi Z lebih dominan berorientasi pada pemenuhan kebutuhan hidup dibandingkan pada besaran penghasilan semata. Hal ini menegaskan bahwa aspek kepastian ekonomi dan kemandirian finansial menjadi faktor penting dalam mendorong niat berwirausaha, sejalan dengan teori ekspektansi (expectancy theory) yang menjelaskan bahwa individu mempertimbangkan hasil yang paling bernilai sebelum menentukan pilihan tindakan, dalam hal ini pilihan untuk berwirausaha.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi Generasi Z, universitas, maupun penyelenggara program kewirausahaan dalam merancang strategi penguatan niat berwirausaha yang lebih tepat sasaran. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, indikator expectations of meeting needs dalam variabel *Income Expectation* menunjukkan tingkat persetujuan tertinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z menilai kewirausahaan sebagai jalur yang dinilai mampu membantu memenuhi kebutuhan hidup mereka. Oleh karena itu, program edukasi maupun sosialisasi kewirausahaan perlu terus menekankan gambaran nyata mengenai potensi wirausaha dalam memenuhi kebutuhan hidup, sekaligus memperkuat keyakinan bahwa berwirausaha juga mampu memberikan pendapatan yang kompetitif dibandingkan bekerja sebagai karyawan, mengingat indikator high income justru memperoleh nilai rata-rata terendah pada variabel ini.

Dari sisi Generasi Z, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat berwirausaha terbentuk melalui pertimbangan terhadap ekspektasi pendapatan, penguasaan pengetahuan kewirausahaan, serta kompetensi digital yang dimiliki. Oleh karena itu, Generasi Z diharapkan dapat lebih proaktif dalam mencari pembekalan pengetahuan kewirausahaan secara praktis, tidak hanya mengandalkan ekspektasi pendapatan sebagai satu-satunya pendorong, tetapi juga terus mengasah kemampuan dalam mempersiapkan dan mengelola usaha sejak tahap awal. Selain itu, Generasi Z juga disarankan untuk terus mengembangkan kompetensi digital secara menyeluruh, tidak hanya terbatas pada kemampuan mencari informasi, melainkan juga pada kemampuan memanfaatkan teknologi digital sebagai alat untuk memecahkan permasalahan dalam kegiatan usaha. Dengan demikian, niat berwirausaha yang telah dimiliki Generasi Z tidak semata-

mata didorong oleh ekspektasi finansial, tetapi juga didukung oleh kesiapan pengetahuan dan kompetensi digital yang memadai, sehingga niat tersebut dapat direalisasikan menjadi aktivitas kewirausahaan yang lebih matang dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, N. M., & Djumena, E. (2024). *Rasio Kewirausahaan*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2024/10/14/173600526/rasio-kewirausahaan-di-akhir-pemerintahan-jokowi-capai-3-35-persen>
- Adininggar, D. A., Wardana, L. W., & Nasikh. (2025). The Influence of Digital Entrepreneurship Education and Digital Competencies on Digital Entrepreneurial Intention Through ICT Self-Efficacy in SMK Students in Jombang District. *Journal of Educational Analytics (JEDA)*, 4(2), 109–128. <https://doi.org/https://doi.org/10.55927/jeda.v4i1.24>
- Adinugroho, H. Y. (2023). The Impact of Financial Management Knowledge on Entrepreneurial Intentions Among Digital Business. *Arthatama: Journal of Business Management ...*, 7(2), 63–70. <http://journal.lifescifi.com/index.php/art/article/view/513%0Ahttp://journal.lifescifi.com/index.php/art/article/download/513/419>
- Aljero, R. K., Suparno, & Fidhyallah, N. F. (2023). Pengaruh Economics Education Danentrepreneurial Knowledge Terhadapentrepreneurial Competence Pada Siswa Smk Dijakarta Timur. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran, Dan Akuntansi*, 4(2), 159–170. <http://repository.unj.ac.id/id/eprint/41337>
- Amrina, H. N., & Bisri, H. (2022). Factors Affecting College Students ' Entrepreneurial Intention. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 05(01), 1–8.
- APJII, J. I. I. A. P. (2025). *Laporan Penetrasi dan Perilaku Penggunaan Internet Indonesia 2025*. <https://id.scribd.com/document/899447986/Profil-Pengguna-Internet-2025-APJII>
- Arisah, N., & Putrawan, M. R. (2023). The Influence of Entrepreneurial Knowledge, Entrepreneurial Motivation, and Commitment on Entrepreneurial Intentions of Makassar State University Students. *International Jurnal of Education, Vocatinal and Social Science*, 04(01), 433–450.
- Asmoro, P. S., Aini, E. K., & Nurlaily, F. (2022). Tax Policy and Financial Access: Implications for Entrepreneurial Intention and Entrepreneurial Behavior Among Generation Z. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 24(2), 57–67. <https://doi.org/10.9744/jak.24.2.57-67>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, A. (2026). Survei Penetrasi Internet Dan Perilaku Penggunaan Internet 2026. In *APJII*.
- Astuti, N. C., & Solihin, I. (2024). The Mediating Role of the TPB in the Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intention Among Indonesian Undergraduate Students. *Asia Pacific Journal of Management and Education (APJME)*, 7(3), 168–186. <https://doi.org/https://doi.org/10.32535/apjme.v7i3.3514>
- Azhari, A. N., Soegoto, E. S., & Wahdiniwaty, R. (2026). Transformasi Digital Native menjadi Wirausahawan Digital : Determinan Niat Berwirausaha Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), Hal 470-480.
- Azizan, N. F., & Rahim, ohammed H. L. (2024). A bibliometric analysis on entrepreneurial digital competencies. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 12(2), 3655. <https://doi.org/10.24191/jeeir.v12i2.3655>
- Azra, F. E. A. (2022). Analisis Strategi dan Keunggulan Bersaing Sebagai Kunci Sukses Umkm Ritel: Studi Kasus Perusahaan Abc. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 341–354. <https://doi.org/10.31842/jurnalnobis.v5i3.234>

- Azzahra, A. C., Yohana, C., & Pratama, A. (2023a). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 1(3), 15–34. <http://repository.unj.ac.id/id/eprint/40857>
- Azzahra, A. C., Yohana, C., & Pratama, A. (2023b). The Effect of Income Expectations, Entrepreneurial Knowledge, and Social Media Use on Entrepreneurial Interests (Case Study of Students of the Faculty of Economics, Jakarta State University). *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 1(3), 204–216. <https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ijeb%0Athe>
- Bachmann, N., Rose, R., Maul, V., & Hölzle, K. (2024). What makes for future entrepreneurs ? The role of digital competencies for entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 174(October 2023), 114481. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114481>
- Badan Pusat Statistik, B. (2025). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (ribu jiwa) di Provinsi DKI Jakarta, 2025*. <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--ribu-jiwa--di-provinsi-dki-jakarta--2025.html?year=2025>
- Bappenas, K. P. (2022). *Strategi Nasional Kewirausahaan Pemuda*. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/migrasi-data-publikasi/file/Unit_Kerja/Direktorat_KPAPO/Strategi_Nasional_Kewirausahaan_Pemuda.pdf?__cf_chl_rt_tk=aYuFzUGyiFOQxXE9CEHZHI3_FNGMFz.PzL9HZXO.ec8-1776222715-1.0.1.1-HmRk1VOXA_Hq
- BKPM, K. I. dan. (2024). *Jumlah NIB Terbit Berdasarkan Gender per Jenis Perusahaan*. https://www.bkpm.go.id/id/info/pengumuman/partisipasi-perempuan-dalam-perizinan-usaha-terus-menguat?utm_source=chatgpt.com
- BPS, B. P. S. (2025). *Provinsi DKI Jakarta Dalam Angka 2025*. https://www.oecd.org/en/publications/education-at-a-glance-2025_1c0d9c79-en/full-report/transition-from-education-to-work-where-are-today-s-youth_b90719d0.html?utm_source=chatgpt.com
- BPS, B. P. S. (2026). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2026* (Issue 49).
- BPS Indonesia. (2025). *Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) lulusan universitas (pengangguran terdidik)*. https://infopendidikan.bic.id/pengangguran-terdidik-2025-jebakan-pengalaman-skill-mismatch/#google_vignette
- Calderon Monge, E., & Ribeiro Soriano, D. (2024). The role of digitalization in business and management : a systematic literature review. *Review of Managerial Science*, 18(2), 449–491. <https://doi.org/10.1007/s11846-023-00647-8>
- Caputo, A., Nguyen, V. H. A., & Delladio, S. (2025). Risk-taking, knowledge, and mindset: unpacking the antecedents of entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 21(1), 1–29. <https://doi.org/10.1007/s11365-024-01064-3>
- Desita, L. N., & Susantiningrum, S. (2025). Income expectations and subjective norms influence on students ' entrepreneurial intention. *Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 9(5), 563–571. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.20961/jikap.v9i5.104576>
- Dewantara, H., Atirah, Kemalasari, A. A., & Adio, M. O. (2025). How Entrepreneurship Education, Social Media, and Business Capital Shape Gen Z Entrepreneurial Intentions through Income Expectations? *Quantitative Economics and Management Studies*, 6(1), 69–78. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems3854>
- Dhaniswara, A. S., Susita, D., & Wahono, P. (2024). Pengaruh Kompetensi Digital dan Knowledge Sharing

- terhadap Kinerja Pegawai dengan Motivasi Kerja sebagai Variabel Intervensi. *SINOMICS JOURNAL*, 3(1), 24–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.54443/sj.v3i1.283>
- Diana, Z. N. (2023). *Pengaruh Entrepreneur Knowledge, Entrepreneur Skill, Dan Entrepreneur Motivation Terhadap Entrepreneurial Intention Mahasiswi Menjadi Muslimah Preneur Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Mediasi* (Vol. 53, Issue 1) [Universitas Islam Negeri (Uin) Maulana Malik Ibrahim Malang]. <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf%0Ahttps://hdl.handle.net/20.500.12380/245180%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jsames.2011.03.003%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12>
- Elfandi, A., Yohana, C., & Fidhyallah, N. F. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan Volume*, 1(2), 167–186. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jbmk/article/view/30059>
- Erwanada, N. H., Eryanto, H., & Rachmadani, R. F. (2021). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions with Entrepreneurial Motivation as an Intervening Variable. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran Dan Akuntansi*. <https://doi.org/doi.org/10.21009/JPEPA.007.x.x>
- Etrata, A. J. E., & Raborar, J. Lou. (2022). The Filipino generation Z's entrepreneurial intention: What drives their business mindedness? *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 11(2), 57–66. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i2.1660>
- Fathiyannida, S., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Lingkungan Keluarga dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif dan Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 124–134. <https://doi.org/10.31857/s013116462104007x>
- Fiqriyani, A., Lysander, M. A. S., & Prayekti. (2025). The effect of entrepreneurial knowledge, entrepreneurial motivation and entrepreneurial self-efficacy on entrepreneurial intention among students. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 7(2), 123–134.
- Fitrianingsih, A., Eryanto, H., & Fidhyallah, N. F. (2023). The Effect of Entrepreneurial Knowledge and Family Environment on Interest in Entrepreneurship Mediated by Self-Efficacy. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran Dan Akuntansi*, 7(2), 349–359. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/jpepa.0401.24>
- Genoveva, G., & Srirahayu, E. A. (2024). Wirausahawan Digital untuk Generasi Z Digital. *Abdimas Galuh*, 6(2), 2225–2231.
- Ghozali, P. H. I. (2021a). *Aplikasi Analisis Multivariate* (P. . Prof. H. Imam Ghozali, M.Com (ed.); 10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, P. H. I. (2021b). Aplikasi Analisis Multiverse dengan program SPSS 25. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (10th ed.). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUS_AT_STRATEGI_MELESTARI
- Gultom, E. (2021). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(2), 9(2), 112–122.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis (Eighth Edition). In *Contemporary Psychology: A Journal of Reviews* (Eighth Edi, Vol. 28, Issue 8).

- Annabel Ainscow. <http://www.amazon.com/Discovering-Statistics-Introducing-Statistical-Methods/dp/0761944524>
- Halim, J. N., & Nuringsih, K. (2021). Kreativitas, Sikap Terhadap Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan Untuk Memprediksi Niat Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 1029–1039. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13476>
- 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>
- Hassoun, A., Beacock, I., Consolvo, S., Goldberg, B., Kelley, P. G., & Russell, D. M. (2023). Practicing Information Sensibility: How Gen Z Engages with Online Information. In *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings* (Vol. 2012). <https://doi.org/10.1145/3544548.3581328>
- Herliansyah, Y., Herminingsih, A., Kaidah, S., Muslim, S., & Suprpto. (2025). The Synergy of Entrepreneurship Education, Family Environment, and Income Expectations: A Key to Shaping Entrepreneurial Attitudes and Intentions Among the Millennial Generation. *Ekulilibrium : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(2), 376–389. <https://doi.org/10.24269/ekulilibrium.v20i2.2025.pp376-389>
- Indah, S. U., Antoni, D., & Saluza, I. (2025). Pemetaan Literasi Digital Masyarakat Dalam Menilai Kesiapan Akses Pelayanan Publik Digital di Kecamatan Sanga Desa. *Jurnal Nasional Ilmu Komputer*, 6(3), 71–81. <https://doi.org/10.47747/jurnalnik.v6i3.2900>
- Jenab, T. S., & Arif, M. (2023). Pengaruh Entrepreneurial Knowledge dan Locus of Control Terhadap Entrepreneurial Intention. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 395–401.
- Jonathan, R., & Handoyo, S. E. (2023). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Dan Pendidikan Kewirausahaan Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Niat Berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(03), 722–731.
- Kankaraš, M., & Capecechi, S. (2025). Neither agree nor disagree: use and misuse of the neutral response category in Likert-type scales. *Metron*, 83(1), 111–140. <https://doi.org/10.1007/s40300-024-00276-5>
- Karnreungsiri, I. (2023). The Role Of Digital Competence And Entrepreneurship Education In Relation To Entrepreneurial Intention. In *International Scientific Conference on Economic and Social Development*. *Conference on Economic and Social Development*.
- Kenang, I. H., Puspita, S., & Wijayadne, D. R. (2025). Do Digital Competencies Matter? Exploring Entrepreneurial Education, Self-Efficacy, and Intention Among Gen Z in Indonesia. *Journal The Winners*, 26(2), 123–134.
- Khaira, Z., Supiana, S. S., Ghazalib, N. M., & Muhamad, I. I. (2025). Informal Learning Medium Among Gen Z Undergraduate Students. *Sains Humanika*, 17(2), 51–57. <https://doi.org/https://DOI.org/10.11113/sh.v17n2.2220>
- Komdigi, B. (2024). *Peluncuran Hasil Pengukuran Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI)*. Kementerian Komunikasi Dan Digital Republik Indonesia. <https://bpsdm.komdigi.go.id/berita-peluncuran-hasil-pengukuran-indeks-masyarakat-digital-indonesia-imdi-tahun--46-2092>
- Kurnia, D., Kusnendi, & Furqon, C. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Wirausaha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, Volume 6(2), 48–56.
- Kurniasih, R., Adawiyah, W. R., & Sudjadi, A. (2024). Exploring the Drivers of Entrepreneurial Intention among Zillennials in Higher Education : An Empirical Study. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 26(4), 35–43.

- Kurniawan, M. H. (2023). Attitude , Subjective Norm , Dan Self Efficacy Terhadap Niat Berwirausaha Pada Mahasiswa Generasi Z. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(9), 2461–0593.
- Kusmaryono, I., Wijayanti, D., & Maharani, H. R. (2022). Number of Response Options, Reliability, Validity, and Potential Bias in the Use of the Likert Scale Education and Social Science Research: A Literature Review. *International Journal of Educational Methodology*, 8(4), 625–637. <https://doi.org/10.12973/ijem.8.4.625>
- Lam, B. Q., Tran, H. Y., Nguyen, K. A., Nguyen, K. T., & Pham, M. (2025). *Digital competence and digital entrepreneurial intention: A social cognitive approach* (Vol. 13, Issue 2). <https://doi.org/10.15678/EBER.2025.130208>
- Liao, Y. K., Nguyen, V. H. A., & Caputo, A. (2022). Unveiling the role of entrepreneurial knowledge and cognition as antecedents of entrepreneurial intention: a meta-analytic study. In *International Entrepreneurship and Management Journal* (Vol. 18, Issue 4). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s11365-022-00803-8>
- Lukito, A. R., & Lydiawati, S. (2025). Dampak Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Finansial, Ketersediaan Pasar Dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 07(03), 752–760.
- Marcello, I., Tandjung, I. I., & Tanoto, S. R. (2025). The Effect of Digital Competency on Entrepreneurial Intention Through Entrepreneurial Orientation and Entrepreneurial Self-Efficacy. In *International Conference on Business, Economic, and Social Sustainability (ICOBES 2025)*. Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.53555/kuey.v31i1.9134>
- Maryati, T., & Setiarto, E. (2021). Income Expectation, Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Interest: Testing Their Relationships. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(5), 2530–2537. <https://cibg.org.au/>
- Masa, A. N., Emilisa, N., Febriant, R., & Nabillah, S. (2025). Pengaruh Entrepreneurship Education Dan Entrepreneurial Intention Terhadap Quality Of Life Yang Dimediasi Turnover Intention Pada Karyawan Hotel Bintang 3 Di Cempaka Putih Barat. *Journal of Social and Economics Research*, 7(1), 776–789.
- Mirna Noventri, I., Perawitan Pakpahan, J., Wardani Pane, J., & Hutabarat, L. (2022). Peran Kewirausahaan Berbasis Digital Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran. *Journal of Millennial Community*, 3(2), 68. <https://doi.org/10.24114/jmic.v3i2.32339>
- Mónico, L., Carvalho, C., Nejati, S., Arraya, M., & Parreira, P. (2021). *Entrepreneurship Education and its Influence on Higher Education Students ' Entrepreneurial Intentions and Motivation in Portugal* (Vol. 18, Issue 3).
- Muflihina, I., Sebayang, K. D. A., & Iranto, D. (2025). Pengaruh Literasi Ekonomi, E-Commerce, Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z di Jakarta. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Research and Review*, 2(1), 39–54.
- Muhammed T, S., & Mathew, S. K. (2022). The disaster of misinformation: a review of research in social media. *International Journal of Data Science and Analytics*, 13(4), 271–285. <https://doi.org/10.1007/s41060-022-00311-6>
- Nabilla, P., & Yulastri, A. (2025). Systematic Literature Review (SLR): Gen Z Entrepreneurial Performance Based on Internal Factors. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 30(1), 1–13. <https://doi.org/10.20961/jkb.v30i1.104296>
- Nailulazmi, V., & Yulastri, A. (2023). Hubungan Ekspektasi Pendapatan Dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Padang. *Jurnal Pendidikan Tata Boga Dan Teknologi*, 4(2), 195. <https://doi.org/10.24036/jptbt.v4i2.1388>
- Ng, P. Y., & Clercq, D. De. (2021). Explaining the entrepreneurial intentions of employees: The roles of societal norms, work-related creativity and personal resources. *International Small Business*

- Journal: Researching Entrepreneurship*, 39(8), 732–754.
<https://doi.org/10.1177/0266242621996614>
- Noor, R. M., & Anwar, S. (2022). Pengaruh Motivasi, Ekspektasi Pendapatan, dan Persepsi Mahasiswa terhadap Minat Berwirausaha dengan Pemahaman Akuntansi sebagai Variabel Moderating. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 227–243.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1165>
- Nurbaya, N., Listiani, H., Satar, S., & Akobiarek, M. (2024). Digital Competence of Science Teachers at Jayapura City of Papua. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 10(9), 6415–6425.
<https://doi.org/10.29303/jppipa.v10i9.8422>
- Pham, M., Nguyen, A. T. T., Tran, D. T., Mai, T. T., & Nguyen, V. T. (2023). The impact of entrepreneurship knowledge on students' e-entrepreneurial intention formation and the moderating role of technological innovativeness. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1).
<https://doi.org/10.1186/s13731-023-00351-7>
- Pinem, K., Suryani, W., & Mulia, A. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Coffee Shop di Kecamatan Medan Baru Kristopani. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(6), 104–112. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10478807>
- Prastiwi, I. R., Kurjono, & Setiawan, Y. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa UPI. *Fineteach: Journal of Finance, Entrepreneurship, and Accounting Education Research*, 1(1), 143–151.
- Pricilia, A. A., Yohana, C., & Fidhyallah, N. F. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 306–312. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jbmk/article/view/30135>
- Purbawijaya, F., & Hidayah, N. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, III(4), 970–979. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13439>
- Purwianti, A., Sudarmiatin, S., & Restuningdiah, N. (2025). The Effect of Entrepreneurial Knowledge and Entrepreneurial Self-Efficacy on Entrepreneurial Readiness and Entrepreneurial Intention as Mediation Variables. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 4(10), 4991–5008.
<https://doi.org/10.55927/fjmr.v4i10.553>
- Putra, A., & Oknaryana. (2023). Pengaruh Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, dan Kebutuhan Akan Prestasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 22199–22210. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10043>
- Putra, D. R., & Sri Palupi Prabandari. (2023). Pengaruh Entrepreneurial Knowledge, Entrepreneurial Motivation, Family Support, Dan Emotional Intelligence Terhadap Entrepreneurial Intention. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 2(4), 1050–1060.
- Putri, N. Q., & Kurniawati, D. (2026). Pengaruh Pola Pikir Kewirausahaan dan Ketahanan Psikologis terhadap Niat Menjadi Wirausaha Mahasiswa di Indonesia. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 5(2), 1590–1607.
- Putri, R. Z., & Roosdhani, M. R. (2025). The Effect of Information Overload on Decision Difficulty Mediated by Consumer Confusion in Generation Z in Jepara. *Jurnal Economic Resource*, 8(1), 78–87. <https://doi.org/10.57178/jer.v8i1.1185>
- Rahardian Satya, M. P. (2025). *Masa Depan Gig Economy di Era Gen Z*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/opini/20251010180014-14-674856/masa-depan-gig-economy-di-era-gen-z>
- Rodhiah, & Willison. (2021). Pengaruh Creativity, Proactive Personality, Dan Entrepreneurial Alertness Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 548. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11901>

- Santika, E. F. (2023). *Pengusaha UMKM di Indonesia Didominasi Oleh Gen X*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/pasar/statistik/f6717937f8d31a4/pengusaha-umkm-di-indonesia-didominasi-oleh-gen-x>
- Saputra, Y. N. (2026). Kompetensi Literasi Digital Guru: Pendekatan Literature Review. *Bahtera Indonesia; Jurnal Penelitian Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 11(1), 1–16. <https://doi.org/10.31943/bi.v11i1.1173>
- Şerban, A. V. (2025). Generation Z Vs. Millennials: Cultural Differences In Attitudes Towards Work. *Management Student Working Papers*, 3, 37–46. <https://doi.org/10.24818/MSWP.2025.04>
- Sholihah, K., Wibowo, A., & Dianta, K. (2023). The Influence Of Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Knowledge And Entrepreneurial Inspiration On Generation Z's Entrepreneurial Intention. *Jurnal Usaha*, 4(1), 1–19.
- Sitinjak, R. T., Sumiati, A., & Nurmalasari, D. (2025). The Effect Of Entrepreneurship Education And Income Expectations On Students' Entrepreneurial Interests. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran, Dan Akuntansi*, 6(1), 178–188. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/jpepa.0601.16>
- Sofya, A., Novita, N. C., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Metode Survey: Explanatory Survey dan Cross Sectional dalam Penelitian Kuantitatif. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1696–1708. <https://doi.org/10.56832/edu.v4i3.556>
- Sompie, G. C. ., Worang, F. G., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan J.Co Donut & Coffee Manado Town Square Di Masa Pandemi Covid-19. *Emba*, 10(4), 1040–1049.
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.); Cetakan 5). Alfabeta Bandung. https://online.fliphtml5.com/cyqfr/jppo/#google_vignette
- Sulistiyorini, Y., & Santoso, B. (2021). Entrepreneurial Knowledge on Entrepreneurial Intention: The Mediating of Perceived Desirability and Perceived Feasibility. *BASKARA : Journal of Business and Entrepreneurship*, 3(2), 93–101. <https://doi.org/10.54268/baskara.v3i2.8890>
- Sundari, S., Supiyandi, Rizki, C. A., Asih, M. S., & Khairuniza, N. (2025). Pemberdayaan GEN-Z melalui Pelatihan Desain Produk Berbasis Digital Printing untuk UMKM Lokal. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 4(2), 363–369. <https://doi.org/10.62712/juribmas.v4i2.648>
- Sutiadiningsih, A., Dewi, I. H. P., Ratnasari, W., Taufiq, A., & Miranti, M. G. (2025). How do digital competencies promote entrepreneurial intention among vocational students? A mediation analysis of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial mindset. *Cogent Education*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2482486>
- Tiana, & Sudarwanto, T. (2025). Pengaruh Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Unesa. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 13(1), 1.
- Triyono, M. B., Mutohhari, F., Kholifah, N., Subakti, H., Prasetya, K. H., & Nurtanto, M. (2023). Examining the Mediating-Moderating Role of Entrepreneurial Orientation and Digital Competence on Entrepreneurial Intention in Vocational Education. *Journal of Technical Education and Training*, 15(1), 116–127. <https://doi.org/https://doi.org/10.30880/jtet.2023.15.01.011>
- Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). *The Digital Competence Framework for Citizens* (DigComp 2.). Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/115376>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.