

JUSIE

(Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi)

Volume VII, Nomor 01, Mei – Oktober 2022

Pengaruh Literasi Digital Terhadap Intensi Kewirausahaan Digital Siswa Di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)

Penulis : Alifah Kusumaningrum dan Kusnendi

Sumber : Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi, Volume VII, Nomor 01, Mei – Oktober 2022

Diterbitkan oleh : Jurusan PIPS FKIP UMMY Solok

Pengaruh Literasi Digital terhadap Intensi Kewirausahaan Digital Siswa di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)

Alifah Kusumaningrum¹, Kusnendi²

^{1,2} Universitas Pendidikan Indonesia

Email: alifahkusumaningrum@upi.edu

Email: kusnendi@upi.edu

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of digital literacy and entrepreneurship education on digital entrepreneurship intentions. The research method used is an explanatory survey using a questionnaire as data collection. The population in this study were vocational school students majoring in for the 2021/2022 academic year and a sample of 200 students was taken using a simple random sampling technique. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the study indicate that digital literacy affects students' digital entrepreneurship intentions in senior high schools (SMK). Based on the significance value: the coefficients table obtained a significant value of $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that the digital literacy variable has an effect on the variables of digital entrepreneurship intentions. Based on the t value: it is known that the tcount value is $34,881 > 1,97$, so it can be concluded that digital literacy variable affects the digital entrepreneurship intention on Vocational High School.

Keywords: Digital Literacy, Digital Entrepreneurial Intention

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital dan pendidikan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital. Metode penelitian yang digunakan adalah explanatory survey dengan menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan datanya. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMK jurusan pemasaran tahun ajaran 2021/2022 dan sampel diambil sebanyak 200 siswa dengan teknik simple random sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital mempengaruhi intensi kewirausahaan digital siswa di Sekolah Menengah Atas (SMK). Berdasarkan nilai signifikansi: dari tabel coefficient diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel literasi digital berpengaruh terhadap variabel intensi kewirausahaan digital. Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t-hitung sebesar $34,881 > 1,97$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel literasi digital berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan digital siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

Kata Kunci: Literasi Digital, Intensi Kewirausahaan Digital

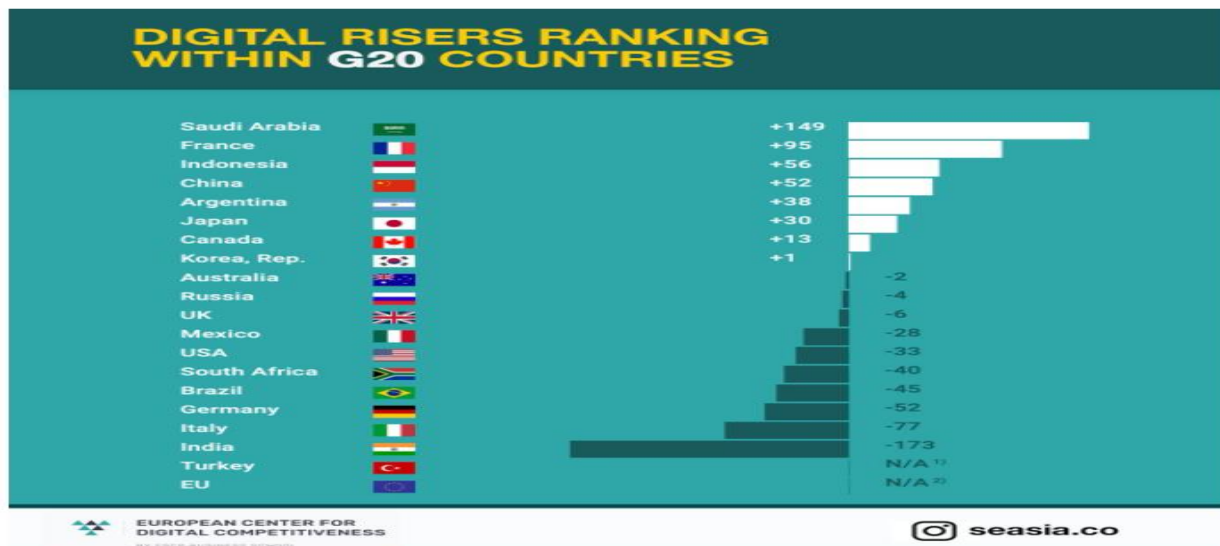
PENDAHULUAN

Industri 4.0 memunculkan *trend* baru yaitu digital transformasi (Hagberg et al., 2016). Kewirausahaan digital termasuk usaha dan transformasi bisnis yang ada dengan menciptakan teknologi digital baru serta penggunaan baru inovasi dan memberikan kesempatan untuk menggali potensi belum dikembangkan sebelumnya (Lerch & Gotsch, 2015). Teknologi digital harus dimanfaatkan terutama bagi generasi milenial (Ardi & Putri, 2020). Sebab generasi milenial adalah aset sumber daya manusia yang paling berharga bagi negara. Sehingga perlu adanya perhatian khusus terhadap generasi muda yang telah akrab dengan dunia digital atau dikenal sebagai *digital native* (International Telecommunication Union (ITU), 2020).

Digitalisasi merupakan salah satu tahap dalam pengembangan proses kewirausahaan ke tahap modern (Purnomo et al., 2020). Teknologi dan ruang digital diharapkan mampu menjadi penggerak baru dalam perekonomian (Ministry of Finance Republic of Indonesia., 2020). Kegiatan wirausaha sering digambarkan sebagai solusi dalam mengatasi tantangan sosial-ekonomi global seperti ketimpangan, kemiskinan (Purnomo et al., 2020), serta mengarah pada kesejahteraan individu (Chandra, 2017). Selain itu, kewirausahaan juga dipandang sebagai sarana untuk mengurangi pengangguran kronis di negara-negara berkembang (Nwagu et al., 2021). Kewiraswastaan mendorong individu untuk mengenali dan menangkap peluang yang ada (Purnomo et al., 2020). Kewirausahaan mengubah peluang menjadi produk atau layanan yang tersedia untuk pasar (Y. Zhao, 2021).

Peran teknologi digital juga tidak dapat diabaikan dalam konteks akademik sebab ada tiga misi yaitu, yaitu pendidikan, penelitian dan dimana hal itu bisa dimanfaatkan sebagai potensi generatif pada beberapa kegiatan (Dalmarco et al., 2018). Nyatanya dampak teknologi digital sangat kuat pada berbagai kegiatan kewirausahaan akademik seperti kerjasama penelitian dengan industri, aplikasi paten, transformasi ide-ide inovatif, kewirausahaan pendidikan individu yang sangat terampil, transfer teknologi atau bisnis inkubator ((Birtchnell et al., 2017) ; (Good et al., 2019); (Mian et al., 2016), (Horta et al., 2016)).

Gambar 1. Digital Risers Ranking Within G20 Countries

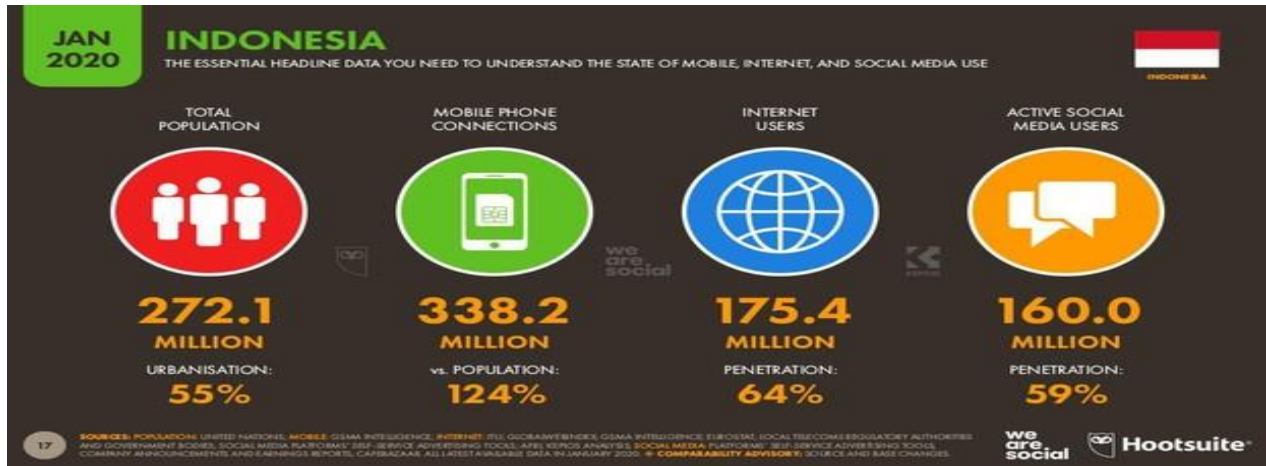


Sumber: Digital Risers Report 2020

Berdasarkan data dari digital risers report tahun 2020, Indonesia masuk dalam 20 negara dengan *digital risers ranking* tertinggi tahun 2021. Tercatat bahwa Indonesia masuk ke dalam peringkat 3 besar Digital Riser, di bawah Arab Saudi, dan Prancis. Negara-negara Digital Riser

teratas di seluruh dunia telah berinvestasi dalam SDM dan menjadikan inovasi serta kewirausahaan sangat mungkin dilakukan oleh perusahaan (*Digital Risers Report, 2020*). Tapi nyatanya, Indonesia tengah mengalami *digital talent gap* (kesenjangan talenta digital) dan Indonesia Butuh 600.000 talenta digital untuk mengatasi digital talent gap tersebut (World Bank, 2021).

Gambar 2. The Essential Headline Data You Need to Understand the State of Mobile, Internet, and Social Media Use

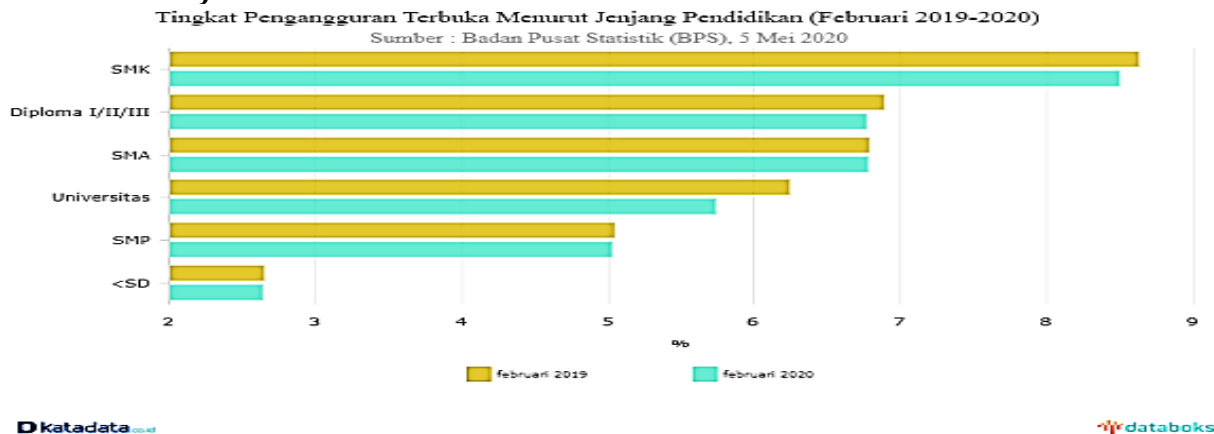


Sumber: Hootsuite

Berdasarkan laporan di atas juga diketahui bahwa saat ini masyarakat Indonesia yang ponsel sebanyak 338,2 juta. Begitu juga data yang tak kalah menariknya, ada 160 juta pengguna aktif media sosial. Bila dibandingkan dengan 2019, maka pada tahun ini *We Are Social* menemukan ada peningkatan 10 juta orang Indonesia yang aktif di media sosial.

Indonesia merupakan negara dengan pasar ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara. Pada tahun 2019 nilai ekonomi digital Indonesia sebesar US\$ 40 miliar, dan diperkirakan akan naik mencapai US\$ 133 miliar pada 2030 (e-Conomy SEA, 2019). Namun pada sisi yang lain, Indonesia berada di papan bawah daya saing digital. Indonesia, berdasarkan *World Digital Competitiveness Ranking*, berada pada urutan 56 dari 62 negara di dunia. Hal itu disebabkan karena masih rendahnya tingkat intensi kewirausahaan digital dikalangan milenial, termasuk pada jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

Gambar 3. Tingkat Pengangguran Terbuka menurut Jenjang Pendidikan (Februari 2019 - 2020)



Sumber : Badan Pusat Statistika (BPS)

Dari data yang terhimpun, selama satu tahun terakhir, tingkat pengangguran terbuka (TPT) menurun dari 5,01% pada Februari 2019 menjadi 4,99%. Penurunan juga terjadi pada TPT di semujenjang pendidikan, yang paling tinggi adalah sekolah menengah kejuruan (SMK). TPT jenjang SMK per Februari 2020 sebesar 8,49%, menurun dari tahun sebelumnya yang mencapai 8,63%. Sekolah menengah atas (SMA) menyusul dengan TPT sebesar 6,77%. TPT selanjutnya adalah Diploma I/II/III sebesar 6,76%, Universitas 5,73%, sekolah menengah pertama (SMP) sebesar 5,02%, dan sekolah dasar ke bawah sebesar 2,64%.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah jenjang dimana siswa diharapkan untuk memiliki skill, pengetahuan dan sikap agar para lulusan siap pakai dan berkompotensi dalam memasuki dunia kerja, seperti yang tertuang dalam penjelasan Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (UUSPN No. 20 tahun 2003). Selanjutnya dijelaskan, bahwa pendidikan kejuruan merupakan pendidikan yang mempersiapkan peserta didik untuk dapat bekerja dalam bidang tertentu. Dengan demikian, pendidikan kejuruan berfungsi sebagai sarana persiapan pada dunia kerja.

Kewirausahaan digital adalah jenis kegiatan kewirausahaan yang berbeda, sebab ditekankannya konsep digital untuk membantu pengusaha dalam proses bisnis mereka (F. Zhao & Collier, 2016). Kewirausahaan digital menghubungkan karakteristik kewirausahaan tradisional dengan kekhasan bidang digital, kreativitas, lebih baik sensitivitas terhadap risiko, atau ketangkasan ((Bruton et al., 2013); (Tedmanson et al., 2012)). Intensi kewirausahaan digital merupakan suatu niat atau keinginan yang dimiliki oleh individu dalam melakukan suatu aktifitas atau menghasilkan suatu keadaan tertentu dengan memanfaatkan kemajuan digital.

Penelitian ini didasarkan pada Teori Perilaku Terencana atau *Theory of Planned Behavior* (TBP) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985 (Ramdhani, 2016). Teori ini ditunjukkan untuk memprediksi perilaku individu secara lebih mendalam. Intensi adalah representasi kognitif dari kesiapan seseorang untuk melaksanakan perilaku tertentu dan dipandang sebagai anteseden terdekat pada perilaku (Andreanto, 2013). Niat adalah sebuah tanda atau indikasi kesiapan seseorang dalam menampilkan perilaku dan dianggap menjadi anteseden yang mendahului perilaku (Ajzen, 2020).

Intensi kewirausahaan digital memiliki banyak faktor yang mempengaruhinya. Dari sekian faktor, peneliti tertarik untuk mengakat literasi digital sebagai faktor yang mempengaruhi intensi kewirausahaan digital. Gagasan *digital literacy* mulanya dipopulerkan oleh Paul Gilster sekitar pada tahun 1997 yaitu kemampuan untuk menguasai dan memanfaatkan informasi dari sumber digital menurut Nurjanah dalam (Almi & Rahmi, 2020). Selanjutnya Martin dalam (Almi & Rahmi, 2020) mengemukakan orang yang melek digital dianggap sebagai seseorang dengan kemampuan digital mulai dari mengidentifikasi sampai dengan mensintesis sumber daya digital secara kompleks.

Literasi digital adalah kemampuan seseorang untuk membaca dan menafsirkan data di dunia digital, dalam sebuah studi yang dilakukan Kerr dan Rynearson dalam (Yustika & Iswati, 2020). Literasi digital adalah kemampuan untuk menggunakan teknologi perangkat lunak dan perangkat keras serta menafsirkan informasi dari perangkat digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks seperti: seperti dalam kebutuhan untuk menunjang prestasi akademik, karir dan kehidupan sehari-hari (Riel, J., Christian, S., & Hinson, 2012).

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji tentang pengaruh literasi digital dan pendidikan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan digital siswa sekolah menengah kejuruan (SMK) di Jakarta Barat. hal itu dilakukan untuk memberikan sumbangsih penelitian kewirausahaan di masa depan, penelitian ini berusaha untuk mengeksplorasi *trend* kewirausahaan digital. melalui analisis ini maka penulis, lembaga penelitian, artikel yang dikutip dan kata kunci frekuensi tentang intensi kewirausahaan digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di beberapa sekolah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Jakarta Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Berdasarkan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey* dengan simple random teknik pengambilan sampel. Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah siswa/I SMK di Jakarta Barat jurusan pemasaran, sampel diambil secara total sampling yaitu berjumlah 200 orang. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi dengan literasi digital dan intensi kewirausahaan digital (Y). Pengujian hipotesis dilakukan secara parsial menggunakan uji t dan secara simultan menggunakan uji f. NS data dianalisis dengan bantuan program SPSS versi 22.

Peneliti tertarik untuk mengambil indikator-indikator yang mempengaruhi literasi digital yang dikemukakan oleh Gilster. Dalam mengukur kemampuan literasi digital menurut Gilste dalam (Heriyanto, 2018) mengelompokkannya ke dalam empat kompetensi inti yang perlu dimiliki seseorang sehingga dapat dikatakan berliterasi digital antara lain pencarian di internet (*internet searching*), pandu arah hypertext (*hypertextual navigation*), evaluasi konten informasi (*content evaluation*), kemampuan membedakan antara tampilan dengan konten informasi. Penelitian ini mengadopsi indikator intensi kewirausahaan digital yang dikemukakan oleh (Ajzen, 2002) yaitu *behavioral expectation* (harapan perilaku), *willingness to perform a behavior* (kesediaan melakukan perilaku). Data yang telah terkumpul, selanjutnya dianalisis dengan skoring skala likert 7 poin kategori sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Adapun persamaan model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y : Intensi Kewirausahaan Digital

X : Literasi Digital

e : Faktor pengganggu

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Tabel 1. Deskripsi Variabel Literasi Digital

| No | Indikator | TCR (%) | Keterangan |
|----|--|---------|------------|
| 1 | Pencarian di internet | 77,63 % | Tinggi |
| 2 | Pandu arah hypertext | 77,71 % | Tinggi |
| 3 | Evaluasi konten informasi | 80,96 % | Tinggi |
| 4 | Kemampuan membedakan antara tampilan dengan konten informasi | 81,40 % | Tinggi |

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, variabel literasi terdiri dari 4 indikator. Didapat hasil 81,4% dengan kategori tinggi pada indikator kemampuan membedakan antara keterampilan dengan konten informasi. Sedangkan yang terendah sebesar 77,63 % namun masih berada pada kategori tinggi pada indikator pencarian di internet.

Tabel 2. Deskripsi Variabel Intensi Kewirausahaan Digital

| No | Indikator | TCR (%) | Keterangan |
|----|---|---------|------------|
| 1 | <i>Behavioral expectation</i> (harapan perilaku) | 72,24 % | Tinggi |
| 2 | <i>Willingness to perform a behavior</i> (kesediaan melakukan perilaku) | 72,67% | Tinggi |

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, variabel intensi kewirausahaan terdiri dari 2 indikator. Didapat hasil 72,67 % dengan kategori tinggi pada indikator kesediaan melakukan perilaku. Sedangkan yang terendah sebesar 72,24% namun masih berada pada kategori tinggi pada indikator harapan berperilaku.

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | <i>Unstandardized Residual</i> |
|----------------------------------|----------------|--------------------------------|
| N | | 200 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.52313438 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .058 |
| | Positive | .058 |
| | Negative | -.029 |
| Test Statistic | | .058 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

Sumber: Olahan Data SPSS 23

Berdasarkan di atas, diketahui bahwa nilai signifikan variabel independen maupun dependen lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Artinya, menunjukkan bahwa kedua variabel telah berdistribusi normal.

Analisis Regresi Sederhana

Tabel 4. Variables Entered

Variables Entered/Removed^a

| <i>Model</i> | <i>Variables Entered</i> | <i>Variables Removed</i> | <i>Method</i> |
|--------------|-------------------------------|--------------------------|---------------|
| 1 | Literasi Digital ^b | . | Enter |

a. Dependent Variable: Intensi Kewirausahaan Digital

b. All requested variables entered.

Sumber: Olahan Data SPSS 23

Tabel di atas menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan serta metode yang digunakan. Dalam hal ini variabel yang dimasukkan adalah variabel literasi digital sebagai variabel independent dan intensi kewirausahaan digital sebagai variabel dependen dan metode yang digunakan adalah metode enter.

Tabel 4. Model Summary

Model Summary

| <i>Model</i> | <i>R</i> | <i>R Square</i> | <i>Adjusted R Square</i> | <i>Std. Error of the Estimate</i> |
|--------------|-------------------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|
| 1 | .519 ^a | .269 | .266 | 2.54949 |

a. Predictors: (Constant), Literasi Digital

Sumber: Olahan Data SPSS 23

Tabel di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan yaitu sebesar 0,269. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,269 yang artinya pengaruh variabel bebas (literasi digital) terhadap variabel terikat (intensi kewirausahaan digital) adalah sebesar 26,9%.

Tabel 5. Analisis Regresi Sederhana

| | | <i>Coefficients^a</i> | | | | |
|--------------|------------------|------------------------------------|-------------------|----------------------------------|----------|-------------|
| <i>Model</i> | | <i>Unstandardized Coefficients</i> | | <i>Standardized Coefficients</i> | <i>t</i> | <i>Sig.</i> |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 34.881 | 3.699 | | 9.430 | .000 |
| | Literasi Digital | .436 | .051 | .519 | 8.543 | .000 |

a. Dependent Variable: Intensi Kewirausahaan Digital

Sumber: Olahan Data SPSS 23

Diketahui nilai constan (a) sebesar 34,881 sedang nilai literasi digital sebesar 0,436 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 34,881 + 0,436X$$

Persamaan tersebut mengandung arti:

1. Koefisien sebesar 34,881 artinya nilai koefisien variabel intensi kewirausahaan digital adalah sebesar 34,881.
2. Koefisien regresi X sebesar 0,436 artinya setiap penambahan 1% nilai literasi digital maka nilai intensi kewirausahaan digital bertambah sebesar 0,436. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Pengambilan Keputusan dalam Uji Regresi Sederhana :

1. Berdasarkan nilai signifikansi : dari tabel coefficients diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel literasi digital berpengaruh terhadap variabel intensi kewirausahaan digital.
2. Berdasarkan nilai t : diketahui nilai thitung sebesar 34,881 > 1,97 , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel literasi digital berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan digital (Y)

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan dari hasil penelitian dan pembahasan maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel analisis deskriptif kedua variabel yaitu variabel intensi kewirausahaan dan literasi digital memiliki persentase TCR yang tinggi.
2. Persamaan regresi liner regresi di peroleh $Y = 34,881 + 0,436X$ artinya nilai koefisien variabel intensi kewirausahaan digital adalah sebesar 34,881.
3. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan digital siswa SMK di Jakarta Barat. Hal ini dapat dilihat melalui nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- 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>
- Almi, S. N., & Rahmi, E. (2020). Pengaruh Digital Literacy Terhadap Kesiapan Berwirausaha di Era-digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(2), 242. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i2.8829>
- Andreanto, A. (2013). Aplikasi Teori Perilaku Terencana: Niat Melakukan Physical Exercise

- (Latihan Fisik) Pada Remaja di Surabaya. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(2), 1-12.
- Ardi, Z., & Putri, S. A. (2020). The Analysis of the Social Media Impact on the Millennial Generation Behavior and Social Interactions. *Southeast Asian Journal of Technology and Science*, 1(2), 70-77. <https://doi.org/10.29210/81065100>
- Birtchnell, T., Böhme, T., & Gorkin, R. (2017). 3D printing and the third mission: The university in the materialization of intellectual capital. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, 240-249. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.03.014>
- Bruton, G. D., Ketchen, D. J., & Ireland, R. D. (2013). Entrepreneurship as a solution to poverty. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 683-689. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.05.002>
- Chandra, Y. (2017). Social entrepreneurship as emancipatory work. *Journal of Business Venturing*, 32(6), 657-673. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.08.004>
- Dalmarco, G., Hulsink, W., & Blois, G. V. (2018). Creating entrepreneurial universities in an emerging economy: Evidence from Brazil. *Technological Forecasting and Social Change*, 135(April), 99-111. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.04.015>
- Digital Risers Report*. (2020).
- Good, M., Knockaert, M., Soppe, B., & Wright, M. (2019). The technology transfer ecosystem in academia. An organizational design perspective. *Technovation*, 82-83(June), 35-50. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.06.009>
- Hagberg, J., Sundstrom, M., & Egels-Zandén, N. (2016). The digitalization of retailing: an exploratory framework. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 44(7), 694-712. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-09-2015-0140>
- Heriyanto. (2018). *Digital Literacy Mahasiswa Perguruan Tinggi Keagamaan Budha*.
- Horta, H., Meoli, M., & Vismara, S. (2016). Skilled unemployment and the creation of academic spin-offs: a recession-push hypothesis. *Journal of Technology Transfer*, 41(4), 798-817. <https://doi.org/10.1007/s10961-015-9405-z>
- International Telecommunication Union (ITU). (2020). *Internet Report: Internet for a Mobile Generation*.
- Lerch, C., & Gotsch, M. (2015). Digitalized product-service systems in manufacturing firms : A case study analysis. *Research Technology Management*, 58(5), 45-52. <https://doi.org/10.5437/08956308X5805357>
- Mian, S., Lamine, W., & Fayolle, A. (2016). Technology Business Incubation: An overview of the state of knowledge. *Technovation*, 50-51, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2016.02.005>
- Ministry of Finance Republic of Indonesia., A. D. B. (2020). *Innovate Indonesia Unlocking*.
- Nwagu, N. B., Enofe, E. E., & Ph, D. (2021). *The Impact of Entrepreneurship on the Economic Growth of an Economy: An Overview The Impact of Entrepreneurship on the Economic Growth of an Economy: An Overview Corresponding Author : Nwagu Nkemjika Bernardine. October*.
- Purnomo, A., Susanti, T., Sari, A. K., Firdaus, M., & Dewi, R. (2020). A study of digital entrepreneurship through bibliometric visualizing from 1993 to 2019. *Proceedings of 2020 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2020, August*, 911-915. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech50083.2020.9211270>
- Ramdhani, N. (2016). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *Buletin Psikologi*, 19(2), 55-69. <https://doi.org/10.22146/bpsi.11557>
- Riel, J., Christian, S., & Hinson, B. (2012). Charting Digital Literacy: A Framework for Information Technology and Digital Skills Education in the Community College. *Presentado En Innovations*.
- Tedmanson, D., Verduyn, K., Essers, C., & Gartner, W. B. (2012). Critical perspectives in entrepreneurship research. *Organization*, 19(5), 531-541. <https://doi.org/10.1177/1350508412458495>
- World Bank. (2021). *Indonesia Butuh 600.000 Talenta Digital untuk Atasi Digital Talent Gap Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Menkominfo: Indonesia Butuh 600.000*

Talenta Digital untuk Atasi Digital Talent Gap.” Kompas.Com.
<https://nasional.kompas.com/read/2021/04/17/18510001/menkominfo--indonesia-butuh-600.000-talenta-digital-untuk-atasi-digital?page=all>

Yustika, G. P., & Iswati, S. (2020). Digital Literacy in Formal Online Education: A Short Review. *Dinamika Pendidikan*, 15(1), 66–76. <https://doi.org/10.15294/dp.v15i1.23779>

Zhao, F., & Collier, A. (2016). Digital entrepreneurship: Research and practice. *9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, September*, 2173–2182. http://eprints.staffs.ac.uk/6274/%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/309242001_Digital_Entrepreneurship_Research_and_Practice

Zhao, Y. (2021). Examining Digital Entrepreneurship: The Goal of Optimization of Transformation Path Normal Education in China. *Frontiers in Psychology*, 12(October), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.766498>