

PENGARUH PEMBELAJARAN BISNIS ONLINE TERHADAP INTENSI BERBISNIS DIGITAL DENGAN KOMPETENSI DIGITAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Alfina Marsha Kristianty Sidupa^{1*}, Saino²

Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

alfinamarsha.19047@mhs.unesa.ac.id

saino@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari pembelajaran bisnis online terhadap intensi berbisnis digital yang dimediasi oleh kompetensi digital pada lulusan BDP di SMK wilayah Jombang, diantaranya melalui SMKN Mojoagung, SMKN 1 Jombang, dan SMK PGRI 1 Jombang. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dimana sampel dalam penelitian terdiri atas 200 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian berupa angket online menggunakan Google form, yang disebarakan kepada lulusan BDP angkatan tahun 2023 dari SMKN Mojoagung, SMKN 1 Jombang, dan SMK PGRI 1 Jombang. Variabel pembelajaran bisnis online (X) berpengaruh signifikan terhadap intensi berbisnis digital (Y). Variabel pembelajaran bisnis online (X) berpengaruh signifikan terhadap kompetensi digital (Z). Variabel kompetensi digital (Z) tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berbisnis digital (Y). Variabel pembelajaran bisnis online (X) dimediasi oleh kompetensi digital (Z) tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berbisnis digital (Y).

Kata kunci : Intensi berbisnis digital; kompetensi digital; Pembelajaran bisnis online

Abstract

This research aims to determine the influence of online business learning on digital business intentions mediated by digital competence in BDP graduates in vocational schools in the Jombang area, including through SMKN Mojoagung, SMKN 1 Jombang, and SMK PGRI 1 Jombang. The type of research used is descriptive quantitative, where the sample in the research consists of 200 respondents. The data collection technique uses a research instrument in the form of an online questionnaire using Google form, which is distributed to BDP graduates class of 2023 from SMKN Mojoagung, SMKN 1 Jombang, and SMK PGRI 1 Jombang. The online business learning variable (X) has a significant effect on digital business intentions (Y). The online business learning variable (X) has a significant effect on digital competence (Z). The digital competency variable (Z) has no significant effect on digital business intentions (Y). The online business learning variable (X) mediated by digital competence (Z) has no significant effect on digital business intentions (Y).

Keywords : Digital business intentions; Digital competence; Online business learning

PENDAHULUAN

Indonesia telah berada pada era transformasi digital yang melingkupi banyak bidang kepentingan, salah satunya pada bidang ekonomi. Tujuan dari dilakukannya transformasi digital adalah untuk dapat menciptakan pemulihan ekonomi global menjadi lebih inklusif, dimana penerapannya melalui integrasi digital usaha mikro, kecil dan menengah hingga pada cakupan dengan skala besar (Andreya, 2022). Teknologi digital mengubah sifat kegiatan usaha atau bisnis, dimana teknologi digital diposisikan sebagai alat

dan infrastruktur untuk menjalankannya (Dabbous & Boustani, 2023). Bisnis secara digital dapat dilakukan oleh seseorang yang mumpuni dalam pengoperasiannya, diantaranya seperti keterampilan secara teknis, kecakapan pengetahuan, dan faktor lingkungan untuk mempengaruhi kebiasaan seseorang.

Era digital di Indonesia memiliki perkembangan yang cukup signifikan, hingga Januari 2023 terdapat 77% data populasi Indonesia telah menggunakan internet dan 98,3% mengaksesnya menggunakan *handphone*. Secara khusus dalam

bidang ekonomi digital atau bisnis, melalui survei *E-commerce* 2021 terdapat 63,52% pelaku usaha memanfaatkan layanan internet untuk pemasaran digital. Digitalisasi dalam bisnis memberikan manfaat yang sangat efektif dan efisien, karena memberikan kemudahan dalam melakukan pemasaran, penargetan pelanggan secara spesifik, biaya pemasaran yang terjangkau, produktifitas yang berdaya saing, dan melakukan manajemen pelanggan. Diterapkannya digitalisasi, menunjukkan adanya potensi dan perkembangan usaha dalam sistem digital, semua itu dapat dijalankan oleh siapapun. Sistem digital menjadikan bisnis bersifat *mobile*, sehingga dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Sedemikian masif digitalisasi akan diterapkan dalam kehidupan masyarakat salah satunya dalam bidang ekonomi, maka diperlukan pemahaman kompetensi yang memadai untuk menghadapi era digital tersebut.

Masyarakat pada era ini memiliki pola pikir yang dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, hal tersebut membuat mereka menjadi lebih terbuka terhadap pandangan politik dan ekonomi sehingga terlihat lebih reaktif dengan perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya. Masyarakat pada era ini juga dinilai lebih menyukai sesuatu yang efisien dan bersifat bebas, dalam pekerjaan menjadi seorang pengusaha adalah pilihan bidang yang banyak diminati. Survei tentang minat kaum muda dalam meniti karir, menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 58,3% responden memilih menjadi pengusaha, dengan dibarengi beberapa pengembangan diri seperti literasi berbisnis, penggunaan teknologi, dan bidang investasi (Nuralam, 2023).

Keinginan menjadi seorang pengusaha pada era digital, memerlukan pembelajaran untuk mampu menguasai bidang yang berkaitan seperti melalui pembelajaran di sekolah. Mendukung adanya penerapan transformasi dan ekonomi digital, kurikulum 2013 membentuk mata pelajaran bisnis online sebagai bentuk literasi bisnis digital, yang akan dipelajari oleh peserta didik di SMK bidang keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP). mata pelajaran bisnis *online*, menyiapkan peserta didik mampu mengakomodasi keperluan usaha atau bisnis yang dijalankan secara digital.

Secara tidak langsung pembelajaran bisnis online membentuk kompetensi digital pada peserta didik, karena sebagian besar proses pembelajaran dilakukan dengan menggunakan perangkat dan sistem digital. Kompetensi digital sangat diperlukan pada era transformasi ini agar mampu menunjang berbagai kegiatan digitalisasi bisnis.

Adanya minat menjadi pengusaha pada era ekonomi digital, menunjukkan bahwa terdapat intensi yang kuat untuk dapat mewujudkannya. Intensi termasuk dalam *Theory of Reasoned Action* (TRA), berupa munculnya bentuk tingkah laku karena alasan tertentu dengan mempertimbangkan dampak yang mungkin terjadi. TRA dipengaruhi oleh faktor sikap dan norma subyektif (Fang et al., 2017). Memiliki pemahaman berbisnis dan keterampilan digital berpengaruh prediktif terhadap intensi berbisnis secara nyata, memungkinkan seseorang membuat kreasi bisnis baru (Singh & Dwivedi, 2022). Bentuk respon dan hasil belajar dalam pembelajaran bisnis *online* berbeda-beda, sehingga belum diketahui secara pasti apakah pembelajaran bisnis *online* yang membentuk kompetensi digital dapat berpengaruh pada intensi berbisnis secara digital.

Dengan adanya fenomena tersebut, tujuan dari dilakukannya penelitian ini pada lulusan BDP adalah untuk: (1) Mengetahui apakah pembelajaran bisnis online berpengaruh terhadap intensi berbisnis digital. (2) Mengetahui apakah pembelajaran bisnis online berpengaruh terhadap kompetensi digital. (3) Mengetahui apakah kompetensi digital berpengaruh terhadap intensi berbisnis digital. (4) Mengetahui apakah pembelajaran bisnis online dimediasi kompetensi digital berpengaruh terhadap intensi berbisnis digital. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pembelajaran Bisnis Online terhadap Intensi Berbisnis Digital dengan Kompetensi Digital sebagai Variabel Intervening”.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Reasoned Action (TRA) atau teori tindakan beralasan merupakan dasar teori dari

intensi, yang terbentuk melalui sikap dan norma subyektif dicetuskan oleh Fishbein dan Ajzen 1975 (Wibowo & Indarti, 2020). Secara sederhana, TRA mengasumsikan bahwa intensi dapat menentukan perilaku seseorang untuk bertindak berdasarkan penilaiannya pribadi dan persepsi yang kuat terhadap referensi.

Pengaruh dari sikap yang didasarkan pada penilaian secara pribadi, dalam konteks penelitian ini pembelajaran bisnis online merupakan sebuah kondisi yang menempatkan lulusan BDP pernah mempelajarinya dan telah menyelesaikannya. Penilaian secara pribadi dapat mencerminkan perasaan suka atau tidak suka yang dirasakan selama menempuh pembelajaran bisnis online yang dapat dicerminkan melalui pembentukan sikap.

Pengaruh dari norma subyektif didasarkan pada persepsi yang kuat terhadap referensi. Dalam konteks penelitian ini, pembelajaran bisnis online dianggap secara langsung menumbuhkan pemahaman keilmuan berbisnis secara online atau digital. Namun secara tidak langsung telah membentuk kompetensi digital melalui proses pembelajaran yang dilakukan. Dengan adanya persepsi yang kuat bahwa kompetensi digital juga merupakan komponen penting dalam berbisnis digital maka dapat semakin memperkuat intensi.

Pembelajaran Bisnis Online

UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyatakan bahwa pembelajaran adalah terbentuknya proses interaksi antara peserta didik, pendidik, dan sumber belajar pada lingkungan belajar. Sedangkan bisnis online merupakan seluruh bentuk kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis menggunakan sistem informasi dalam jalur internet (Indra Wibawa, 2019). Sehingga secara konsep, pembelajaran bisnis online merupakan kegiatan belajar mengajar yang melibatkan peserta didik, pendidik, dan sumber belajar pada lingkungan belajar untuk mempelajari sistemasi bisnis secara digital melalui internet.

Kompetensi Digital

Kompetensi digital merupakan gabungan dari pengetahuan, keterampilan, dan sikap untuk dapat mengakses, menggunakan, membuat, berbagi sumber daya digital secara efisien, berkomunikasi, dan berkolaborasi melalui teknologi digital untuk mencapai tujuan (Perifanou & Economides, 2019).

Intensi Berbisnis Digital

Intensi berbisnis digital adalah adanya motivasi untuk melakukan upaya perencanaan dan pencarian informasi berdasarkan tujuan bisnis yang dikehendaki dengan memanfaatkan sistem digital (Antonizzi & Smuts, 2020). Intensi berbisnis digital didefinisikan sebagai niat seseorang untuk memulai usaha dengan memanfaatkan teknologi (Yaghoubi Farani et al., 2017).

Hubungan Antar Variabel Pembelajaran Bisnis Online, Kompetensi Digital, dan Intensi Berbisnis Digital

H1 : Pembelajaran bisnis online berpengaruh signifikan terhadap intensi berbisnis digital pada lulusan BDP

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya intensi berbisnis digital adalah pembelajaran bisnis online. Hal ini dinyatakan melalui temuan dalam penelitian bahwa mata pelajaran bisnis online memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Chabib & Sulistyowati, 2021). Didukung oleh penelitian lainnya juga dinyatakan bahwa *entrepreneur education* berdampak positif terhadap pengembangan *entrepreneurship* (Marin & Chitimiea, 2020). Hal tersebut disebabkan karena pembelajaran bisnis online memberikan andil yang besar dalam membentuk pemahaman dan keilmuan berbisnis digital sehingga dapat memicu timbulnya intensi untuk berbisnis secara digital.

H2 : Pembelajaran bisnis online berpengaruh signifikan terhadap kompetensi digital pada lulusan BDP

Secara tidak langsung, pembelajaran bisnis online dapat membentuk kompetensi digital. Hal ini disebabkan karena adanya penggunaan

perangkat dan sistem digital yang cukup masif digunakan dalam proses pembelajaran. Hal ini dinyatakan melalui temuan dalam penelitian bahwa pembelajaran yang menerapkan penggunaan sistem teknologi terbukti berpengaruh positif terhadap kompetensi digital (Maula et al., 2021). Didukung oleh penelitian lain yang juga menyatakan bahwa *digital marketing literacy* sangat efektif dalam peningkatan kompetensi digital untuk berwirausaha (Nibulan, Tapi Rondang Hafas, 2022).

H3 : Kompetensi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berbisnis digital pada lulusan BDP

Kompetensi digital yang secara tidak langsung terbentuk melalui pembelajaran bisnis online tidak mampu menjadi faktor berpengaruh terhadap intensi berbisnis digital. Hal ini dinyatakan melalui temuan dalam penelitian yang menyatakan bahwa kompetensi digital tidak berpengaruh terhadap intensi berperilaku (Kabakus et al., 2023). Ketidak mampuan kompetensi digital mempengaruhi intensi berbisnis digital dikarenakan kompetensi digital tidak bersifat kontekstual, terhadap intensi berbisnis digital yang memiliki konteks perilaku tertentu. Pada penelitian lain dinyatakan bahwa kompetensi bisnis digital berpengaruh signifikan terhadap intensi berbisnis digital (Singh & Dwivedi, 2022). Hal ini dinyatakan berpengaruh karena kompetensi bisnis digital dengan intensi berbisnis digital memiliki konteks yang sejalan, sehingga memiliki spesifikasi tertentu yang saling berkaitan.

H4 : Pembelajaran bisnis online dimediasi kompetensi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berbisnis digital pada lulusan BDP

Kompetensi digital tidak mampu memediasi hubungan antara pembelajaran bisnis online terhadap terbentuknya intensi berbisnis digital. Ketidak mampuan kompetensi digital dalam hal ini disebabkan karena pembentukannya tidak melalui pembelajaran yang secara langsung membentuk kompetensi tersebut, melainkan kompetensi digital secara tidak langsung

terbentuk melalui pembelajaran bisnis online. sehingga kompetensi digital tidak cukup mampu menjadi mediator untuk menghubungkan dan memberikan pengaruh. Dinyatakan dalam penelitian yang menemukan hasil bahwa literasi digital dan pembelajaran bisnis online berpengaruh terhadap intensi berbisnis online (Mugiono et al., 2021). Serta kompetensi bisnis digital berpengaruh signifikan terhadap intensi berbisnis digital (Singh & Dwivedi, 2022). Maka diperlukan variabel-variabel yang memiliki kesesuaian spesifikasi konteks agar mampu saling mempengaruhi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, diantaranya adalah pembelajaran bisnis online sebagai variabel bebas, intensi berbisnis digital sebagai variabel terikat, dan kompetensi digital sebagai variabel intervening atau mediasi. Sampel yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 200 responden dari populasi lulusan BDP di SMK wilayah Jombang. Lokasi penelitian dilakukan di wilayah Jombang, dengan lulusan BDP dari SMKN Mojoagung, SMKN 1 Jombang, dan SMK PGRI 1 Jombang.

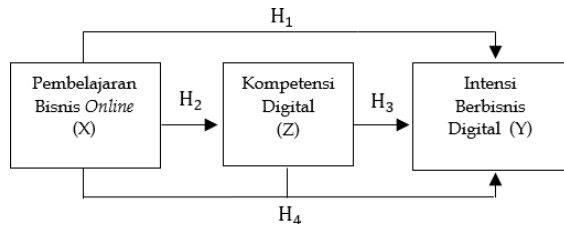
Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menyebarkan angket secara *online* melalui Google form kepada lulusan BDP yang telah menyelesaikan pembelajaran bisnis online di kelas XII, jawaban diukur dengan skala likert 1-4 melalui pernyataan sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Hasil uji validitas instrumen terdapat sejumlah 55 butir pernyataan dalam angket valid, dikarenakan nilai loading factor > 0,60. Besarnya nilai reliabilitas komposit dan cronbach's alpha dari variabel pembelajaran bisnis online, kompetensi digital, dan intensi berbisnis digital > 0,60 sehingga setiap variabel adalah reliabel dan dapat digunakan.

Teknik analisis data menggunakan SEM-PLS melalui alat analisis SmartPLS 4, yang terdiri atas 3 tahap yaitu model pengukuran atau *outer model*,

model struktural atau *inner model*, dan Evaluasi kebaikan dan kecocokan model.

Berikut merupakan rancangan penelitian yang dilanjutkan dengan penjelasan indikator masing-masing variabel.



Gambar 1. Rancangan Penelitian
Sumber : Diolah Peneliti (2023)

Indikator variabel pembelajaran bisnis online diidentifikasi dari beberapa rumusan indikator dari Chabib (2021), Nurhayati & Lestari (2022), Zaenal Arifin (2009), dan Asrul et al., (2022) diantaranya: 1) Komponen pembelajaran (Dengan sub indikator materi pembelajaran; tenaga pengajar; media pembelajaran; fasilitas belajar; evaluasi), 2) Peningkatan pengetahuan (Dengan sub indikator kebiasaan; pengetahuan tentang bisnis; keterampilan teknologi), 3) Kesiapan memulai bisnis (Dengan sub indikator akumulasi persepsi; motivasi; kepercayaan diri). Indikator variabel kompetensi digital mengadopsi indikator dari Monggilo et al., (2021) meliputi: 1) Mengakses media digital, 2) Menyeleksi informasi, 3) Memahami informasi, 4) Menganalisis informasi, 5) Memverifikasi informasi, 6) Mengevaluasi, 7) Mendistribusi informasi, 8) Memproduksi informasi, 9) Berpartisipasi aktif, dan 10) Berkolaborasi. Indikator variabel intensi berbisnis digital mengadopsi indikator dari Gelderen et al., (2008) meliputi: 1) *Desires*, 2) *Preferences*, 3) *Plans*, 4) *Behavior expectencies*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian memiliki arah tujuan yakni untuk mengetahui adanya pengaruh pembelajaranbisnis online dengan kompetensi digital terhadapintensitas berbisnis digital.

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini terbagi dalam beberapa kriteria, diantaranya sebagai berikut:

- a. Berdasarkan asal sekolah, lulusan BDP, telah menyelesaikan pembelajaran bisnis online

Tabel 1. Kelompok asal sekolah, lulusan BDP, telah menyelesaikan pembelajaran bisnis online

Asal Sekolah	Jumlah Responden	% NILAI	Lulusan BDP	Menyelesaikan Pemb Bisnis Online
SMKN Mojoagung	87	43,5%	Ya	Ya
SMKN 1 Jombang	100	50%	Ya	Ya
SMK PGRI 1 Jombang	13	6,5%	Ya	Ya
TOTAL	200	100%	100%	100%

Sumber : Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 1, dominan responden berasal dari SMKN 1 Jombang sebanyak 100 responden dengan presentase 50%, diikuti dari SMKN Mojoagung sebanyak 87 atau 43,5%, SMK PGRI 1 Jombang sebanyak 13 atau 6,5%. Secara keseluruhan responden merupakan lulusan BDP dan telah menyelesaikan pembelajaran bisnis online di kelas XII.

- b. Berdasarkan minat

Tabel 2. Kelompok minat

Minat	Jumlah	% Nilai
Berbisnis/Berbisnis digital	200	100%

Sumber : Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa secara keseluruhan responden berminat untuk berbisnis/berbisnis digital.

- c. Berdasarkan cita-cita

Tabel 3. Kelompok cita-cita

Cita-cita	Jumlah	% Nilai
Pengusaha/Pelaku bisnis digital	172	86.0%
PNS	6	3.0%
Dokter	2	1.0%
CEO	1	0.5%
Guru	3	1.5%
Polisi	1	0.5%
Komedian	1	0.5%
Creative Marketing	1	0.5%
Dosen	1	0.5%
Bekerja	12	6.0%
Total	200	100.0%

Sumber : Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 3, dominan responden memilih bercita-cita sebagai pengusaha/pelaku bisnis digital sejumlah 172 dengan presentase 86%, PNS sejumlah 6 atau 3%, dokter sejumlah 2 atau 1%, CEO sejumlah 1 atau 0,5%, guru sejumlah 3 atau 1,5%, polisi sejumlah 1 atau 0,5%, komedian sejumlah 1 atau 0,5%, creative marketing sejumlah 1 atau 0,5%, dan bekerja sejumlah 12 atau 6%.

d. Berdasarkan kepemilikan usaha rintisan

Tabel 4. Kelompok memiliki usaha

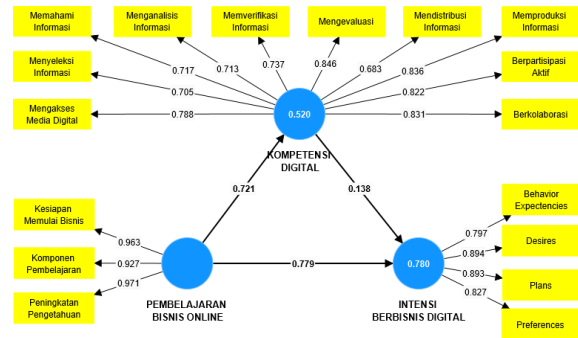
Memiliki usaha rintisan	Jumlah	% Nilai
Ya	66	33%
Tidak	134	67%
Total	200	100%

Sumber : Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 4, dominan responden tidak memiliki usaha rintisan sejumlah 134 dengan presentase 67%, dan responden yang telah memiliki usaha rintisan sejumlah 66 dengan presentase 33%.

2. Model Pengukuran (Outer Model)

Setelah data dari kuisisioner terakumulasi, dilanjutkan dengan mengolah data menggunakan *software* SmartPLS 4. Tahap awal adalah dengan membuat model struktural dengan menempatkan hubungan antara variabel eksogen, variabel endogen, dan variabel intervening/mediasi.



Gambar 2. Model Struktural
Sumber : Output SmartPLS (2024)

Dalam penelitian ini digunakan pembelajaran bisnis online sebagai variabel eksogen (X) dengan 3 indikator, kompetensi digital sebagai variabel intervening/mediasi (Z) dengan 10 indikator, dan intensi berbisnis digital sebagai variabel endogen (Y) dengan 4 indikator. Kemudian dilanjutkan analisis menggunakan *PLS Algorithm* untuk kriteria validitas nilai *loading factor* > 0,6-0,7 ; $AVE > 0,5$; nilai reliabilitas komposit > 0,7 ; nilai *cronbach's alpha* > 0,7. untuk menghasilkan uji sebagai berikut.

a. Validitas Konvergen

Tabel 5. Nilai Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Pembelajaran Bisnis Online (X)	Komponen pembelajaran	0,927	Valid
	Peningkatan pengetahuan	0,971	
	Kesiapan memulai bisnis	0,963	
Kompetensi Digital (Z)	Mengakses media digital	0,788	Valid
	Menyeleksi	0,705	
	Memahami	0,717	
	Menganalisis	0,713	
	Memverifikasi	0,737	
	Mengevaluasi	0,846	
	Mendistribusi	0,683	
	Memproduksi	0,836	
	Berpartisipasi aktif	0,822	
	Berkolaborasi	0,831	
Intensi Berbisnis Digital (Y)	Desires	0,894	Valid
	Preferences	0,827	
	Plans	0,893	
	Behavior expectencies	0,797	

Sumber : Output SmartPLS 4 (2024)

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa seluruh item indikator telah valid karena

keseluruhan nilai diatas 0,6. Selain melalui *outer loading*, validitas konvergen juga diuji melalui nilai AVE berikut yang juga telah memiliki nilai diatas 0,5.

Tabel 6. AVE

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Pembelajaran Bisnis Online (X)	0,910
Kompetensi Digital (Z)	0,593
Intensi Berbisnis Digital (Y)	0,729

Sumber : Output SmartPLS 4 (2024)

b. Validitas Diskriminan

Tabel 6. Nilai Cross Loading

Indikator	Pemb. Bisnis Online	Komp. Digital	Intensi Berbisnis Digital
Komponen Pembelajaran	0.927	0.678	0.763
Peningkatan Pengetahuan	0.971	0.718	0.868
Kesiapan Memulai Bisnis	0.963	0.667	0.878
Mengakses Media Digital	0.734	0.788	0.685
Menyeleksi Informasi	0.353	0.705	0.38
Memahami Informasi	0.294	0.717	0.279
Menganalisis Informasi	0.37	0.713	0.372
Memverifikasi Informasi	0.608	0.737	0.591
Mengevaluasi	0.644	0.846	0.571
Mendistribusi Informasi	0.324	0.683	0.38
Memproduksi Informasi	0.702	0.836	0.654
Berpartisipasi Aktif	0.365	0.822	0.427
Berkolaborasi	0.704	0.831	0.683
Desires	0.793	0.656	0.894
Preferences	0.697	0.567	0.827
Plans	0.789	0.624	0.893
Behavior Expectencies	0.715	0.534	0.797

Sumber : Output SmartPLS 4 (2024)

Berdasarkan tabel 6, ditunjukkan bahwa nilai *cross loading* indikator lebih tinggi terhadap variabelnya dibandingkan dengan indikator pada variabel lain. Maka disimpulkan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian memenuhi kriteria validitas diskriminan, dan indikator dapat membedakan variabel satu dengan lainnya.

c. Reliabilitas

Tabel 7. Reliabilitas Komposit & Cronbach's Alpha

Var.	Reliabilitas Komposit	Cronbach's alpha	Ket
X	0,968	0,950	Reliabel
Z	0,935	0,925	Reliabel
Y	0,915	0,875	Reliabel

Sumber : Output SmartPLS 4 (2024)

Berdasarkan tabel 7, ditunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai reliabilitas komposit dan *Cronbach's alpha* > 0,7, sehingga masing-masing variabel telah memenuhi kriteria uji reliabilitas.

3. Model Struktural (*Inner Model*)

pengujian dalam metode dilakukan untuk melihat apakah hipotesis diterima atau ditolak. Pada struktural atau *inner model* akan dilakukan uji terhadap koefisien determinasi (R^2), *effect size* (f^2), *Path Cefficients* (*Direct Effect*), dan *Spesific Indirect Effect*. Uji dilakukan untuk memperoleh keterkaitan hubungan antar variabel penelitian.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. R-square

Variabel	R-square
Z	0,520
Y	0,780

Sumber : Output SmartPLS 4 (2024)

Berdasarkan tabel 8, ditunjukkan bahwa nilai *R-square* untuk variabel Z adalah 0,520, dan variabel Y adalah 0,780. Nilai tersebut menjelaskan bahwa kemampuan variabel X sebagai variabel eksogen mampu mempengaruhi sebesar 52% variabel kompetensi digital secara sedang atau moderat, dan 78% variabel Y secara kuat.

b. Effect Size (f^2)

Tabel 9. f-square

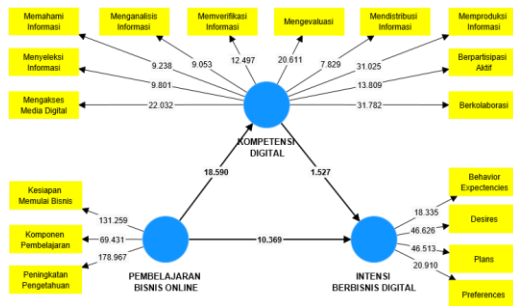
Variabel	f^2
X - Y	1,327
X - Z	1,082
Z - Y	0,042

Sumber : Output SmartPLS 4 (2024)

Berdasarkan tabel 9, ditunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang besar antara variabel X terhadap variabel Y yakni sebesar 1,327. Pada variabel lainnya terdapat pengaruh yang besar antara variabel X terhadap variabel Z yakni sebesar 1,082, dan terdapat pengaruh yang kecil antara variabel Z terhadap variabel Y yakni sebesar 0.042.

c. Koefisien Jalur (Direct effect)

Koefisien jalur diuji melalui prosedur *Bootstrapping*.



Gambar 3. Bootstrapping

Sumber : Output SmartPLS 4 (2024)

Tabel 10. Path Coefficients

	Original Sample	T-statistic	P-values	Keputusan
X – Y	0,779	10,369	0,000	Diterima
X – Z	0,721	18,590	0,000	Diterima
Z – Y	0,138	1,527	0,127	Ditolak

Sumber : Output SmartPLS 4 (2024)

Berdasarkan tabel 10, ditunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara variabel X terhadap variabel Y dengan nilai sebesar 0,000, hal yang sama juga terjadi antara variabel X terhadap variabel Z dengan nilai sebesar 0,000. Teridentifikasi bahwa terdapat pengaruh yang kurang signifikan atau lemah antara variabel Z terhadap variabel Y dengan nilai 0,127. Melalui data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel X – Y, X – Z adalah berpengaruh signifikan, dan variabel Z – Y tidak berpengaruh signifikan.

d. Specific Indirect Effect

Tabel 11. Specific Indirect Effect

Variabel	Original Sample	T-statistic	P-values
X – Z - Y	0,099	1,531	0,126

Sumber : Output SmartPLS 4 (2024)

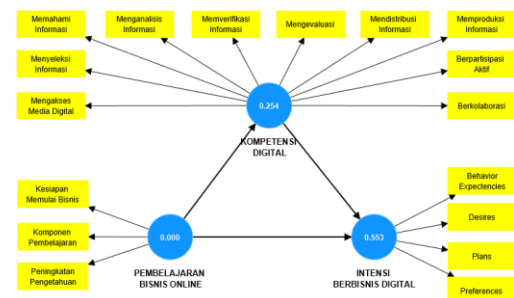
Berdasarkan tabel 11, ditunjukkan bahwa secara tidak langsung X sebagai variabel eksogen melalui Z sebagai variabel mediasi tidak berpengaruh terhadap Y sebagai variabel endogen, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Z tidak mampu memediasi karena nilai P values 0,126 > 1. Melalui hasil tersebut, maka disimpulkan bahwa variabel kompetensi digital tidak mampu memediasi variabel pembelajaran bisnis online terhadap variabel intensi berbisnis digital.

4. Evaluasi Keباikan dan Kecocokan Model

Model fit merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui kecocokan model. Oleh karena itu, maka dikembangkan beberapa ukuran untuk menyatakan bahwa model yang diajukan dapat diterima yaitu melalui *Q-square*, dan *Goodness of Fit Index (GoF Index)*.

a. Cross Validated Redundancy (Q²)

Q-square diuji melalui prosedur *Blindfolding*.



Gambar 4. Blindfolding

Sumber : Output SmartPLS 4 (2024)

Tabel 12. Q-square

Variabel	Q ²
Z	0,254
Y	0,553

Sumber : Output SmartPLS 4 (2024)

Berdasarkan tabel 12, ditunjukkan bahwa variabel Z memiliki nilai *Q-square* sebesar 0,254 yang berarti memiliki pengaruh moderat, dan variabel Y sebesar 0,553 yang berarti memiliki pengaruh tinggi. Kedua variabel endogen tersebut memiliki nilai observasi yang baik karena dapat memiliki nilai *predictive relevance* yaitu *Q-square* > 0.

b. Goodness of Fit

Tabel 13. Goodness of Fit

VARIABEL	INDIKATOR	OUTER LOAD	COMMUNALITY	R-square	GoF Index
X	X1.1	0.927	0.859329	0.52	0.6609 6636
	X1.2	0.971	0.942841	0.78	
	X1.3	0.963	0.927369		
Z	Z1	0.788	0.620944		
	Z2	0.705	0.497025		
	Z3	0.717	0.514089		
	Z4	0.713	0.508369		
	Z5	0.737	0.543169		
	Z6	0.846	0.715716		
	Z7	0.683	0.466489		
	Z8	0.836	0.698896		
	Z9	0.822	0.675684		
	Z10	0.831	0.690561		
Y	Y1	0.894	0.799236		
	Y2	0.827	0.683929		
	Y3	0.893	0.797449		
	Y4	0.797	0.635209		
Rata-rata			0.67211773	0.65	

Sumber : Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 13, ditunjukkan bahwa perolehan hasil GoF adalah 0,66 yang termasuk dalam kriteria GoF tinggi. Melalui hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa model tersebut mampu menjelaskan data secara empiris.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pembelajaran bisnis online

terhadap intensi berbisnis digital dengan kompetensi digital sebagai variabel intervening. Hasil penelitian secara langsung menyatakan bahwa: (1) Pembelajaran bisnis online berpengaruh signifikan terhadap intensi berbisnis digital pada lulusan BDP. (2) Pembelajaran bisnis online berpengaruh signifikan terhadap kompetensi digital pada lulusan BDP. (3) Kompetensi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berbisnis digital pada lulusan BDP. (4) pembelajaran bisnis online dimediasi oleh kompetensi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berbisnis digital pada lulusan BDP.

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, maka peneliti mengajukan saran diantaranya: (1) Bagi sekolah menengah kejuruan bidang kompetensi bisnis daring, untuk dapat memberikan sekaligus meningkatkan kualitas pembelajaran produktif kejuruan secara lengkap dan memadai. Kualitas pembelajaran yang optimal mampu membentuk kompetensi dan mempersiapkan peserta didik menjadi lulusan yang terarah serta sesuai dengan kebutuhan karir atau industri. (2) Bagi Universitas Negeri Surabaya dan program studi pendidikan bisnis, penelitian dapat menjadi bagian dari sumber referensi untuk kepentingan penelitian selanjutnya dan atau untuk kegiatan belajar mengajar bahwa intensi berbisnis digital dapat dibentuk melalui pemahaman ilmu dan penguasaan keterampilan bisnis digital. (3) Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat melibatkan lebih banyak variabel dalam penelitian mengenai aspek-aspek kontekstual dan psikologis yang lebih rinci untuk dapat membentuk intensi berbisnis digital. Hal ini disebabkan oleh karena adanya faktor-faktor lain yang belum termasuk dalam penelitian ini, sehingga belum cukup mampu mendeteksi arah hubungan yang signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

Afdalia, N., Pontoh, G. T., & Kartini, K. (2014). Theory of planned behavior dan readiness for change dalam memprediksi niat implementasi peraturan pemerintah nomor 71 tahun 2010. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 18(2), 110–123. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol18.iss2.art>

- Alimuddin. (2014). Penilaian Dalam Kurikulum 2013. *Prosiding Seminar Nasional, 01*, 1–11.
<https://www.journal.uncp.ac.id/index.php/proceeding/article/view/220>
- Andreya, E. (2022). *Tingkatkan Investasi Ekonomi , Transformasi Digital jadi Prioritas Utama G20*. 1–3.
<https://aptika.kominfo.go.id/2022/11/tingkatkan-investasi-ekonomi-transformasi-digital-jadi-prioritas-utama-g20/>
- Antonizzi, J., & Smuts, H. (2020). The Characteristics of Digital Entrepreneurship and Digital Transformation: A Systematic Literature Review. In *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics): Vol. 12066 LNCS*. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5_20
- Asrul, Saragih, A. H., & Mukhtar. (2022). *Evaluasi Pembelajaran*. Perdana Publishing.
- Bank Indonesia. (2022). IMF: Indonesia Berhasil Menjaga Stabilitas Perekonomian Di Tengah Pandemi. In *Siaran Pers*. bi.go.id.
https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_248722.aspx
- Chabib, M. H. S., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Mata Pelajaran Bisnis Online, Penggunaan Smartphone, dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwusaha Siswa Kelas XII BDP di SMK Negeri 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1209–1215.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id>
- Dabbous, A., & Boustani, N. M. (2023). Digital Explosion and Entrepreneurship Education: Impact on Promoting Entrepreneurial Intention for Business Students. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(1).
<https://doi.org/10.3390/jrfm16010027>
- Fadhillah, H., Studi, P., Guru, P., Dasar, S., & Cirebon, U. M. (2021). *Penilaian Hasil Belajar Kurikulum 2013 Dalam Pembelajaran Tematik Di SDN 4 Cipeujeuh Wetan*. 2012, 162–167.
- Fang, W. T., Ng, E., Wang, C. M., & Hsu, M. L. (2017). Normative beliefs, attitudes, and social norms: People reduce waste as an index of social relationships when spending leisure time. *Sustainability (Switzerland)*, 9(10). <https://doi.org/10.3390/su9101696>
- Fatria, F., & Listari. (2017). Penerapan Media Pembelajaran Google Drive Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 2(1), 138–144.
- Febriani, P. S., & Sarino, A. (2017). Dampak Cara Belajar Dan Fasilitas Belajar Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *Jurnal MANAJERIAL*, 16(1), 163.
<https://doi.org/10.17509/manajerial.v16i1.10584>
- Furadantin, N. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018. *Academia (Accelerating the World's Research)*, 1–8.
- Gelderden, V., Marco, Brand, M., Praag, mirjam van, Bodewes, W., Poutsma, E., & Gils, anita van. (2008). *Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour*. 13(6):538-.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13620430810901688/full/html>
- Handaru, A. W., Parimita, W., & Mufdhalifah, I. W. (2015). Membangun Intensi Berwirausaha Melalui Adversity. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 155–166.
<https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.155>
- Hardika, H., Nur Aisyah, E., & Gunawan, I. (2019). Buku Transformasi Belajar Generasi Milenial. In *Education Inquiry*.
- Hasanah, U. U., & Setiaji, K. (2019). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 1–18.

- <https://doi.org/10.15294/eeaj.v13i2.17051>
- Hazmi, N. (2019). TUGAS GURU DALAM PROSES PEMBELAJARAN. *JOEAI (Journal of Education and Instruction)*, 2, 56–65.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31539/joeai.v2i1.734>
- 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>
- Indra Wibawa. (2019). *Era Bisnis Online Underdog VS Incumbent Bisnis*. penakopihitam.
https://www.google.co.id/books/edition/Era_Bisnis_Online/KdPGDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Kabakus, Bahçekapili, & Ayaz, A. (2023). The effect of digital literacy on technology acceptance: An evaluation on administrative staff in higher education. *Journal of Information Science*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/01655515231160028>
- Kemendikbud. (2018). Peraturan Direktur Jenderal Pendidikan Dasar Dan Menengah Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Nomor: 07/D.D5/Kk/2018 Tentang Struktur Kurikulum Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)/ Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK). In *Kemendikbud* (Issue 021, p. 307).
<https://kurikulum.kemdikbud.go.id>.
<http://psmk.kemdikbud.go.id/konten/3824/struktur-kurikulum-smk-perdirjen-dikdasmen-no-07dd5kk2018-tanggal-7-juni-2018>
- Kusumaningrum, A., Kusnendi, K., & Hardiana, D. (2022). Peran Persepsi Kontrol Perilaku dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Intensi Kewirausahaan Digital. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(4), 1485.
<https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1053>
- Marin, A.-A., & Chitimiea, A. (2020). Entrepreneurial Knowledge and Digital Competencies – Keys for a Success of Students Entrepreneurship. *Studia Universitatis „Vasile Goldis” Arad – Economics Series*, 30(2), 57–69.
<https://doi.org/10.2478/sues-2020-0012>
- Maula, F. I., Saraswati, T. T., Wibowo, N. H. A., & Harwida, G. (2021). Implementation of Business Education and Digital Marketing Literacy to Improve Technopreneurship Competence in influencing strategies to maintain SMEs in the Pandemic Era. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 10(1), 57–66.
<https://doi.org/10.37715/jee.v10i1.1846>
- Monggilo, Z., Kurnia, N., Wirawanda, Y., Desi, Y., Sukmawati, A., Anwar, C., Wenerda, I., & Astuti, S. (2021). *Cakap Bermedia Digital* (Z. M. Z. Monggilo & N. Kurnia (Eds.)). Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika.
<http://literasidigital.id/books/modul-cakap-bermedia-digital/>
- Mugiono, M., Dian, S., Prajanti, W., Wahyono, W., Pgr Batang, S., Ki, I. J., No, M., Selatan, P., & Batang, K. (2021). The Effect of Digital Literacy and Entrepreneurship Education Towards Online Entrepreneurship Intention Through Online Business Learning and Creativity At Marketing Department in Batang Regency. *Journal of Economic Education*, 10(1), 21–27.
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jee/article/view/41304>
- Muhammad, H. (2018). *PANDUAN PENILAIAN HASIL BELAJAR PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN* (p. 86).
www.academia.edu.
https://www.academia.edu/39940471/PANDUAN_PENILAIAN_SMK
- Mulyadi, H., & Kusnendar, N. D. (2021). *Pelatihan Berbasis Teknologi terhadap Intensi Berwirausaha pada Siswa Kelas XII Instrumentasi dan Otomatisasi Proses di SMK Negeri 1 Cimahi* ARTICLE INFO : 21(1), 81–96.

- Musnaini, M., Jambi, U., Junita, A., Medan, U. H., Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital business* (Issue July).
- Nibulan, Tapi Rondang Hafas, H. R. (2022). *Peningkatan kompetensi kewirausahaan melalui pembelajaran berbasis proyek berbantuan teknologi informasi dan komunikasi*. 9(2), 121–127.
- Nuralam, Y. C. (2023). *Survei Minat Milenial, 58% Pemuda Memilih jadi Pengusaha*. medcom.id.
<https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/3NOOl6oN-survei-minat-milenial-58-pemuda-memilih-jadi-pengusaha>
- Nurhayati, D., & Lestari, N. S. (2022). Jurnal Wacana Ekonomi Peran Digital Entrepreneurial Learning dan Entrepreneurial Orientation Sebagai Moderasi Pengaruh ICT Self-Efficacy terhadap. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 22, 086–097.
- Nurrahman, A., Rismaningsih, F., Hernaeny, U., Pratiwi, L., Wahyudin, Rukyati, A., Yati, F., Lusiani, Riaddin, D., & Setiawan, J. (2021). *Pengantar Statistika 1* (S. Haryanti (Ed.)). Media Sains Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=Vm1XEAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Nurulhaq, D., & Supriastuti, T. (2020). *MANAJEMEN PEMBELAJARAN SEJARAH KEBUDAYAAN ISLAM : Konsep dan Strategi dalam Meningkatkan Akhlak Peserta Didik*. Cendekia Press.
https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_PEMBELAJARAN_SEJARAH_KEBUDAYAA/-8wMEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Perifanou, M., & Economides, A. (2019). the Digital Competence Actions Framework. *ICERI2019 Proceedings, 1*, 11109–11116.
<https://doi.org/10.21125/iceri.2019.2743>
- Prof. Dr. Imam Ghozali, M.Com, A., & Hengky Latan, S. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
<https://digilib.undip.ac.id/2012/10/05/partial-least-squares-konsep-teknik-dan-aplikasi-smartpls-20-m3/>
- Purwantiningsih, A. (2020, September). Siswa SMK Bisa Punya Penghasilan dengan Belajar Bisnis Online. *Radarsemarang.Jawapos.Com*.
<https://radarsemarang.jawapos.com/artikel/untukmu-guruku/2020/09/17/siswa-smk-bisa-punya-penghasilan-dengan-belajar-bisnis-online/>
- Putri, D. Y., & Jayatri, F. (2021). Pengaruh Penguasaan Literasi Digital Serta Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Stkip Pgri Lumajang. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 9(2), 1–7.
<https://doi.org/10.24127/pro.v9i2.4507>
- Riyana, C., & Fathoni, T. (2011). Komponen-Komponen Pembelajaran. *Universitas Terbuka*, 1–63.
https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=KBeIRoIAAAAJ&citation_for_view=KBeIRoIAAAAJ:9pM33mqn1YgC
- Rizkiana Gumilang, M. (2022). Manfaat Presidensi G20 Bagi Indonesia. In *Djkn.Kemenkeu* (p. 1).
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-jakarta3/baca-artikel/14750/Manfaat-Presidensi-G20-Bagi-Indonesia.html>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2020). Handbook of Market Research. In *Handbook of Market Research* (Issue September). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Singh, R., & Dwivedi, A. (2022). Digital entrepreneurship competency and digital entrepreneurial intention: Role of entrepreneurial motivation. *Journal of Positive School Psychology*, 2022(6), 2310–2322. <http://journalppw.com>
- SMK Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran Se-Indonesia*. (n.d.). annibuku.com.
<https://annibuku.com/smk-jurusan-bisnis->

daring-dan-pemasaran

cbOYEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1

- Sudrajat, D. (2017). *E-Business Definition and Dimensions*. Bbs.Binus.Ac.Id. <https://bbs.binus.ac.id/management/2017/08/e-business-definition-and-dimensions/>
- Sugioyono. (2017). *STATISTIKA UNTUK PENELITIAN*. ALFABETA, cv.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi* (Sunarto (Ed.)). ALFABETA.
- Supriyatna, A., & Asriani, E. N. (2019). *Cara Mudah Merumuskan Indikator Pembelajaran*. Pustaka Bina Putera. https://www.google.co.id/books/edition/Cara_Mudah_Merumuskan_Indikator_Pembelajaran/OHjkDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Suwandi, I., Samun Jaja Raharja, & Purnomo, M. (2020). Antecedent of Digital Entrepreneurial Intention on Padjadjaran. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 333–345.
- Universitas Ahmad Dahlan. (2022). Pentingnya Memiliki Keterampilan Digital, Literasi Digital, dan Cakap Digital. In *Universitas Ahmad Dahlan*. Ildikti5.kemdikbud.go.id. <https://ildikti5.kemdikbud.go.id/home/detailpost/pentingnya-memiliki-keterampilan-digital-literasi-digital-dan-cakap-digital>
- Utami, T. H. (2010). Indikator dan Tujuan Pembelajaran dalam Rencana Pelaksanaan Pembelajaran. *Semnas Mipa*, 2.
- Utami, W. S. (2022). *Hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan, Kemampuan Literasi Digital dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa*. 18.
- Wakil, A., Cahyani, rusnandari retno, Harto, B., Latif, adi sofyana, Hidayatullah, D., Simanjuntak, P., Rukmana, arief yanto, & Sihombing, fredy A. (2022). *TRANSFORMASI DIGITAL DALAM DUNIA BISNIS* (R. M. S. Mila Sari (Ed.)). Global Eksekutif Teknologi. https://www.google.co.id/books/edition/Transformasi_Digital_Dalam_Dunia_Bisnis/
- Wibowo, H. A., & Indarti, N. (2020). Blue-Collar Workers Entrepreneurial Intentions and The Extended Theory of Reasoned Action: Incorporating SEM and Person-Item Map Analysis. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 35(3), 204–235. <https://doi.org/10.22146/jieb.52046>
- Widoyoko, E. P. (2013). *Teknik Penyusunan Instrument Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yaghoubi Farani, A., Karimi, S., & Motaghd, 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>
- Yohany, R. et al. (2022). *PERKEMBANGAN EKONOMI INDONESIA DAN DUNIA TRIWULAN II TAHUN 2022*. 6(2), 114.