

Digital Entrepreneurship Readiness dan Innovation Mindset dalam Mendorong Entrepreneurial Intention: Peran Mediasi Entrepreneurial Passion

Septian Dwi Cahyo¹, Auliya Nurmalasari², Cici Dea Permata Exsti³

^{1,3}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Selamat Sri, Indonesia

²Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas AKPRIND Yogyakarta, Indonesia

DOI: 10.15294/baej.v7i1.49515

Sejarah Artikel	Abstrak
Diterima: 18 Mei 2026 Disetujui: 9 Juni 2026 Dipublikasikan: 15 Juni 2026	Rendahnya rasio kewirausahaan di Indonesia menunjukkan pentingnya peningkatan <i>entrepreneurial intention</i> pada generasi muda. Di era ekonomi <i>digital</i>, <i>entrepreneurial intention</i> dipengaruhi oleh kesiapan digital dan pola pikir inovatif. Namun, penelitian yang mengkaji peran <i>digital entrepreneurship readiness</i> dan <i>innovation mindset</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> melalui <i>entrepreneurial passion</i> masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh <i>digital entrepreneurship readiness</i> dan <i>innovation mindset</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> dengan <i>entrepreneurial passion</i> sebagai variabel mediasi pada mahasiswa aktif dan <i>fresh graduate</i> di Kabupaten Kendal. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik <i>purposive sampling</i> terhadap 110 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan metode <i>Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i> dengan bantuan WarpPLS 8.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>digital entrepreneurship readiness</i>, <i>innovation mindset</i>, dan <i>entrepreneurial passion</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i>. Selain itu, <i>digital entrepreneurship readiness</i> dan <i>innovation mindset</i> juga berpengaruh positif terhadap <i>entrepreneurial passion</i>. Penelitian ini membuktikan bahwa <i>entrepreneurial passion</i> mampu memediasi pengaruh <i>digital entrepreneurship readiness</i> dan <i>innovation mindset</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i>. Novelty penelitian terletak pada pengujian <i>entrepreneurial passion</i> sebagai mekanisme mediasi dalam membentuk <i>entrepreneurial intention</i> pada generasi muda di era digital. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur kewirausahaan digital dan psikologi kewirausahaan. Abstract <i>Low entrepreneurship rates in Indonesia highlight the importance of strengthening entrepreneurial intention among young people.</i>
Keywords: <i>Digital Entrepreneurship Readiness, Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Passion, Innovation Mindset</i>	

	<i>In the digital economy era, entrepreneurial intention is influenced by digital readiness and an innovative mindset. However, studies examining the role of digital entrepreneurship readiness and innovation mindset in shaping entrepreneurial intention through entrepreneurial passion remain limited. This study aims to analyze the effects of digital entrepreneurship readiness and innovation mindset on entrepreneurial intention, with entrepreneurial passion serving as a mediating variable among active university students and fresh graduates in Kendal Regency. A quantitative approach was employed using purposive sampling, involving 110 respondents. Data were collected through Likert-scale questionnaires and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with WarpPLS 8.0. The results indicate that digital entrepreneurship readiness, innovation mindset, and entrepreneurial passion have positive and significant effects on entrepreneurial intention. Furthermore, digital entrepreneurship readiness and innovation mindset positively influence entrepreneurial passion. The findings also demonstrate that entrepreneurial passion mediates the effects of digital entrepreneurship readiness and innovation mindset on entrepreneurial intention. The novelty of this study lies in examining entrepreneurial passion as a mediating mechanism in shaping entrepreneurial intention among young people in the digital era. This study contributes to the development of digital entrepreneurship and entrepreneurial psychology literature.</i> © 2026 Universitas Negeri Semarang
✉ Alamat Korespondensi: p-ISSN 2723-4495 Jl. Dukuh Padas Kecamatan Todanan, Kabupaten Blora, Jawa Tengah, Indonesia e-ISSN 2723-4487 Email: septiandwicahyo989@gmail.com	

PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah wirausaha menjadi salah satu fokus utama pemerintah Indonesia dalam memperkuat perekonomian nasional. Hal ini didorong oleh masih rendahnya rasio kewirausahaan Indonesia yang baru mencapai 3,47%, angka tersebut masih berada di bawah standar minimal sebesar 4% yang dianggap diperlukan untuk mencapai status negara maju (Katadata, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa Indonesia masih membutuhkan lebih banyak individu yang tidak hanya memiliki niat, tetapi juga kesiapan untuk menjadi wirausaha.

Pemerintah juga menekankan pentingnya inovasi berbasis teknologi dan riset serta dorongan agar startup Indonesia mampu bersaing di pasar

global. Upaya ini menunjukkan bahwa kewirausahaan saat ini tidak hanya menuntut keberanian untuk memulai usaha, tetapi juga kesiapan digital, kemampuan berinovasi, serta dorongan psikologis yang kuat dari individu (Katadata, 2024).

Pemerintah Indonesia terus berupaya mengatasi permasalahan pengangguran melalui peningkatan penciptaan lapangan kerja guna mewujudkan keseimbangan antara ketersediaan kesempatan kerja dan pertumbuhan jumlah angkatan kerja.

Berdasarkan data yang diperoleh dari (Badan Pusat Statistik, 2026), jumlah pengangguran di Indonesia masih berada pada angka yang tinggi meskipun menunjukkan tren penurunan dalam beberapa tahun terakhir, yaitu sekitar 9,10 juta orang pada tahun 2021,

kemudian menurun menjadi 8,42 juta pada tahun 2022, 7,86 juta pada tahun 2023, 7,47 juta pada tahun 2024, dan 7,46 juta pada tahun 2025. Data ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat perbaikan, tingkat pengangguran masih menjadi permasalahan struktural yang perlu ditangani secara berkelanjutan.

Tingginya angka pengangguran tersebut mengindikasikan bahwa penciptaan lapangan kerja baru masih belum sepenuhnya mampu mengimbangi pertumbuhan angkatan kerja. Oleh karena itu, kewirausahaan menjadi salah satu solusi strategis dalam mengurangi pengangguran melalui penciptaan lapangan kerja mandiri.

Tingginya berbagai program dan dukungan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh meningkatnya niat berwirausaha pada kalangan muda seperti mahasiswa dan *fresh graduate*. Kelompok ini merupakan sumber potensial wirausaha baru di masa depan. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *entrepreneurial intention*, yaitu niat individu untuk memulai usaha (Cahyo, 2022). Penelitian mengenai *entrepreneurial intention* telah banyak dilakukan, akan tetapi kajian yang mengintegrasikan *digital entrepreneurship readiness* dan *innovation mindset* dalam membentuk *entrepreneurial intention* masih relatif terbatas.

Penelitian sebelumnya lebih banyak meneliti pengaruh langsung antarvariabel, sedangkan peran *entrepreneurial passion* sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut masih jarang dikaji, khususnya pada konteks mahasiswa dan *fresh graduate* di Indonesia

Dalam penelitian ini, *digital entrepreneurship readiness* mencerminkan kemampuan dan kesiapan individu dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas bisnis dan kewirausahaan (Mirhabibi et al., 2025).

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian *entrepreneurial passion* sebagai mekanisme mediasi dalam hubungan antara *digital entrepreneurship readiness* dan *innovation mindset* terhadap *entrepreneurial intention* pada mahasiswa dan *fresh graduate* di Kabupaten Kendal. Penelitian yang menguji hubungan tersebut secara simultan masih relatif terbatas dalam konteks kewirausahaan digital.

Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut, pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *digital entrepreneurship readiness* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*?
2. Apakah *innovation mindset* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*?
3. Apakah *digital entrepreneurship readiness* berpengaruh terhadap *entrepreneurial passion*?
4. Apakah *innovation mindset* berpengaruh terhadap *entrepreneurial passion*?
5. Apakah *entrepreneurial passion* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*?
6. Apakah *entrepreneurial passion* memediasi pengaruh *digital entrepreneurship readiness* terhadap *entrepreneurial intention*?
7. Apakah *entrepreneurial passion* memediasi pengaruh *innovation mindset* terhadap *entrepreneurial intention*?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh *digital entrepreneurship readiness* terhadap *entrepreneurial intention*
2. Menganalisis pengaruh *innovation mindset* terhadap *entrepreneurial intention*
3. Menganalisis pengaruh *digital entrepreneurship readiness* terhadap *entrepreneurial passion*
4. Menganalisis pengaruh *innovation mindset* terhadap *entrepreneurial passion*

5. Menganalisis pengaruh *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial intention*.
6. Menganalisis pengaruh *digital entrepreneurship readiness* terhadap *entrepreneurial intention* yang dimediasi oleh *entrepreneurial passion*
7. Menganalisis pengaruh *innovation mindset* terhadap *entrepreneurial intention* yang dimediasi oleh *entrepreneurial passion*

Social Cognitive Theory

Penelitian ini menggunakan *Social Cognitive Theory* (SCT) yang dikembangkan oleh Albert Bandura sebagai *grand theory* dalam menjelaskan terbentuknya *entrepreneurial intention*. *Social Cognitive Theory* menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh interaksi antara faktor personal, lingkungan, dan perilaku individu itu sendiri (*reciprocal determinism*) (Bandura, 1977). Teori ini menekankan bahwa keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya, pengalaman, serta faktor kognitif dan psikologis memiliki peran penting dalam membentuk perilaku dan niat seseorang.

Dalam penelitian ini, *digital entrepreneurship readiness* mencerminkan kemampuan dan kesiapan individu dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas bisnis dan kewirausahaan (Mirhabibi et al., 2025).

Berdasarkan *Social Cognitive Theory*, kesiapan digital dapat meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menjalankan usaha berbasis digital. Individu yang merasa mampu menggunakan teknologi digital cenderung lebih percaya diri dan lebih siap menghadapi tantangan bisnis, sehingga mendorong terbentuknya *entrepreneurial intention*.

Innovation mindset berkaitan dengan faktor kognitif individu dalam SCT. Individu dengan pola pikir inovatif

cenderung memiliki cara berpikir kreatif, adaptif, dan terbuka terhadap peluang baru (Maziriri et al., 2024). Pola pikir tersebut membentuk keyakinan positif terhadap kemampuan diri dalam menciptakan solusi dan peluang usaha, sehingga dapat meningkatkan niat untuk berwirausaha.

Entrepreneurial passion dalam penelitian ini berperan sebagai faktor psikologis yang memperkuat hubungan antara kesiapan digital dan pola pikir inovatif terhadap *entrepreneurial intention*. *Entrepreneurial passion* merupakan emosi positif yang kuat dan motivasi tinggi terhadap aktivitas kewirausahaan (Karimi, 2020). Dalam perspektif SCT, emosi positif dan motivasi intrinsik dapat memengaruhi perilaku individu melalui peningkatan rasa percaya diri, semangat, dan keyakinan terhadap kemampuan diri dalam menjalankan usaha.

Dengan demikian, *social cognitive theory* digunakan untuk menjelaskan bahwa *digital entrepreneurship readiness* dan *innovation mindset* dapat membentuk *entrepreneurial intention* baik secara langsung maupun melalui *entrepreneurial passion* sebagai faktor psikologis yang memperkuat niat individu untuk berwirausaha.

Dalam konteks ekonomi digital saat ini, *digital entrepreneurship readiness* menjadi salah satu faktor penting yang mencerminkan kesiapan individu dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memulai usaha (Mirhabibi et al., 2025).

Individu dengan keterampilan digital yang lebih baik memiliki peluang lebih besar untuk direkrut di organisasi yang sedang menuju transformasi digital (Balsmeier & Woerter, 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mamat et al. (2023; Mirhabibi et al. (2025), *digital entrepreneurship readiness* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurship*. Akan tetapi, kajian mengenai *digital entrepreneurship readiness* dalam

konteks yang lebih komprehensif masih relatif terbatas.

H₁ : *Digital entrepreneurship readiness* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*

Innovation mindset juga berperan dalam membentuk cara berpikir kreatif, adaptif, dan terbuka terhadap peluang baru yang sangat dibutuhkan dalam dunia kewirausahaan modern (Maziriri et al., 2024). Perkembangan pendidikan digital menjadi semakin penting karena kompetensi digital dibutuhkan untuk mendorong inovasi, yang pada akhirnya membentuk *innovation mindset* sebagai pola pikir yang berorientasi pada penciptaan ide-ide baru, solusi kreatif, dan pengembangan nilai tambah (Yodchai et al., 2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maziriri et al. (2024) menunjukkan bahwa *innovation mindset* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurship*. Akan tetapi, kajian mengenai *innovation mindset* dalam konteks *entrepreneurship intention* yang lebih komprehensif masih relatif terbatas.

H₂ : *Innovation mindset* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*

Digital entrepreneurship readiness mencerminkan kesiapan individu dalam menggunakan teknologi digital untuk memulai dan mengembangkan usaha (Mirhabibi et al., 2025). Individu dengan keterampilan digital yang baik cenderung lebih percaya diri dan lebih siap menghadapi transformasi digital, sehingga memiliki peluang lebih besar dalam dunia kerja maupun bisnis digital (Balsmeier & Woerter, 2019).

Kesiapan dan kepercayaan diri tersebut dapat menimbulkan emosi positif, antusiasme, dan semangat terhadap aktivitas kewirausahaan. Hal ini sejalan dengan konsep *entrepreneurial passion* sebagai emosi positif yang kuat terhadap kegiatan kewirausahaan (Karimi, 2020). Dengan demikian, semakin tinggi *digital entrepreneurship*

readiness individu, maka semakin tinggi pula *entrepreneurial passion* yang dimiliki.

H₃ : *Digital entrepreneurship readiness* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial passion*

Innovation mindset berperan dalam membentuk pola pikir kreatif, adaptif, dan terbuka terhadap peluang baru yang dibutuhkan dalam dunia kewirausahaan modern (Maziriri et al., 2024). Perkembangan pendidikan digital juga semakin penting karena kompetensi digital mampu mendorong inovasi dan membentuk *innovation mindset* sebagai pola pikir yang berorientasi pada penciptaan ide baru, solusi kreatif, dan pengembangan nilai tambah (Yodchai et al., 2022).

Individu dengan *innovation mindset* yang tinggi cenderung lebih antusias dan tertarik terhadap aktivitas kewirausahaan, sehingga dapat memunculkan *entrepreneurial passion* berupa semangat dan dorongan emosional yang kuat dalam menjalankan usaha.

H₄ : *Innovation mindset* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial passion*

Entrepreneurial passion merupakan emosi positif yang kuat dan disertai motivasi tinggi untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan (Karimi, 2020). Individu yang memiliki passion terhadap kewirausahaan cenderung lebih antusias, percaya diri, dan memiliki komitmen dalam menjalankan usaha. Selain itu, passion juga mampu meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuan dan kompetensinya dalam berwirausaha (Syed et al., 2020). Oleh karena itu, semakin tinggi *entrepreneurial passion* yang dimiliki seseorang, maka semakin kuat pula *entrepreneurial intention* atau niat untuk memulai usaha.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Cahyo, 2022), *entrepreneurial passion* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*

H₅: *Entrepreneurial passion* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*

Entrepreneurial passion, yaitu dorongan emosional yang kuat terhadap aktivitas kewirausahaan (Cahyo, 2022). *Entrepreneurial passion* diduga mampu menjadi mekanisme mediasi yang menjembatani pengaruh kesiapan digital dan pola pikir inovatif terhadap terbentuknya niat berwirausaha (Flores Pérez & Guevara, 2023).

Entrepreneurial Passion merupakan *distinctive emotion* yang umum di antara para pengusaha (Gregori et al., 2024). Individu yang mengalami *entrepreneurial passion* memiliki perasaan atau emosi intens positif yang berhubungan dengan aktivitas kewirausahaan yang mereka ikuti dan adanya dorongan motivasi yang kuat untuk mengikuti perasaan tersebut. Individu yang memiliki perasaan atau emosi yang positif terhadap dirinya akan memunculkan gairah atau semangat pada individu sehingga terdorong untuk menjalankan wirausaha (Karimi, 2020). Passion telah dibuktikan dapat menumbuhkan kepercayaan diri dan kompetensi dalam konteks kegiatan dan niat individu.

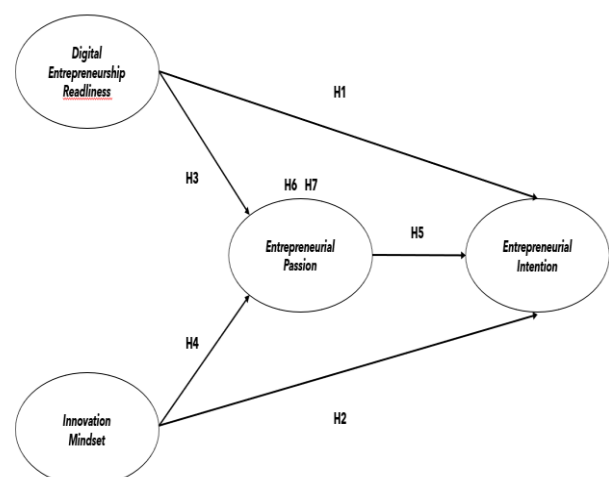
Digital entrepreneurship readiness mencerminkan kesiapan individu dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas bisnis dan kewirausahaan. Individu yang memiliki kesiapan digital tinggi cenderung lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan bisnis modern, lebih terbuka terhadap peluang usaha berbasis teknologi, serta memiliki keyakinan bahwa mereka mampu menjalankan usaha secara efektif di era digital.

Kesiapan tersebut tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga dapat menimbulkan antusiasme dan keterikatan emosional terhadap aktivitas kewirausahaan. Ketika individu merasa mampu dan siap memanfaatkan teknologi digital, maka akan muncul rasa senang, bangga, dan semangat dalam menjalankan aktivitas bisnis, yang pada akhirnya membentuk *entrepreneurial passion*.

Innovation mindset menggambarkan pola pikir individu yang terbuka terhadap perubahan, kreatif dalam mencari solusi, serta memiliki orientasi pada penciptaan nilai baru. Individu dengan pola pikir inovatif cenderung menikmati proses eksplorasi ide, penciptaan peluang, dan pengembangan solusi kreatif dalam kegiatan kewirausahaan. Kondisi ini dapat memunculkan emosi positif dan motivasi intrinsik terhadap aktivitas bisnis sehingga memperkuat *entrepreneurial passion*. Semakin tinggi pola pikir inovatif seseorang, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut memiliki gairah kuat terhadap aktivitas kewirausahaan.

Entrepreneurial passion pernah dijadikan sebagai variabel mediasi pada konteks *entrepreneurial intention* ((Moharamzadeh et al., 2025)

H₆ : *Entrepreneurial passion* memediasi pengaruh *digital entrepreneurship readiness* terhadap *entrepreneurial intention*
H₇: *Entrepreneurial passion* memediasi pengaruh *Innovation mindset* terhadap *entrepreneurial intention*



Gambar 1. Model Penelitian

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian *explanatory research* yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antarvariabel, yaitu *digital entrepreneurship readiness*, *innovation mindset*, *entrepreneurial passion*, dan *entrepreneurial intention*.

Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengujian hipotesis dan hubungan antarvariabel secara empiris melalui analisis statistik (Setyawan, 2019).

Populasi merupakan keseluruhan individu untuk siapa kenyataan yang diperoleh akan digeneralisasikan. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa aktif dan *fresh graduate* yang memiliki niat untuk berwirausaha. Dari populasi yang ada diambil sampel sebagai perwakilan dengan Teknik *purposive sampling* dimana penulis melakukan penarikan sampel dengan kriteria:

1. Mahasiswa aktif dan *fresh graduate* perguruan tinggi di Kabupaten Kendal.
2. Berusia produktif minimal 18 tahun
3. Memiliki pemahaman dasar mengenai teknologi digital.
4. Pernah menggunakan media atau platform digital dalam aktivitas akademik, bisnis, atau kewirausahaan.
5. Memiliki ketertarikan terhadap kewirausahaan.

Hair et al. (2014) menyarankan agar jumlah sampel dalam suatu penelitian sebaiknya minimal 100 responden. Selain itu, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebaiknya 5-10 kali lipat dari jumlah indikator pertanyaan yang akan dianalisis. Dalam penelitian ini, terdapat 20 item indikator, sehingga jumlah sampel minimal yang digunakan oleh peneliti adalah 20 item indikator dikalikan

5 maka diperoleh sebanyak minimal 100 sampel.

Data penelitian menggunakan data primer yang diperoleh langsung oleh peneliti (Schindler, 2019). Data primer diperoleh melalui pembagian kuesioner secara *offline* dan *online* kepada responden, di mana *online* melalui Google Forms. Hasil sebaran kuesioner kemudian diklasifikasikan ke dalam skala Likert yang dimodifikasi untuk mempermudah pengolahan dan analisis data penelitian. Skala Likert dalam penelitian ini, yaitu: 1) poin 5 untuk Sangat Setuju (SS); 2) poin 4 untuk Setuju (S); 3) poin 3 Ragu-Ragu (R); 4) poin 2 untuk Tidak Setuju (TS); dan poin 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS).

Penelitian ini diuji secara statistik melalui WarpPLS versi 8.0. PLS dicirikan sebagai teknik yang paling cocok bagi penelitian berbentuk prediksi atau pemodelan eksplorasi. PLS merupakan metode analisis data yang dilakukan secara statistik multivariat yang bisa digunakan untuk pengujian dengan menggunakan banyak variabel respons dan variabel eksplanatori sekaligus (Kaufmann & Kock, 2022).

Metode analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan WarpPLS 8.0. PLS-SEM dipilih karena mampu menganalisis hubungan kompleks antarvariabel laten, menguji model mediasi, serta sesuai digunakan pada ukuran sampel relatif kecil hingga menengah dan data yang tidak harus berdistribusi normal (Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, 2014)

Tahapan pengujian pada WarpPLS meliputi uji validitas, reliabilitas, uji kecocokan model, dan uji hipotesis. Menurut Wong (2013), pengujian validitas

dapat dilakukan dengan uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. Jika dilakukan uji validitas konvergen, apabila loading factor > 0.7, maka dapat dikatakan data valid. Kedua yaitu perhitungan AVE (Average Variance Extracted) untuk masing-masing. Jika nilai AVE berada di atas angka 0.5 maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dari variabel tersebut valid. Yang kedua, melakukan pengujian reliabilitas. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Construct Reliability* untuk setiap variabel. Pengujian uji ini terletak pada indikator Cornbach Alpha. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0.7, maka data dikatakan reliabel atau andal.

Uji kecocokan model menggunakan goodness of fit index dengan melihat kriteria *Average Path Coefficient* (APC) yang bertujuan untuk menilai besarnya hubungan antarvariabel. APC dikatakan ideal apabila nilai *p-value* < 0.05; sebaliknya, jika *p-value* > 0.05, maka dapat dikatakan tidak ideal. Average R-squared (ARS) dengan melihat nilai ini dapat diketahui besarnya variabel eksogen, endogen, dan mediasi. ARS dikatakan baik jika nilai *p-value* < 0.05. Nilai *Average adjustment R-squared* (AARS) digunakan untuk menilai ARS yang disesuaikan. AARS dikatakan baik jika nilai *p-value* < 0.05, dan apabila semua uji terpenuhi, selanjutnya dilakukan uji hipotesis (Sholihin & Ratmono, 2021).

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini memanfaatkan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan platform *Google Forms*. Jumlah responden yang berhasil dihimpun dalam

penelitian ini sebanyak 110 orang. Para responden diklasifikasikan ke dalam empat karakteristik utama, yaitu jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan. Rincian karakteristik responden tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Demografi Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Status	Mahasiswa Aktif	84	76,4%
	Fresh Graduate	26	23,6%
Jenis Kelamin	Perempuan	59	53,6%
	Laki-laki	51	46,4%
Kelompok Usia	18–25 tahun	77	70,0%
	26–35 tahun	27	24,5%
	Di atas 35 tahun	6	5,5%
Program Studi	Hukum	17	15,5%
	Teknik Informatika	15	13,6%
	Akuntansi	14	12,7%
	Teknik Industri	14	12,7%
	DKV	13	11,8%
	Psikologi	13	11,8%
	Bisnis Digital	9	8,2%
	Manajemen	8	7,3%
	Ilmu Komunikasi	7	6,4%
Penggunaan Platform Digital	Akademik dan Bisnis	33	30,0%
	Kewirausahaan	28	25,5%
	Akademik	26	23,6%
	Bisnis Digital	23	20,9%

Sumber: Data Diolah (2026)

Mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif sebanyak 84 responden (76,4%), untuk jenis kelamin didominasi oleh perempuan sebanyak 59 responden (53,6%).

Dilihat dari kelompok usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 18–25 tahun sebanyak 77 responden (70,0%), sehingga menunjukkan bahwa penelitian didominasi oleh usia produktif muda yang lebih dekat dengan perkembangan teknologi digital dan kewirausahaan modern.

Berdasarkan program studi, responden berasal dari berbagai disiplin ilmu dengan jumlah terbanyak berasal dari program studi Hukum sebanyak 17 responden (15,5%) dan Teknik Informatika sebanyak 15 responden (13,6%). Hal ini menunjukkan bahwa minat terhadap kewirausahaan digital tidak hanya berasal dari bidang bisnis, tetapi juga bidang sosial, hukum, dan teknologi.

Berdasarkan penggunaan *platform digital*, sebagian besar responden memanfaatkan teknologi digital untuk aktivitas akademik dan bisnis (30,0%), diikuti oleh kegiatan kewirausahaan (25,5%). Temuan ini mengindikasikan bahwa responden telah memiliki pengalaman dalam memanfaatkan teknologi digital pada berbagai aktivitas, sehingga relevan dengan konteks penelitian mengenai *digital entrepreneurship readiness*.

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DER	110	2	5	4.38	.597
IM	110	2	5	4.46	.586
EP	110	3	5	4.65	.493
EI	110	3	5	4.62	.563
Valid N (listwise)	110				

Sumber: Data Diolah (2026)

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai rata-rata di atas 4,00. *Entrepreneurial passion* memiliki nilai rata-rata tertinggi (4,65), diikuti *entrepreneurial intention*

(4,62), *innovation mindset* (4,46), dan *digital entrepreneurship readiness* (4,38).

Temuan ini menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki tingkat kesiapan digital, pola pikir inovatif, semangat berwirausaha, dan niat berwirausaha yang tinggi. Selain itu, nilai standar deviasi yang relatif rendah mengindikasikan bahwa jawaban responden cukup homogen sehingga persepsi responden terhadap variabel penelitian relatif seragam.

Tabel 3. Hasil *Convergent Validity* dengan *Loading Factor*

Variabel	Loading Factor	Kriteria	Hasil
DER			
DER1	0.802	0.7	Valid
DER2	0.856	0.7	Valid
DER3	0.868	0.7	Valid
DER4	0.873	0.7	Valid
DER5	0.875	0.7	Valid
IM			
IM1	0.875	0.7	Valid
IM2	0.891	0.7	Valid
IM3	0.900	0.7	Valid
IM4	0.881	0.7	Valid
IM5	0.882	0.7	Valid
EP			
EP1	0.835	0.7	Valid
EP2	0.875	0.7	Valid
EP3	0.855	0.7	Valid
EP4	0.837	0.7	Valid
EP5	0.870	0.7	Valid
EI			
EI1	0.859	0.7	Valid
EI2	0.859	0.7	Valid
EI3	0.843	0.7	Valid
EI4	0.864	0.7	Valid
EI5	0.842	0.7	Valid

Sumber: Data Diolah (2026)

Dari tabel di atas hasil *convergent validity* dengan *loading factor* dapat diperoleh kesimpulan bahwa hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dikatakan valid karena nilai *loading factor* telah memenuhi kriteria $>0,7$. Sehingga, indikator pernyataan dalam kuesioner ini dapat digunakan sebagai alat ukur yang tepat.

Tabel 4. Hasil *Convergent Validity* dengan AVE

Variabel	AVE	Kriteria	Hasil
DER	0.732	0.5	Valid
IM	0.785	0.5	Valid
EP	0.730	0.5	Valid
EI	0.729	0.5	Valid

Sumber: Data Diolah (2026)

Hasil *convergent validity* dengan AVE menunjukkan bahwa pengujian validitas menunjukkan semua item pernyataan valid karena nilai *loading factor* telah memenuhi kriteria $>0,5$. Indikator pernyataan dalam kuesioner ini dapat digunakan sebagai alat ukur yang tepat.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Kriteria	Keputusan
DER	0.908	0.932	0.7	Reliabel
IM	0.931	0.948	0.7	Reliabel
EP	0.908	0.931	0.7	Reliabel
EI	0.907	0.931	0.7	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2026)

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan reliabel karena nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* telah memenuhi kriteria $>0,7$. Dengan demikian, indikator pernyataan dalam kuesioner ini dapat digunakan sebagai alat ukur karena konsisten.

Tabel 6. Hasil Uji Kecocokan Model

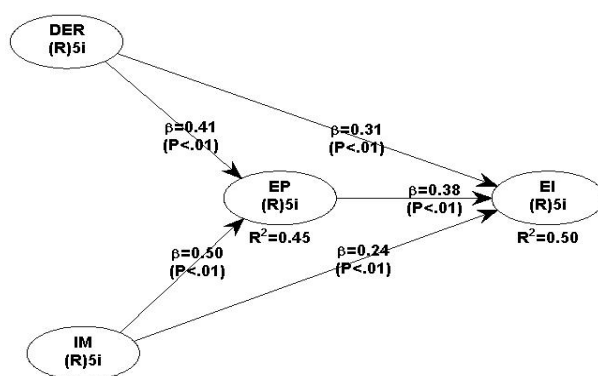
Index	Criteria	Index	P-Value	Information
APC	$P < 0,05$	0,367	$<0,001$	Model accepted
ARS	$P < 0,05$	0,473	$<0,001$	Model accepted
AARS	$P < 0,05$	0,461	$<0,001$	Model accepted
AVIF	Acceptable if ≤ 5 , ideally $\leq 3,3$	1,301	-	Model accepted
AFVIF	Acceptable if ≤ 5 , ideally $\leq 3,3$	1,740	-	Model accepted

Index	Criteria	Index	P-Value	Information
GoF	Acceptable if ≤ 5 , ideally $\leq 3,3$	0,593	-	Model accepted
SPR	Acceptable if $\geq 0,7$, ideally = 1	1,000	-	Model accepted
RSCR	Acceptable if $\geq 0,9$, ideally = 1	1,000	-	Model accepted
SSR	Acceptable if $\geq 0,7$, ideally = 1	1,000	-	Model accepted
NLBCDR	Acceptable if $\geq 0,7$, ideally = 1	1,000	-	Model accepted

Sumber: Data Diolah (2026)

Hasil pengujian model fit menunjukkan bahwa seluruh indeks telah memenuhi kriteria yang direkomendasikan. Nilai APC, ARS, dan AARS signifikan pada tingkat $p < 0,001$, yang mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan hubungan antarvariabel. Nilai AVIF dan AFVIF berada di bawah batas yang direkomendasikan sehingga tidak terdapat masalah multikolinearitas. Nilai GoF sebesar 0,593 menunjukkan kategori large fit, sedangkan nilai SPR, RSCR, SSR, dan NLBCDR sebesar 1,000 mengindikasikan bahwa model terbebas dari permasalahan statistik seperti Simpson's paradox, suppression effect, dan kesalahan arah kausalitas. Dengan demikian, model penelitian dinyatakan memiliki tingkat kecocokan yang baik dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Uji Hipotesis



Sumber: Data Diolah (2026)

Gambar 1. Hasil Uji Path

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

	Hipotesis	β	P Value	Keterangan
H1	DER $\rightarrow$ EI	0.309	<0.001	Diterima
H2	IM $\rightarrow$ EI	0.238	0.005	Diterima
H3	DER $\rightarrow$ EP	0.406	<0.001	Diterima
H4	IM $\rightarrow$ EP	0.501	<0.001	Diterima
H5	EP $\rightarrow$ EI	0.380	<0.001	Diterima

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh hipotesis penelitian didukung. *Digital entrepreneurship readiness* terhadap *entrepreneurial intention* memiliki nilai koefisien beta (β) 0.309, yang artinya hubungan hipotesis memiliki dampak positif. Sedangkan untuk *p-value*, hasil <0.001 lebih kecil dari nilai *alpha* (0.05). Maka *digital entrepreneurship readiness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*, yang artinya hipotesis 1 **diterima**.

Innovation mindset terhadap *entrepreneurial intention* memiliki nilai koefisien beta (β) 0.238, yang artinya hubungan hipotesis memiliki dampak positif. Sedangkan untuk *p-value*, hasil 0.005 lebih kecil dari nilai *alpha* (0.05). Merujuk pada hasil, *innovation mindset* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*, yang artinya hipotesis 2 **diterima**.

Digital entrepreneurship readiness terhadap *entrepreneurial passion* memiliki

nilai koefisien beta (β) 0.406, yang artinya hubungan hipotesis memiliki dampak positif. Sedangkan untuk *p-value*, hasil <0.001 lebih kecil dari nilai *alpha* (0.05). Maka, *digital entrepreneurship readiness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial passion*, yang artinya hipotesis 3 **diterima**.

Innovation mindset dengan *entrepreneurial passion* memiliki nilai koefisien beta (β) 0.501, yang artinya hubungan hipotesis memiliki dampak positif. Sedangkan untuk *p-value*, hasil <0.001 lebih kecil dari nilai *alpha* (0.05). Maka, *innovation mindset* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial passion*, yang artinya hipotesis 4 **diterima**.

Entrepreneurial passion dengan *entrepreneurial intention* memiliki nilai koefisien beta (β) 0.380, yang artinya hubungan hipotesis memiliki dampak positif. Sedangkan untuk *p-value*, hasil <0.001 lebih kecil dari nilai *alpha* (0.05). Maka, *entrepreneurial passion* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*, yang artinya hipotesis 5 **diterima**.

Uji Mediasi

Tabel 8. Hasil Uji Mediasi

	Hipotesis	β	P Value	Keterangan
H6	DER $\rightarrow$ EP $\rightarrow$ EI	0.154	0.009	Diterima
H7	IM $\rightarrow$ EP $\rightarrow$ EI	0.190	0.002	Diterima

Sumber: Data Diolah (2026)

Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa *digital entrepreneurship readiness* dengan *entrepreneurial intention* memiliki nilai koefisien beta (β) 0.154, yang artinya hubungan hipotesis memiliki dampak positif. Sedangkan untuk *p-value*, hasil 0.009 lebih kecil dari nilai *alpha* (0.05). Maka, *entrepreneurial passion* memediasi pengaruh *digital entrepreneurship readiness* terhadap *entrepreneurial intention*.

Innovation mindset dengan *entrepreneurial intention* memiliki nilai

koefisien beta (β) 0.190, yang artinya hubungan hipotesis memiliki dampak positif. Sedangkan untuk *p-value*, hasil 0.002 lebih kecil dari nilai *alpha* (0.05). Maka, *entrepreneurial passion* memediasi pengaruh *innovation mindset* terhadap *entrepreneurial intention*.

Pembahasan

Pengaruh *digital entrepreneurship readiness* terhadap *entrepreneurial intention*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *digital entrepreneurship readiness* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*, sehingga hipotesis pertama **diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kesiapan individu dalam memanfaatkan teknologi digital, semakin tinggi pula niat untuk berwirausaha.

Dalam konteks ekonomi digital, *digital entrepreneurship readiness* mencerminkan kesiapan individu dalam menggunakan teknologi digital untuk memulai usaha (Mirhabibi et al., 2025). Individu dengan keterampilan digital yang baik cenderung lebih percaya diri dan lebih siap menghadapi transformasi digital (Balsmeier & Woerter, 2019), sehingga mendorong munculnya niat berwirausaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kumar & Sharma, 2025; Mamat et al., 2023; Mirhabibi et al., 2025) yang menyatakan bahwa *digital entrepreneurship readiness* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurship*. Artinya, kesiapan digital menjadi salah satu faktor yang mampu mendorong terbentuknya niat individu untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan, khususnya pada era digital saat ini.

Pengaruh *innovation mindset* terhadap *entrepreneurial intention*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *innovation mindset* berpengaruh

positif terhadap *entrepreneurial intention*, sehingga hipotesis kedua **diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pola pikir inovatif yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula niat untuk berwirausaha.

Mindset inovasi berperan dalam membentuk pola pikir yang kreatif, adaptif, dan terbuka terhadap peluang baru yang dibutuhkan dalam dunia kewirausahaan modern (Maziriri et al., 2024). Selain itu, perkembangan pendidikan digital juga mendorong terbentuknya innovation mindset yang berorientasi pada penciptaan ide baru, solusi kreatif, dan pengembangan nilai tambah (Yodchai et al., 2022). Individu dengan pola pikir inovatif cenderung lebih tertarik untuk menciptakan peluang usaha dan menghadapi tantangan bisnis.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Alkhalaileh & Qasim, 2026; Maziriri et al., 2024) yang menunjukkan bahwa *innovation mindset* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurship*. Namun, penelitian mengenai *innovation mindset* dalam konteks *entrepreneurial intention* masih relatif terbatas, sehingga penelitian ini memberikan tambahan kontribusi dalam pengembangan kajian kewirausahaan

Pengaruh *digital entrepreneurship readiness* terhadap *entrepreneurial passion*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *digital entrepreneurship readiness* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial passion*, sehingga hipotesis ketiga **diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kesiapan individu dalam memanfaatkan teknologi digital, maka semakin tinggi pula semangat dan antusiasme individu terhadap aktivitas kewirausahaan.

Digital entrepreneurship readiness mencerminkan kesiapan individu dalam menggunakan teknologi digital untuk

memulai dan mengembangkan usaha (Mirhabibi et al., 2025). Individu dengan keterampilan digital yang baik cenderung lebih percaya diri dan lebih siap menghadapi transformasi digital (Balsmeier & Woerter, 2019). Kesiapan tersebut dapat memunculkan emosi positif, rasa percaya diri, dan ketertarikan terhadap aktivitas bisnis digital.

Hal ini sejalan dengan konsep *entrepreneurial passion*, yaitu emosi positif dan dorongan kuat terhadap aktivitas kewirausahaan (Karimi, 2020). Dengan demikian, individu yang merasa siap secara digital cenderung memiliki semangat dan gairah lebih tinggi untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan.

Selain itu, penelitian yang secara khusus menguji pengaruh *digital entrepreneurship readiness* terhadap *entrepreneurial passion* masih relatif terbatas. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam pengembangan literatur kewirausahaan digital, khususnya terkait peran kesiapan digital dalam membentuk *entrepreneurial passion*.

Pengaruh *mindset innovation* terhadap *entrepreneurial passion*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *innovation mindset* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial passion*, sehingga hipotesis keempat **diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pola pikir inovatif individu, maka semakin tinggi pula semangat dan dorongan emosional individu terhadap aktivitas kewirausahaan.

Innovation mindset berperan dalam membentuk pola pikir kreatif, adaptif, dan terbuka terhadap peluang baru yang dibutuhkan dalam dunia kewirausahaan modern (Maziriri et al., 2024). Selain itu, perkembangan pendidikan digital juga mendorong terbentuknya *innovation mindset* yang berorientasi pada penciptaan ide baru,

solusi kreatif, dan pengembangan nilai tambah (Yodchai et al., 2022).

Individu dengan *innovation mindset* yang tinggi cenderung lebih antusias dan tertarik terhadap aktivitas kewirausahaan, sehingga dapat memunculkan *entrepreneurial passion* berupa semangat dan dorongan emosional yang kuat dalam menjalankan usaha. Penelitian mengenai pengaruh *innovation mindset* terhadap *entrepreneurial passion* juga masih terbatas, sehingga hasil penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian kewirausahaan, khususnya terkait faktor psikologis yang membentuk passion berwirausaha.

Pengaruh *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial intention*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *entrepreneurial passion* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*, sehingga hipotesis kelima **diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi semangat dan dorongan emosional individu terhadap kewirausahaan, maka semakin tinggi pula niat individu untuk memulai usaha.

Entrepreneurial passion merupakan emosi positif yang kuat dan disertai motivasi tinggi untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan (Karimi, 2020). Individu yang memiliki passion terhadap kewirausahaan cenderung lebih antusias, percaya diri, dan memiliki komitmen dalam menjalankan usaha. Selain itu, passion juga mampu meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuan dan kompetensinya dalam berwirausaha (Syed et al., 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Cahyo, 2022) yang menyatakan bahwa *entrepreneurial passion* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Dengan demikian, passion menjadi salah satu faktor psikologis penting yang mendorong terbentuknya niat berwirausaha.

Pengaruh *digital entrepreneurship readiness* terhadap *entrepreneurial intention* yang dimediasi oleh *entrepreneurial passion*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *entrepreneurial passion* mampu memediasi pengaruh *digital entrepreneurship readiness* dan terhadap *entrepreneurial intention*, sehingga hipotesis keenam **diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa kesiapan digital dan pola pikir inovatif tidak hanya secara langsung meningkatkan niat berwirausaha, tetapi juga melalui terbentuknya semangat dan dorongan emosional terhadap aktivitas kewirausahaan.

Entrepreneurial passion merupakan dorongan emosional yang kuat terhadap aktivitas kewirausahaan (Cahyo, 2022) dan menjadi *distinctive emotion* yang umum dimiliki para pengusaha (Gregori et al., 2024). Individu yang memiliki passion cenderung memiliki emosi positif, semangat, serta motivasi tinggi dalam menjalankan usaha (Karimi, 2020). Selain itu, passion juga mampu meningkatkan kepercayaan diri dan kompetensi individu dalam membentuk niat berwirausaha (Flores Pérez & Guevara, 2023).

Dalam penelitian ini, *digital entrepreneurship readiness* mampu meningkatkan *entrepreneurial passion* karena individu yang memiliki kesiapan digital tinggi cenderung lebih percaya diri, lebih siap menghadapi tantangan bisnis modern, dan lebih terbuka terhadap peluang usaha berbasis teknologi. Kesiapan tersebut menimbulkan rasa antusias dan keterikatan emosional terhadap aktivitas kewirausahaan sehingga mendorong terbentuknya niat berwirausaha.

Pengaruh *innovation mindset* terhadap *entrepreneurial intention* yang dimediasi oleh *entrepreneurial passion*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *entrepreneurial passion* mampu memediasi pengaruh *innovation mindset* terhadap *entrepreneurial intention*, sehingga hipotesis ketujuh **diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa pola pikir inovatif tidak hanya secara langsung meningkatkan niat berwirausaha, tetapi juga melalui terbentuknya semangat dan dorongan emosional terhadap aktivitas kewirausahaan.

Innovation mindset menggambarkan pola pikir yang kreatif, adaptif, dan terbuka terhadap peluang baru serta berorientasi pada penciptaan solusi dan nilai tambah. Individu dengan *innovation mindset* yang tinggi cenderung menikmati proses eksplorasi ide dan pengembangan peluang usaha, sehingga dapat memunculkan emosi positif dan motivasi intrinsik terhadap aktivitas kewirausahaan.

Kondisi tersebut mendorong terbentuknya *entrepreneurial passion*, yaitu semangat dan dorongan emosional yang kuat dalam menjalankan usaha (Karimi, 2020). Individu yang memiliki passion terhadap kewirausahaan akan lebih percaya diri, antusias, dan memiliki komitmen yang lebih tinggi dalam menjalankan bisnis, sehingga mampu meningkatkan *entrepreneurial intention*.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Flores Pérez & Guevara (2023) yang menyatakan bahwa *entrepreneurial passion* dapat menjadi mekanisme mediasi yang menjembatani pengaruh pola pikir inovatif terhadap niat berwirausaha. Dengan demikian, semakin tinggi *innovation mindset* individu, semakin tinggi pula *entrepreneurial passion* yang terbentuk, sehingga pada akhirnya akan meningkatkan *entrepreneurial intention*.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *digital*

entrepreneurship readiness dan *innovation mindset* terhadap *entrepreneurial intention* dengan *entrepreneurial passion* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa aktif dan *fresh graduate* di Kabupaten Kendal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima. *Digital entrepreneurship readiness*, *innovation mindset*, dan *entrepreneurial passion* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*.

Selain itu, *digital entrepreneurship readiness* dan *innovation mindset* juga terbukti berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial passion*. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *entrepreneurial passion* mampu memediasi pengaruh *digital entrepreneurship readiness* dan *innovation mindset* terhadap *entrepreneurial intention*.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kesiapan digital dan pola pikir inovatif menjadi faktor penting dalam meningkatkan niat berwirausaha pada generasi muda di era ekonomi digital. Individu yang memiliki kesiapan dalam memanfaatkan teknologi digital serta pola pikir yang kreatif dan adaptif cenderung memiliki semangat, antusiasme, dan dorongan emosional yang lebih tinggi terhadap aktivitas kewirausahaan, sehingga mampu meningkatkan niat untuk memulai usaha.

Kejelasan temuan baru dalam penelitian ini terletak pada pengujian peran *entrepreneurial passion* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *digital entrepreneurship readiness* dan *innovation mindset* terhadap *entrepreneurial intention*. Penelitian mengenai pengaruh langsung *digital entrepreneurship readiness* dan *innovation mindset* terhadap *entrepreneurial passion* masih relatif terbatas, sehingga penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam pengembangan literatur

kewirausahaan digital dan psikologi kewirausahaan.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa *entrepreneurial passion* tidak hanya berperan sebagai faktor psikologis individu, tetapi juga sebagai mekanisme yang menjembatani pengaruh kesiapan digital dan pola pikir inovatif terhadap terbentuknya niat berwirausaha. Dengan demikian, penelitian ini mengembangkan pemahaman bahwa pembentukan *entrepreneurial intention* pada era digital tidak hanya dipengaruhi oleh aspek kemampuan dan pengetahuan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor emosional dan motivasional individu.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti *entrepreneurial self-efficacy*, *digital literacy*, *perceived behavioral control*, atau dukungan lingkungan sosial. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat memperluas objek penelitian pada pelaku UMKM, startup digital, maupun generasi muda di wilayah yang lebih luas agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi. Penggunaan metode penelitian longitudinal dan pendekatan campuran (*mixed methods*) juga dapat dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses terbentuknya *entrepreneurial intention* di era digital

DAFTAR PUSTAKA

- Alkhalaileh, M. Y., & Qasim, D. (2026). The impact of AI literacy on E-entrepreneurial intention: the mediating role of E-self-efficacy and innovation mindset. *Entrepreneurship Education*, 1–20.
- Badan Pusat Statistik. (2026, August 31). *Kondisi Pengangguran Saat Ini*. Badan Pusat Statistik.
- Balsmeier, B., & Woerter, M. (2019). Is this time different? How digitalization influences job creation and destruction. *Research Policy*, 48(8), 103765.

- <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.010>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change*, 84(2), 1–312. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-75361-4>
- Cahyo, S. D. (2022). Hubungan Antara Entrepreneurial Passion, Entrepreneurship Education Dan Creativity Terhadap Entrepreneurial Intention *Journal Economic Insights*, 1(2), 1–26.
- Flores Pérez, J. J., & Guevara, R. (2023). Mediating effect of entrepreneurial passion in the relationship between entrepreneurial orientation and innovative work behavior. *Measuring Business Excellence*, 27(3), 483–500. <https://doi.org/10.1108/MBE-10-2022-0126>
- Gregori, P., Holzmann, P., Krajger, I., Schwarz, E. J., & Harms, R. (2024). Entrepreneurship and environmental sustainability: the effects of passion and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 31(8), 228–250. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2023-0488>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Karimi, S. (2020). The role of entrepreneurial passion in the formation of students' entrepreneurial intentions. *Applied Economics*, 52(3), 331–344. <https://doi.org/10.1080/00036846.2019.1645287>
- Katadata. (2024, October 13). *Indonesia Butuh Lebih Banyak Wirausaha untuk Dorong Pertumbuhan Ekonomi*. Katadata.
- Kaufmann, C., & Kock, A. (2022). Does project management matter? The relationship between project management effort, complexity, and profitability. *International Journal of Project Management*, 40(6), 624–633. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2022.05.007>
- Kumar, L., & Sharma, R. K. (2025). Adapting to Industry 4.0: evaluating SMEs preparedness through a comprehensive digital readiness assessment maturity model by validating stakeholders' perceptions. *Business Process Management Journal*, 31(7), 2755–2800. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-07-2024-0546>
- Mamat, S. N., Shamsudin, A., Mohd Pauzi, N. F., Bustamam, K. S., Adanan, S. A., Abdullah Sani, A., & Saidin, A. (2023). Undergraduate Students' Outlook on their Digital Entrepreneurship Readiness, Attitude and Motivation. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(10). <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v13-i10/19031>
- Maziriri, E. T., Nyagadza, B., & Chuchu, T. (2024). Innovation conviction, innovation mindset and innovation creed as precursors for the need for achievement and women's entrepreneurial success in South Africa: entrepreneurial education as a moderator. *European Journal of Innovation Management*, 27(4), 1225–1248. <https://doi.org/10.1108/EJIM-03-2022-0156>
- Mirhabibi, A., Shayan, A., & Sahraei, S. (2025). Improving digital entrepreneurship readiness of business students: The moderating roles of digital mindset and digital education. *The International Journal of Management Education*, 23(2), 101151. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2025.101151>
- Moharamzadeh, M., Mahdavi Ghareh Agaj Olya, A., & Naghavi, L. (2025). Investigate the Mediating Role of Entrepreneurial Passion in the Impact

- of Digital Innovation on the Performance of New Sports Businesses. *Sports Business Journal*, 5(1), 75–89.
- Schindler. (2019). *Business Research Methods* (Thirteenth). McGraw Hill.
- Setyawan, D. A. (2019). Petunjuk Praktikum Normalitas & Homogenitas Data Dengan SPSS. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 2). Tahta Media Group.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 8.0 untuk hubungan moderasi dan mediasi*. Andi.
- Syed, I., Butler, J. C., Smith, R. M., & Cao, X. (2020). From entrepreneurial passion to entrepreneurial intentions: The role of entrepreneurial passion, innovativeness, and curiosity in driving entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*, 157, 109758.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109758>
- Wong, K. K.-K. (2013). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32.
- Yodchai, N., Ly, P. T. M., & Tran, L. T. T. (2022). How the creative mindset affects entrepreneurial success in the tourism sector: the mediating role of innovation capability. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(1), 279–298.
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2021-0695>