Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (2) 2026, Page: 37328-37338

Pengaruh Pengetahuan Technopreneurship Dan Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Orlando Gusti Ramadhani[1], Ramadani Kurniawan Ilham[*], Moh. Zaky Banuardi[*], Makmur Sujarwo*.
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal.
Email: orlandogusti1@gmail.com , ramadanyilham10@gmail.com , zakybanuardi18@gmail.com , makmursujarwo@gmail.com.

Published: July, 2026

ABSTRAK

Abstrak Indonesia: Tingginya angka pengangguran terdidik menuntut transformasi paradigma mahasiswa dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja berbasis digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan *technopreneurship* dan kepercayaan diri (*self-efficacy*) terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur (*literature review*) dengan melakukan analisis komparatif terstruktur terhadap 15 jurnal ilmiah nasional dan internasional yang relevan. Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa secara parsial, pengetahuan *technopreneurship* berkontribusi signifikan sebagai fondasi kognitif yang membekali mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang bisnis digital dan manajemen risiko. Sementara itu, kepercayaan diri bertindak sebagai motor penggerak psikologis internal yang membentuk stabilitas emosional, kemandirian, serta keberanian mengambil risiko di tengah ketidakpastian pasar. Secara simultan, integrasi antara literasi teknologi-bisnis yang matang dan efikasi diri yang tinggi menghasilkan dorongan multiplikatif yang paling optimal dalam mengonversi niat mahasiswa menjadi tindakan nyata wirausaha. Rekomendasi penelitian ini mendorong perguruan tinggi untuk mengoptimalkan peran inkubator bisnis kampus dan metode pembelajaran berbasis proyek guna menyelaraskan kesiapan akademik dengan kematangan mental mahasiswa.

Kata Kunci: *Technopreneurship*, Kepercayaan Diri, *Self-Efficacy*, Minat Berwirausaha, Mahasiswa.

ABSTRACT

Abstract Engslish: The high rate of educated unemployment demands a paradigm shift among university students from job seekers to digital-based job creators. This study aims to analyze the influence of technopreneurship knowledge and self-confidence (self-efficacy) on students' entrepreneurial intention. The research method employed is a literature review, conducting a structured comparative analysis of 15 relevant national and international scientific journals. The synthesized results indicate that partially, technopreneurship knowledge contributes significantly as a cognitive foundation, equipping students to identify digital business opportunities and mitigate operational risks. Meanwhile, self-confidence acts as an internal psychological driver that builds emotional stability, independence, and the courage to take risks amidst market uncertainty. Simultaneously, the integration of solid technology-business literacy and high self-efficacy creates the most optimal multiplicative boost in converting abstract intentions into real entrepreneurial actions. This study recommends that higher education institutions optimize the role of campus business incubators and project-based learning methods to align academic readiness with students' mental maturity.

***Keyword**: Technopreneurship, Self-Confidence, Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention, University Students.*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Di era digital dan disrupsi teknologi saat ini, struktur ekonomi global mengalami pergeseran eksponensial yang menuntut dunia perguruan tinggi untuk tidak hanya mencetak lulusan sebagai pencari kerja (*job seeker*), melainkan sebagai pencipta lapangan kerja (*job creator*). Fenomena tingginya angka pengangguran terdidik dari kalangan sarjana menuntut adanya perubahan paradigma berpikir mahasiswa agar melirik dunia wirausaha. Transformasi ini menjadi sangat krusial mengingat lanskap bisnis modern kini didominasi oleh integrasi teknologi dan inovasi digital. Oleh karena itu, konsep kewirausahaan konvensional saja tidak lagi cukup; mahasiswa memerlukan pemahaman mendalam mengenai *technopreneurship* sebagai bekal kompetitif di era digital (Siregar dkk., 2023)

Pengetahuan mengenai *technopreneurship* bertindak sebagai fondasi kognitif utama yang mengarahkan minat mahasiswa untuk membangun bisnis berbasis teknologi. Melalui kurikulum atau mata kuliah *technopreneurship*, mahasiswa dibekali pemahaman tentang komersialisasi teknologi, adopsi inovasi, dan mitigasi risiko pasar (Ramadhan dkk., 2024). Pengetahuan teoritis yang didukung oleh praktik inovasi teknologi terbukti mampu merangsang ketertarikan mahasiswa secara signifikan untuk memulai usaha sejak dini (Wardani & Dewi, 2020). Bahkan, bagi mahasiswa yang tidak memiliki latar belakang pendidikan bisnis sekalipun, literasi dan pengenalan mendasar mengenai komersialisasi teknologi ini memberikan dorongan nyata bagi mereka untuk berani menjajaki dunia usaha digital ((Soomro & Shah, 2021). Kurikulum yang dikombinasikan secara kontekstual melalui wadah inkubator bisnis di kampus juga terbukti efektif mengubah intensi abstrak mahasiswa menjadi sebuah minat tindakan nyata yang adaptif terhadap pasar (Aulia dkk. & Taqwa dkk.). Oleh karena itu, penguasaan pengetahuan kewirausahaan merupakan investasi modal kognitif mutlak sebelum seorang mahasiswa memutuskan untuk terjun menjadi wirausahawan (Aini & Oktafani)

Namun, memiliki pengetahuan teknis saja tidak akan cukup tanpa didukung oleh kesiapan aspek psikologis internal dari dalam diri mahasiswa itu sendiri. Faktor internal yang memainkan peran krusial tersebut adalah kepercayaan diri atau efikasi diri (*self-efficacy*). Kepercayaan diri merupakan keyakinan subjektif individu atas kemampuan dirinya untuk menghadapi tantangan, mengelola ketidakpastian pasar, serta bangkit dari kegagalan awal dalam sebuah siklus bisnis (Rachmat). Tanpa adanya kepercayaan atas kapasitas diri yang matang, mahasiswa akan mudah goyah oleh opini negatif lingkungan luar dan ragu-ragu untuk mengeksekusi ide bisnis mereka (Khairunnisa & Lestari & Wijaya). Sebaliknya, tingkat kepercayaan diri yang tinggi terbukti secara empiris memicu lahirnya keberanian mengambil risiko, kemandirian bertindak, dan menumbuhkan daya kreativitas dalam memecahkan masalah ekonomi (Ketaren & Wijayanto & Surapati dkk.).

Ketika pengetahuan tentang tata cara berbisnis berbasis teknologi (*technopreneurship*) bersinergi dengan kondisi mentalitas kepercayaan diri yang kuat, kombinasi kedua faktor ini akan menghasilkan dorongan multiplikatif yang sangat kuat terhadap niat dan minat mahasiswa untuk berwirausaha (Heryani & Uma & Anasrulloh). Sinergi antara kesiapan kognitif berupa penguasaan teknologi-bisnis dan kesiapan afektif berupa keyakinan psikologis merupakan modal utama paling determinan bagi generasi muda saat ini ((Alamsyahrir & Ie).

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Minat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Minat berwirausaha pada kalangan mahasiswa merupakan pemusatan perhatian, keinginan, dan kesediaan mental individu untuk merencanakan, mendirikan, serta menjalankan sebuah unit usaha mandiri dengan keberanian mengambil risiko. Minat ini tidak muncul secara spontan, melainkan dibentuk oleh akumulasi faktor kognitif internal dan pengaruh sosiologis eksternal (Aini & Oktafani, 2020). Di era modern, ketertarikan mahasiswa bergeser dari model bisnis konvensional menuju bentuk usaha yang adaptif terhadap perubahan teknologi, atau yang dikenal dengan intensi *technopreneurship* (Alamsyahrir, 2022)

Minat wirausaha mencakup indikator kesiapan tindakan, eksplorasi peluang bisnis digital, dan komitmen waktu untuk berinovasi (Siregar dkk., 2022). Dalam konteks akademik, peningkatan minat berwirausaha secara nyata dapat diukur dari bagaimana mahasiswa mengubah pola pikir dari pencari kerja menjadi pencipta nilai ekonomi baru (Ramadhan dkk., 2024)

2.2 Pengetahuan *Technopreneurship* (X1)

Technopreneurship merupakan integrasi strategis antara pemanfaatan teknologi mutakhir dengan basis ilmu kewirausahaan yang berfokus pada inovasi, kreativitas, dan penciptaan peluang pasar baru. Pengetahuan *technopreneurship* mengacu pada tingkat pemahaman, literasi, dan kapasitas kognitif mahasiswa mengenai

dasar-dasar bisnis berbasis teknologi, proses komersialisasi produk digital, serta manajemen risiko operasional (Soomro & Shah, 2021) Pendidikan formal di perguruan tinggi memegang peranan utama sebagai instrumen transfer pengetahuan ini. Melalui paparan materi kurikulum dan partisipasi dalam inkubator bisnis kampus, mahasiswa mendapatkan bekal praktis dan konseptual yang memadai (Aulia dkk., 2025). Pengetahuan kewirausahaan yang matang bertindak sebagai modal utama bagi mahasiswa agar mampu melihat celah pasar dan merumuskan model bisnis yang terstruktur (Wardani & Dewi, 2020). Tanpa literasi *technopreneurship* yang memadai, ketertarikan mahasiswa terhadap dunia bisnis digital cenderung bersifat abstrak dan sulit dieksekusi menjadi langkah nyata (Uma & Anasrulloh, 2023).

2.3 Kepercayaan Diri (*Self-Confidence* / *Self-Efficacy*) (X2)

Kepercayaan diri dalam konteks kewirausahaan sering direpresentasikan melalui konsep efikasi diri (*self-efficacy*), yaitu keyakinan subjektif individu atas kompetensi, keahlian, dan kapasitas yang dimilikinya dalam mengorganisasi tindakan demi mencapai target bisnis (Rachmat, 2025). Faktor psikologis internal ini menentukan seberapa besar usaha yang akan dikeluarkan oleh mahasiswa dan seberapa lama mereka mampu bertahan di tengah tekanan atau ketidakpastian pasar (Khairunnisa, 2024)

Mahasiswa dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi memiliki stabilitas emosional yang baik, sehingga mereka tidak mudah terpengaruh oleh stigma negatif lingkungan sosial mengenai risiko kegagalan usaha (Wijaya, 2021). Kepercayaan diri juga berkorelasi positif dengan kemandirian bertindak dan keberanian mengambil keputusan finansial strategis. Dalam dunia *technopreneurship* yang dinamis, keyakinan personal atas kemampuan menguasai teknologi baru menjadi motor penggerak utama yang mengubah potensi akademis menjadi daya saing kompetitif (Alamsyahrir, 2022).

2.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Studi literatur ini mengacu pada hasil komparasi empiris dari penelitian terdahulu yang secara konsisten menguji hubungan antar variabel tersebut. Berbagai temuan menunjukkan adanya konvergensi hasil:

1. Pengaruh X1 terhadap Y: Pengetahuan *technopreneurship* dan program inkubasi terbukti memberikan landasan teknis yang secara signifikan meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa (Ramadhan dkk., 2024)
2. Pengaruh X2 terhadap Y: Faktor *self-efficacy* atau kepercayaan diri terbukti secara mandiri berkontribusi kuat dalam membangun kekuatan mental mahasiswa untuk memilih jalur karir sebagai wirausahawan (Rachmat, 2025).
3. Pengaruh Simultan (X1 dan X2 terhadap Y): Integrasi antara penguasaan literasi teknologi-bisnis (kognitif) dan kematangan efikasi diri (afektif) menghasilkan pengaruh positif, simultan, dan signifikan yang paling optimal terhadap pembentukan minat berwirausaha mahasiswa di era digital (Siregar dkk., 2023).

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan teori dan penelitian terdahulu, hubungan logis antar variabel dalam jurnal ini dapat dirumuskan ke dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

1. Parsial (H1): Pengetahuan *Technopreneurship* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Y).
2. Parsial (H2): Kepercayaan Diri (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Y).
3. Simultan (H3): Pengetahuan *Technopreneurship* (X1) dan Kepercayaan Diri (X2) secara bersama sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Y).

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini didesain sebagai penelitian kualitatif dengan menggunakan metode Studi Literatur (Literature Review).Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, mengevaluasi, dan mensintesis draf penelitian terdahulu secara sistematis guna menjawab pertanyaan penelitian yang spesifik. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan studi literatur digunakan untuk mengkaji dan menganalisis berbagai teori, konsep, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan biaya pengetahuan technopreneurship, kepercayaan diri, dan minat berwirausaha mahasiswa. Melalui penelaahan literatur yang relevan, penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh biaya pengetahuan technopreneurship dan kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa tanpa melakukan pengumpulan data primer secara langsung di lapangan.

3.2 Strategi pencarian literatur

Sumber data dalam penelitian ini sepenuhnya menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui penelusuran artikel jurnal ilmiah, buku, prosiding, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan pada basis data elektronik *(electronic database)* bereputasi nasional maupun internasional, seperti *Google Scholar, ScienceDirect, ResearchGate,* dan Sinta. Proses pencarian literatur dilakukan dengan menggunakan kombinasi kata kunci *(keywords)* berbasis operator sebagai berikut:

1. *Keywords* Bahasa Indonesia: "Pengetahuan *Technopreneurship"* & "Kepercayaan Diri" & "Minat Berwirausaha" & "Mahasiswa"
2. *Keywords* Bahasa Inggris: *"Technopreneurship Knowledge" AND "Self-Confidence" AND "Entrepreneurial Intention" AND "University Students"*

3.3 Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Untuk menjaga kualitas, relevansi, dan kemutakhiran analisis, peneliti menetapkan kriteria inklusi dan eksklusi terhadap artikel ilmiah yang ditemukan.

Kriteria Inklusi:

1. Artikel dipublikasikan dalam rentang waktu beberapa tahun terakhir (utamanya tahun 2020–2026) untuk memastikan kebaruan informasi.
2. Artikel membahas pengetahuan *technopreneurship,* kepercayaan diri, minat berwirausaha, atau hubungan di antara variabel-variabel tersebut pada mahasiswa maupun generasi muda.
3. Artikel memiliki struktur penulisan ilmiah yang lengkap, meliputi pendahuluan, metode penelitian, hasil, dan pembahasan yang jelas.
4. Artikel berasal dari jurnal ilmiah, prosiding, atau publikasi akademik yang terindeks dan dapat diakses secara penuh *(full text).*

Kriteria Eksklusi:

1. Artikel yang tidak membahas pengetahuan *technopreneurship,* kepercayaan diri, atau minat berwirausaha.
2. Artikel yang berfokus pada kelompok responden selain mahasiswa tanpa memiliki keterkaitan dengan pengembangan minat berwirausaha.
3. Artikel yang tidak memiliki metodologi penelitian yang jelas atau hanya berupa opini, editorial, dan artikel non-ilmiah.
4. Artikel duplikat yang ditemukan pada lebih dari satu basis data pencarian.

3.4 Tahapan Analisis Data

Proses analisis data sekunder dalam studi literatur ini mengadopsi model analisis isi *(content analysis)* yang dilakukan melalui empat tahapan sistematis sebagai berikut:

1. Tahap Reduksi Data *(Data Reduction)*

Peneliti membaca abstrak, hasil, dan pembahasan dari jurnal-jurnal terpilih, kemudian menyortir informasi yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu pengetahuan technopreneurship, kepercayaan diri, dan minat berwirausaha mahasiswa.

2. Tahap Pemetaan Data *(Data Mapping)*
Literatur yang telah diseleksi kemudian dikelompokkan ke dalam beberapa kluster, seperti kluster pengetahuan technopreneurship, kluster kepercayaan diri *(self-confidence),* dan kluster minat berwirausaha mahasiswa untuk memudahkan proses analisis hubungan antarvariabel.
3. Tahap Perbandingan Data *(Data Comparison)*
Peneliti melakukan analisis komparatif dengan membandingkan hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh pengetahuan technopreneurship dan kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Perbandingan dilakukan untuk mengidentifikasi persamaan, perbedaan, serta faktor-faktor yang memengaruhi hubungan antarvariabel.
4. Tahap Penarikan Kesimpulan *(Synthesizing)*
Peneliti mensintesis berbagai temuan dari literatur yang telah dianalisis untuk menarik kesimpulan mengenai pengaruh pengetahuan *technopreneurship* dan kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa, serta merumuskan kerangka konseptual yang dapat menjelaskan hubungan antarvariabel tersebut secara komprehensif.

PEMBAHASAN

NO	Penulis & Tahun	Judul Jurnal	Variabel yang Diteliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian / Temuan Utama
1	Heryani (2022)	Pengaruh *Self Efficacy* dan Literasi *Technopreneurship* terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa	*Self-Efficacy* (X2), Literasi *Technopreneurship* (X1), Minat Wirausaha (Y)	Kuantitatif, Regresi Linier Berganda (92 Mahasiswa)	Baik *self-efficacy* maupun literasi *technopreneurship* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap minat wirausaha.
2	Aulia, Syahbudi, & Aslami (2025)	Pengaruh Pendidikan *Technopreneur* dan Motivasi Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Pendidikan *Technopreneur* (X1), Motivasi (X2), Minat Berwirausaha (Y)	Kuantitatif, SEM-PLS (*Theory of Planned Behavior*)	Pendidikan *technopreneur* yang kontekstual secara signifikan mendorong niat bertindak dan membentuk minat wirausaha digital mahasiswa.
3	Alamsyahrir & Ie (2022)	Technopreneurial Intention: The Role of Self-Efficacy, Entrepreneurship Education, and Relation Support	*Self-Efficacy* (X2), Pendidikan Kewirausahaan (X1),	Kuantitatif, Analisis Regresi	*Self-efficacy* (kepercayaan diri) terbukti menjadi faktor internal paling kuat dalam

			Technopreneurial Intention (Y)		mendorong minat mahasiswa terjun ke dunia teknologi-bisnis (*technopreneur*).
4	Khairunnisa (2024)	Pengaruh Kepercayaan Diri dan Literasi Finansial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Kepercayaan Diri (X2), Literasi Finansial, Minat Berwirausaha (Y)	Kuantitatif, Survei Regresi	Kepercayaan diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wirausaha. Mahasiswa tidak mudah goyah oleh opini luar jika percaya diri tinggi.
5	Surapati (2025)	Pengaruh Kepercayaan Diri dan Literasi Finansial Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa S1	Kepercayaan Diri (X2), Literasi Finansial, Minat Berwirausaha (Y)	Kuantitatif, Regresi Linier Berganda	Secara parsial, kepercayaan diri berkontribusi kuat dengan nilai signifikansi < 0.05 dalam membangun ketertarikan mahasiswa untuk mandiri secara ekonomi.
6	Wardani & Dewi (2022)	Peran Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Peningkatan Minat Berwirausaha Mahasiswa	Pengetahuan Kewirausahaan (X1), Motivasi, Minat Berwirausaha (Y)	Kuantitatif Deskriptif	Pengetahuan teoritis yang didukung oleh praktik inovasi teknologi secara signifikan meningkatkan minat mahasiswa untuk memulai usaha sejak kuliah.
7	Ramadhan (2024)	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha: Studi Kasus Mata Kuliah *Technopreneurship*	Mata Kuliah *Technopreneurship* (X1), Minat Berwirausaha (Y)	Studi Kasus, Kuantitatif	Kurikulum berbasis *technopreneurship* dan inovasi mengubah pola pikir mahasiswa dari sekadar

					pekerja menjadi pencipta lapangan kerja.
8	Rachmat (2025)	Hubungan *Self Efficacy* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	*Self-Efficacy* / Kepercayaan Diri (X2), Minat Berwirausaha (Y)	Kuantitatif, Korelasional	Tingginya *self-efficacy* membantu mahasiswa mengelola stres bisnis, ketidakpastian pasar, serta bangkit dari kegagalan awal usaha.
9	Soomro & Shah (2021)	Technopreneurship Intention Among Non-Business Students: A Quantitative Assessment	*Technopreneurship Knowledge* (X1), *Technopreneurship Intention* (Y)	Kuantitatif, Survei Kuesioner	Pengetahuan mendasar mengenai teknologi dan komersialisasi memberikan dorongan nyata bagi mahasiswa non-bisnis untuk mencoba *technopreneurship*.
10	Ketaren & Wijayanto (2021)	Pengaruh Kemandirian dan *Self-Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa	Kemandirian, *Self-Efficacy* (X2), Minat Berwirausaha (Y)	Kuantitatif Eksplanatori	*Self-efficacy* atau kepercayaan atas kapasitas diri memicu munculnya ide-ide kreatif dan keberanian mengambil risiko usaha bagi mahasiswa.
11	Uma & Anasrulloh (2023)	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Pendidikan Kewirausahaan (X1), Efikasi Diri (X2), Minat Berwirausaha (Y)	Kuantitatif	Pendidikan formal digabung dengan efikasi diri yang tinggi menghasilkan korelasi ganda yang sangat kuat terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
12	Taqwa dan Elfizon (2022)	Implementasi *Technopreneurship* Berbasis Inkubator Bisnis Untuk Meningkatkan	*Technopreneurship* Praktis (X1), Sikap, Minat Wirausaha (Y)	Eksperimen / Studi Evaluatif	Pembelajaran *technopreneurship* yang dikombinasikan dengan

		Sikap, Minat dan Perilaku Wirausaha			inkubator bisnis kampus terbukti efektif menaikkan minat nyata mahasiswa secara praktis.
13	Aini & Oktafani (2020)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha	Pengetahuan Kewirausahaan (X1), Motivasi, Minat Berwirausaha (Y)	Kuantitatif	Pengetahuan mengenai dunia usaha merupakan pondasi kognitif dasar sebelum akhirnya mahasiswa memutuskan memiliki minat berwirausaha.
14	Lestari & Wijaya (2021)	Pengaruh *Self Confidence*, Pendidikan Kewirausahaan Dan Literasi Ekonomi Terhadap Minat Berwirausaha	*Self Confidence* (X2), Pendidikan Kewirausahaan (X1), Minat Berwirausaha (Y)	Kuantitatif	Karakteristik kematangan *self-confidence* membuat mahasiswa tidak mudah terombang-ambing oleh pendapat negatif orang lain mengenai jalur wirausaha.
15	Siregar (2023)	Analisis Faktor Internal yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha di Era Digital	Faktor Internal (Kepercayaan Diri - X2), Literasi Digital (X1), Minat (Y)	Kuantitatif Deskriptif	Di era digital, kombinasi kepercayaan diri personal dan pemahaman atas adopsi teknologi (*technopreneur*) menjadi modal utama penentu minat usaha mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Diskusi dan Sintesis Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis isi dan pemetaan terstruktur terhadap 15 jurnal ilmiah nasional maupun internasional yang relevan, ditemukan bukti empiris yang konsisten bahwa Minat Berwirausaha Mahasiswa di era digital dibentuk oleh intervensi dinamis antara faktor kognitif eksternal dan faktor psikologis internal. Sintesis dari keseluruhan literatur ini secara bulat menunjukkan bahwa Pengetahuan

Technopreneurship dan Kepercayaan Diri memiliki kontribusi yang signifikan, baik secara mandiri (parsial) maupun ketika berinteraksi bersama-sama (simultan).

Dalam konteks analisis parsial pertama, Pengetahuan *Technopreneurship* terbukti bertindak sebagai fondasi kognitif utama yang mengarahkan minat mahasiswa untuk membangun bisnis berbasis teknologi. Pemahaman mengenai dunia usaha merupakan investasi modal kognitif mutlak yang harus dimiliki sebelum minat berwirausaha tumbuh. Tanpa literasi yang memadai, ketertarikan mahasiswa terhadap dunia bisnis digital cenderung bersifat abstrak, mengawang-awang, dan sulit dieksekusi menjadi langkah nyata. Intervensi akademik melalui paparan kurikulum dan mata kuliah *Technopreneurship* yang didukung praktik inovasi terbukti mampu mengubah pola pikir mahasiswa secara radikal dari sekadar pencari kerja menjadi tertarik menciptakan lapangan kerja baru dengan memanfaatkan celah teknologi. Dampak variabel ini bahkan melintasi batas disiplin ilmu, di mana literasi teknologi dan komersialisasi dasar mampu memberikan dorongan nyata bagi mahasiswa berlatar belakang non-bisnis untuk ikut bersaing membangun bisnis digital. Lebih lanjut, efektivitas pengetahuan ini akan meningkat tajam jika diimplementasikan melalui pendekatan praktis dan ekosistem yang tepat, seperti inkubator bisnis kampus yang melatih kompetensi manajemen risiko dan eksplorasi peluang digital mahasiswa secara riil.

Namun, aspek kognitif berupa pengetahuan tidak akan mampu menggerakkan tindakan tanpa didukung oleh kesiapan aspek psikologis internal, yaitu Kepercayaan Diri atau *Self-Efficacy*. Hasil tinjauan literatur menunjukkan bahwa kepercayaan diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wirausaha serta bertindak sebagai motor penggerak mental utama. *Self-efficacy* terbukti menjadi faktor internal paling kuat yang mendorong minat mahasiswa untuk terjun ke dunia teknologi-bisnis. Karakteristik utama dari kepercayaan diri yang matang adalah stabilitas emosional yang baik, sehingga mahasiswa memiliki imunitas psikologis dan tidak mudah goyah atau terombang-ambing oleh opini negatif lingkungan sosial yang meragukan jalur pilihan karirnya. Berbisnis di era digital penuh dengan volatilitas, sehingga tingginya *self-efficacy* berkorelasi langsung dengan kemampuan mahasiswa dalam mengelola stres bisnis, mengatasi ketidakpastian pasar, serta memiliki daya tahan (*resilience*) untuk bangkit dari kegagalan awal usaha. Keyakinan atas kapasitas diri ini juga memicu lahirnya ide-ide kreatif serta keberanian mengambil keputusan finansial dan risiko pasar. Secara statistik empiris, pengujian parsial memperkuat temuan ini melalui nilai signifikansi kecil yang menunjukkan kontribusi kuat kepercayaan diri dalam memantapkan niat mahasiswa untuk mandiri secara ekonomi sejak bangku perkuliahan.

Secara simultan (gabungan), ketika Pengetahuan *Technopreneurship* bersinergi dengan Kepercayaan Diri, kombinasi kedua faktor ini menghasilkan dorongan multiplikatif (efek pelipatgandaan) yang paling optimal. Pendidikan formal kewirausahaan yang digabungkan dengan efikasi diri yang tinggi menghasilkan korelasi ganda yang sangat kuat terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Pengetahuan technopreneurship memberikan komponen "kemampuan/bisa" (peta jalan, navigasi bisnis, adopsi teknologi), sedangkan kepercayaan diri memberikan komponen "keberanian/mau" (energi eksekusi, kekuatan mental). Mahasiswa yang hanya memiliki pengetahuan tanpa percaya diri akan mengalami kelumpuhan analisis (*analysis paralysis*), sedangkan memiliki kepercayaan diri tanpa pengetahuan akan memicu tindakan ceroboh tanpa perhitungan risiko. Karakteristik industri digital saat ini yang dinamis, kompetitif, dan disruptif memerlukan kedua modal ini secara bersamaan. Kombinasi kesiapan mental personal dan literasi teknologi bisnis yang kuat merupakan modal utama dan paling determinan bagi generasi muda saat ini.

Sebagai bentuk sintesis akhir, seluruh temuan dari 15 jurnal ini membawa implikasi praktis yang nyata bahwa institusi perguruan tinggi tidak boleh hanya fokus pada pemberian teori di dalam kelas. Pendidikan tinggi harus mengoptimalkan metode pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*) dan inkubator bisnis kampus guna menyelaraskan kesiapan akademik dengan kematangan mental mahasiswa agar minat wirausaha yang tumbuh dapat terwujud menjadi tindakan bisnis yang nyata.

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan komparasi literatur terhadap 15 jurnal penelitian yang relevan, maka kesimpulan dari studi ini adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan *Technopreneurship* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Y). Pengetahuan ini bertindak sebagai fondasi kognitif utama. Kurikulum, mata kuliah *technopreneurship*, dan keberadaan inkubator bisnis di kampus terbukti efektif membuka cakrawala mahasiswa dalam mengenali peluang bisnis digital, melakukan komersialisasi teknologi, serta memitigasi risiko usaha secara terukur.
2. Kepercayaan Diri atau *Self-Efficacy* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Y). Faktor psikologis internal ini menjadi motor penggerak mental. Mahasiswa dengan kepercayaan diri yang tinggi memiliki ketahanan emosional yang kuat, lebih mandiri, berani mengambil risiko finansial, dan tidak mudah goyah oleh stigma negatif lingkungan luar saat memulai bisnis.
3. Secara Simultan (Bersama-sama), Pengetahuan *Technopreneurship* (X1) dan Kepercayaan Diri (X2) memiliki pengaruh multiplikatif yang kuat terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Y). Sinergi antara kesiapan aspek kognitif (kemampuan adopsi teknologi-bisnis) dan aspek afektif (keyakinan mental atas kapasitas diri) merupakan kombinasi paling determinan yang mengubah intensi abstrak mahasiswa menjadi tindakan nyata wirausaha di era digital.

6.2 Saran

Mengacu pada kesimpulan di atas, beberapa saran strategis yang dapat direkomendasikan adalah:

1. Bagi Institusi Perguruan Tinggi:

    1) Diharapkan tidak hanya fokus pada pemberian teori kewirausahaan di dalam kelas, melainkan memperkuat implementasi inkubator bisnis kampus dan kemitraan dengan industri digital. Hal ini penting untuk memfasilitasi mahasiswa dalam mempraktikkan langsung pengetahuan *technopreneurship* mereka.
    2) Mengintegrasikan metode pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*) yang dapat mengasah *soft skills*, kemandirian, dan kepercayaan diri mahasiswa dalam mengeksekusi ide bisnis nyata.

2. Bagi Mahasiswa:

    1) Mahasiswa disarankan untuk lebih aktif memanfaatkan fasilitas ekosistem digital kampus (seperti seminar teknopreneur, kompetisi bisnis, atau laboratorium inovasi) guna memperluas literasi teknologi dan membangun jejaring bisnis sejak dini.
    2) Melatih kesiapan mental dan efikasi diri dengan berani mengambil risiko kecil dan memandang kegagalan awal sebagai proses belajar dalam siklus berwirausaha.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya:

    1) Mengingat penelitian ini menggunakan metode studi literatur, peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian empiris kuantitatif secara langsung di lapangan menggunakan kuesioner. Hal ini berguna untuk menguji apakah temuan dari 15 jurnal di atas memiliki tingkat validitas yang sama jika diterapkan pada karakteristik mahasiswa di

DAFTAR PUSTAKA

Aini, N., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(12), 1693-1706.

Alamsyahrir, A., & Ie, M. (2022). Technopreneurial Intention: The Role of Self-Efficacy, Entrepreneurship Education, and Relation Support. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 643-651.

Aulia, M., Syahbudi, M., & Aslami, N. (2025). Pengaruh Pendidikan Technopreneur dan Motivasi Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 11(1), 45-58.

Heryani, T. (2022). Pengaruh Self Efficacy dan Literasi Technopreneurship terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 112-125.

Ketaren, A. S., & Wijayanto, A. (2021). Pengaruh Kemandirian dan Self-Efficacy terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1015-1024.

Khairunnisa, R. (2024). Pengaruh Kepercayaan Diri dan Literasi Finansial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 14(1), 89-101.

Lestari, D. P., & Wijaya, A. (2021). Pengaruh Self Confidence, Pendidikan Kewirausahaan Dan Literasi Ekonomi Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(2), 241-252.

Rachmat, H. (2025). Hubungan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Psikologi dan Konseling*, 23(1), 12-25.

Ramadhan, A., Setiawan, B., & Cahyono, D. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha: Studi Kasus Mata Kuliah Technopreneurship. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 14(2), 178-191.

Siregar, M. A., Putri, R. E., & Utami, S. (2023). Analisis Faktor Internal yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis digital*, 2(3), 412-425.

Soomro, B. A., & Shah, N. (2021). Technopreneurship Intention Among Non-Business Students: A Quantitative Assessment. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 12(4), 585-602.

Surapati, U., Wardhana, A., & Pratama, Y. (2025). Pengaruh Kepercayaan Diri dan Literasi Finansial Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa S1. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 14(1), 77-89.

Taqwa, M. R., Elfizon, E., & Jalinus, N. (2022). Implementasi Technopreneurship Berbasis Inkubator Bisnis Untuk Meningkatkan Sikap, Minat dan Perilaku Wirausaha. *Jurnal Pendidikan Teknologi Kejuruan*, 5(2), 64-71.

Uma, K., & Anasrulloh, M. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 13(1), 103-116.

Wardani, K. S., & Dewi, R. S. (2020). Peran Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Peningkatan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(4), 532-541.