

Pengaruh E-Commerce, Literasi Keuangan, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Inang Aria Arifin^a, Riyans Ardiansyah^{*b}

^a Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Borneo Tarakan

^b Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Borneo Tarakan

*Corresponding author: riyans@borneo.ac.id

INFO ARTIKEL

Keywords:

E-commerce; Financial Literacy; Entrepreneurial Knowledge; Entrepreneurial Intention; Accounting Students

Kata Kunci:

E-commerce; Literasi Keuangan; Pengetahuan Kewirausahaan; Minat Berwirausaha; Mahasiswa Akuntansi

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of e-commerce, financial literacy, and entrepreneurial knowledge on the entrepreneurial intention of accounting students. A quantitative approach with a causal-comparative method was employed. The research population comprised students of the Accounting Study Program at Universitas Borneo Tarakan who had completed entrepreneurship courses, with the sample determined using proportionate stratified random sampling and the Slovin formula. Data were collected through a five-point Likert scale questionnaire adapted from previous validated studies and analyzed using multiple linear regression. The results reveal that e-commerce, financial literacy, and entrepreneurial knowledge simultaneously have a significant effect on entrepreneurial intention, with a coefficient of determination (R^2) of 0.536. Partially, entrepreneurial knowledge exerts a significant and dominant influence on entrepreneurial intention ($B = 0.635$; $Sig. = 0.000$), whereas e-commerce and financial literacy show no significant effects. These findings suggest that mastering entrepreneurial knowledge as a form of specific human capital plays a crucial role in fostering entrepreneurial intention among students in the digital era.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh e-commerce, literasi keuangan, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausal-komparatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Borneo Tarakan yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan, dengan sampel ditentukan melalui teknik proportionate stratified random sampling dan perhitungan menggunakan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner

berskala Likert lima poin yang telah diadaptasi dari instrumen penelitian terdahulu dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan e-commerce, literasi keuangan, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,536. Secara parsial, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan dan dominan terhadap minat berwirausaha ($B = 0,635$; $\text{Sig.} = 0,000$), sementara e-commerce dan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa penguasaan pengetahuan kewirausahaan sebagai bentuk modal manusia spesifik berperan penting dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa di era digital.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah ekosistem bisnis global, termasuk di Indonesia. Salah satu manifestasi nyata dari transformasi ini adalah pesatnya pertumbuhan *e-commerce*, yang tidak hanya mengubah pola konsumsi masyarakat tetapi juga menciptakan peluang baru di sektor kewirausahaan (Johan et al., 2022; Nufus et al., 2024). Bagi generasi muda, khususnya mahasiswa, *e-commerce* menghadirkan prospek wirausaha yang lebih inklusif melalui kemudahan akses pasar dan modal awal yang relatif rendah (Nasri, 2024). Namun demikian, kemudahan akses ini tidak secara otomatis berbanding lurus dengan meningkatnya minat berwirausaha.

Fenomena rendahnya minat mahasiswa untuk berwirausaha masih menjadi isu signifikan di Indonesia, termasuk di kalangan mahasiswa akuntansi. Studi Rini et al. (2024) mengungkapkan bahwa preferensi terhadap pekerjaan konvensional, kekhawatiran terhadap risiko, serta persepsi negatif terhadap kegagalan menjadi penghalang utama. Di sisi lain, literasi keuangan dan pengetahuan kewirausahaan telah diidentifikasi sebagai faktor penting yang dapat mendorong keputusan berwirausaha (Gomes, 2025; González-Prida et al., 2025). Literasi keuangan membekali individu dengan kemampuan mengelola sumber daya, mengurangi risiko finansial, dan meningkatkan keberlanjutan usaha (Taj & Reddy, 2024). Sementara itu, pengetahuan kewirausahaan dianggap sebagai bentuk modal manusia spesifik (*specific human capital*) yang berperan penting dalam membentuk *opportunity recognition* dan ketahanan bisnis (Majid, 2023; Plaha & Sharma, 2024).

Berdasarkan teori Planned Behavior (TPB), minat berwirausaha dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control (PBC) (Ajzen, 1991). Dalam konteks ini, *e-commerce* dapat meningkatkan PBC dengan memberikan sarana teknis untuk berbisnis, literasi keuangan dapat mendukung evaluasi risiko, dan pengetahuan kewirausahaan dapat memperkuat sikap serta kemampuan mengidentifikasi peluang (Purwati et al., 2023). Namun, temuan empiris penelitian ini menunjukkan bahwa

hanya pengetahuan kewirausahaan yang berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi. Temuan ini memperkuat argumen bahwa modal kognitif-spesifik lebih krusial dibandingkan eksposur teknologi atau pemahaman finansial umum.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam literatur kewirausahaan mahasiswa, khususnya di Indonesia, dengan menyoroti peran dominan pengetahuan kewirausahaan sebagai determinan minat berwirausaha, sekaligus memberikan implikasi bagi pengembangan kurikulum kewirausahaan yang lebih aplikatif dan berbasis kompetensi.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

1. E-Commerce dan Minat Berwirausaha

Perkembangan e-commerce telah mengubah paradigma bisnis tradisional menjadi berbasis digital, yang menawarkan kemudahan akses pasar, efisiensi biaya, dan peluang bisnis yang lebih luas (Nufus et al., 2024). Platform digital memungkinkan mahasiswa untuk memulai usaha dengan modal terbatas, memperluas jangkauan konsumen, serta mengurangi hambatan geografis (Purba et al., 2024). Menurut teori Planned Behavior (TPB), *perceived behavioral control* (PBC) dapat ditingkatkan melalui ketersediaan sarana yang mendukung, termasuk teknologi digital seperti e-commerce (Ajzen, 1991). Studi empiris menunjukkan bahwa paparan e-commerce berhubungan positif dengan intensi kewirausahaan, karena memberikan pengalaman langsung dalam bertransaksi dan berinteraksi dengan pasar (Alshebami & Al Marri, 2022). Namun, beberapa penelitian menegaskan bahwa teknologi hanya berfungsi sebagai *enabler*; tanpa kesiapan kognitif, pengaruhnya terhadap niat berwirausaha menjadi terbatas (Nasri, 2024).

Hipotesis 1 (H1): E-commerce berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

2. Literasi Keuangan dan Minat Berwirausaha

Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif (Gomes, 2025). Individu dengan literasi keuangan tinggi cenderung mampu mengevaluasi risiko dan peluang usaha dengan lebih baik, sehingga mendukung pengambilan keputusan bisnis yang tepat (González-Prida et al., 2025). Dalam kerangka TPB, literasi keuangan berkontribusi pada pembentukan sikap positif terhadap kewirausahaan melalui peningkatan persepsi kontrol atas sumber daya finansial (Purwati et al., 2023). Penelitian Taj & Reddy (2024) menunjukkan bahwa

literasi keuangan berperan signifikan dalam meningkatkan minat berwirausaha generasi muda. Namun, beberapa studi di Indonesia menemukan bahwa literasi keuangan personal belum tentu berhubungan langsung dengan minat bisnis, karena orientasinya lebih pada pengelolaan keuangan pribadi daripada usaha (Rini et al., 2024).

Hipotesis 2 (H2): Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa

3. Pengetahuan Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha

Pengetahuan kewirausahaan adalah bentuk specific human capital yang mencakup pemahaman tentang identifikasi peluang, pengelolaan usaha, kreativitas, inovasi, dan mitigasi risiko (Becker, 1993; Plaha & Sharma, 2024). Mahasiswa dengan pengetahuan kewirausahaan yang tinggi memiliki kemampuan lebih baik dalam merancang bisnis, mengantisipasi tantangan, dan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha (Majid, 2023). Pengetahuan ini memperkuat attitude dan PBC dalam kerangka TPB, sehingga meningkatkan intensi untuk berwirausaha (Purwati et al., 2023). Studi Hartika (2023) di Indonesia menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang aplikatif secara signifikan mendorong niat mahasiswa untuk berbisnis. Selain itu, penelitian Plaha & Sharma (2024) menegaskan bahwa pengetahuan berbasis kewirausahaan merupakan prediktor paling kuat bagi kesuksesan dan keberlanjutan usaha.

Hipotesis 3 (H3): Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal-komparatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran hubungan sebab-akibat secara objektif melalui analisis statistik (Umar, 2003). Penelitian dilakukan pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Borneo Tarakan yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan, mengingat kelompok ini telah mendapatkan dasar pengetahuan kewirausahaan yang relevan dengan tujuan penelitian. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa akuntansi yang memenuhi kriteria tersebut, sedangkan sampel ditentukan dengan teknik proportionate stratified random sampling untuk memastikan keterwakilan dari setiap angkatan mahasiswa. Ukuran sampel dihitung

menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan lima persen, yang sesuai untuk penelitian sosial dengan populasi terbatas (Sugiyono, 2022).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner berskala Likert lima poin, di mana skor satu menunjukkan tingkat ketidaksetujuan yang sangat rendah dan skor lima menunjukkan tingkat persetujuan yang sangat tinggi.

Pengumpulan data dilakukan secara langsung kepada responden melalui *google form*, dan data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan maupun parsial dari variabel e-commerce, literasi keuangan, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan kelayakan model regresi (Ghozali, 2021). Tingkat signifikansi ditetapkan pada lima persen untuk menguji hipotesis yang diajukan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel e-commerce memiliki rata-rata sebesar 47,30 dengan simpangan baku 4,464, menunjukkan data yang cenderung terkonsentrasi pada nilai tinggi dengan distribusi miring ke kiri. Variabel literasi keuangan memiliki rata-rata 45,76 dengan simpangan baku 5,890, menunjukkan variasi data yang lebih besar dan distribusi mendekati simetris. Pengetahuan kewirausahaan memiliki rata-rata 46,36 dengan simpangan baku 5,493 dengan distribusi sedikit miring ke kanan. Sementara itu, minat berwirausaha memiliki rata-rata tertinggi yaitu 47,42 dengan simpangan baku 6,086, menandakan tingkat variasi yang cukup besar di antara responden. Temuan ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan positif terhadap seluruh variabel yang diteliti, meskipun terdapat variasi individual dalam persepsi dan kesiapan mereka.

Table 1. Analisis deskriptif

Descriptive Statistics									
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Ecommerce	142	30	55	47,30	4,464	-1,000	0,203	2,362	0,404
Literasi Keu	142	27	60	45,76	5,890	0,030	0,203	0,364	0,404
Pengetahuan keu	142	31	60	46,36	5,493	0,156	0,203	0,318	0,404
Minat Wirausaha	142	20	60	47,42	6,086	-0,370	0,203	2,133	0,404
Valid N (listwise)	142								

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa model penelitian yang diajukan signifikan secara statistik. Uji ANOVA menghasilkan nilai F-hitung sebesar 53,226

dengan signifikansi 0,000 yang berarti e-commerce, literasi keuangan, dan pengetahuan kewirausahaan secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,536 menunjukkan bahwa 53,6 persen variasi minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, sementara sisanya 46,4 persen dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Hal ini menegaskan bahwa meskipun model memiliki daya jelaskan yang cukup kuat, terdapat faktor eksternal lain seperti dukungan sosial, akses modal, dan faktor psikologis yang berpotensi memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.

Table 2. Hasil Uji Model

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,732 ^a	0,536	0,526	4,189	1,835
a. Predictors: (Constant), Pengetahuan keu, Ecommerce, Literasi Keu					
b. Dependent Variable: Minat Wirausaha					

Sumber: Data Diolah, 2024

Table 3. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2801,401	3	933,800	53,226	,000
	Residual	2421,085	138	17,544		
	Total	5222,486	141			
a. Dependent Variable: Minat Wirausaha						
b. Predictors: (Constant), Pengetahuan keu, Ecommerce, Literasi Keu						

Sumber: Data Diolah, 2024

Uji parsial menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,635 dan signifikansi 0,000. Nilai beta standar sebesar 0,573 menunjukkan bahwa variabel ini memberikan kontribusi relatif paling besar dalam model. Temuan ini mendukung teori modal manusia yang menyatakan bahwa pengetahuan dan keterampilan spesifik meningkatkan kapasitas individu untuk mengenali dan mengeksplorasi peluang usaha (Becker, 1993; Plaha & Sharma, 2024). Hasil ini juga konsisten dengan penelitian Majid (2023) dan Hartika (2023) yang menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan secara signifikan meningkatkan niat dan keberhasilan berwirausaha mahasiswa.

Sebaliknya, e-commerce dan literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi

masing-masing 0,129 dan 0,147. Hasil ini menunjukkan bahwa keberadaan teknologi digital seperti e-commerce belum cukup untuk mendorong mahasiswa memilih jalur kewirausahaan tanpa kesiapan pengetahuan dan keterampilan yang memadai. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nasri (2024) yang menekankan bahwa teknologi hanya berperan sebagai fasilitator dan bukan faktor penentu dalam membentuk intensi berwirausaha. Demikian pula, literasi keuangan yang bersifat umum lebih banyak digunakan untuk pengelolaan keuangan pribadi dan tidak selalu diterjemahkan menjadi kesiapan memulai usaha (Taj & Reddy, 2024; Rini et al., 2024).

Table 4. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,910	4,243		1,157	0,249
	Ecommerce	0,130	0,085	0,095	1,526	0,129
	Literasi Keu	0,151	0,104	0,147	1,459	0,147
	Pengetahuan keu	0,635	0,108	0,573	5,868	0,000

a. Dependent Variable: Minat Wirausaha

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi, sedangkan *e-commerce* dan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Temuan ini selaras dengan pandangan *human capital theory*, yang menekankan bahwa keterampilan dan pengetahuan spesifik merupakan aset utama dalam membangun kapasitas wirausaha (Becker, 1993). Mahasiswa dengan pengetahuan kewirausahaan yang memadai cenderung memiliki *alertness* lebih tinggi dalam mengenali peluang, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan merancang strategi bisnis (Majid, 2023; Plaha & Sharma, 2024).

Ketiadaan pengaruh signifikan dari *e-commerce* mengindikasikan bahwa akses terhadap platform digital tidak menjamin lahirnya minat berwirausaha, tanpa adanya kesiapan kognitif dan mental yang mendukung. Temuan ini konsisten dengan studi Nasri (2024) yang menyatakan bahwa teknologi hanya menjadi *enabler*, bukan *determinant* dalam perilaku kewirausahaan. Demikian pula, literasi keuangan yang tidak signifikan dapat disebabkan oleh orientasi mahasiswa yang lebih berfokus pada *financial knowledge for personal finance* dibandingkan pada *business financial*

literacy, sehingga tidak langsung berkontribusi terhadap minat membuka usaha (Taj & Reddy, 2024).

Implikasi praktis dari hasil ini adalah perlunya pendekatan pendidikan kewirausahaan yang lebih aplikatif dan berbasis pengalaman. Program inkubasi bisnis, pelatihan berbasis proyek, dan kolaborasi dengan pelaku industri dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan pengetahuan kewirausahaan sekaligus membangun kepercayaan diri mahasiswa dalam berwirausaha (Hartika, 2023; Purba et al., 2024). Selain itu, integrasi literasi keuangan yang berorientasi bisnis dalam kurikulum dapat memperkuat kesiapan mahasiswa untuk mengelola risiko dan modal usaha secara lebih komprehensif.

Secara teoretis, penelitian ini menegaskan pentingnya mempertimbangkan *specific human capital* dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* untuk menjelaskan minat berwirausaha di era digital. Temuan ini juga membuka ruang penelitian lanjutan untuk menguji peran mediasi pengetahuan kewirausahaan antara literasi keuangan, pemanfaatan teknologi, dan minat berwirausaha.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan *e-commerce*, literasi keuangan, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi Universitas Borneo Tarakan, dengan kemampuan menjelaskan sebesar 53,6 persen. Namun, secara parsial hanya pengetahuan kewirausahaan yang berpengaruh signifikan dan menjadi faktor dominan dalam membentuk minat berwirausaha, sedangkan *e-commerce* dan literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Hasil ini menegaskan pentingnya penguasaan pengetahuan kewirausahaan sebagai bentuk modal manusia spesifik yang dapat mendorong mahasiswa untuk mengambil keputusan berwirausaha secara sadar dan terencana.

Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah penguatan konsep teori *Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dengan menegaskan bahwa *perceived behavioral control* dalam konteks kewirausahaan tidak cukup hanya didorong oleh akses teknologi dan literasi keuangan umum, tetapi memerlukan penguasaan pengetahuan kewirausahaan yang lebih mendalam. Temuan ini juga memperkaya teori modal manusia (Becker, 1993) dengan memberikan bukti empiris bahwa *specific human capital* berupa pengetahuan kewirausahaan memiliki peran krusial dalam pembentukan intensi berwirausaha pada era digital. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur kewirausahaan mahasiswa di Indonesia, yang selama ini masih berfokus pada

faktor eksternal seperti teknologi dan dukungan sosial, dengan menyoroti peran penting faktor internal berbasis kompetensi.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya perguruan tinggi, khususnya program studi akuntansi, untuk merancang kurikulum kewirausahaan yang lebih aplikatif, berbasis proyek, dan berorientasi pada praktik bisnis nyata. Program inkubasi bisnis, pelatihan kewirausahaan berbasis pengalaman, serta kolaborasi dengan pelaku industri dapat menjadi strategi untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Selain itu, integrasi literasi keuangan yang diarahkan pada manajemen keuangan bisnis, bukan hanya keuangan pribadi, akan memperkuat kesiapan mahasiswa dalam memulai usaha. Bagi pembuat kebijakan, hasil ini mengindikasikan pentingnya dukungan kebijakan pendidikan tinggi yang menekankan pengembangan kompetensi kewirausahaan sebagai prioritas dalam mempersiapkan generasi muda menghadapi tantangan ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Alshebami, A., & Al Marri, M. (2022). E-commerce adoption and entrepreneurial intention: Evidence from developing countries. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 14(3), 511–529.

Becker, G. S. (1993). *Human capital: A theoretical and empirical analysis with special reference to education* (3rd ed.). University of Chicago Press.

Gomes, R. (2025). Financial literacy and sustainable decision-making: Evidence from emerging markets. *Journal of Economic Behavior*, 12(1), 45–59.

González-Prida, V., Martínez, L., & Ortiz, R. (2025). Financial decision-making and entrepreneurship sustainability: A systematic review. *Small Business Economics*, 56(3), 1123–1145.

Hartika, D. (2023). Entrepreneurial education and student entrepreneurial intentions: Evidence from Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 26(4), 145–159.

Majid, A. (2023). Entrepreneurial knowledge and business performance: The mediating role of innovation capability. *Journal of Business Research*, 148, 219–228. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.010>

Nasri, A. (2024). Digital literacy and entrepreneurial intention among Generation Z. *Journal of Digital Economy*, 14(2), 88–101.

Nufus, I., Rahman, A., & Yusuf, F. (2024). The role of e-commerce in shaping youth consumption behavior. *Asia-Pacific Journal of Marketing*, 36(1), 55–72.

Plaha, R., & Sharma, R. (2024). Knowledge-based resilience in entrepreneurship: A review and research agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(2), 301–322.

Purba, S., Manurung, H., & Simanjuntak, D. (2024). Digital platforms and youth entrepreneurship in Indonesia: Opportunities and challenges. *Journal of Asian Business Studies*, 18(3), 401–418.

Purwati, E., Lestari, D., & Hasanah, U. (2023). Planned behavior theory and entrepreneurial intention in higher education. *Journal of Entrepreneurship Studies*, 15(2), 210–225.

Rini, S., Pratama, R., & Yuniarti, L. (2024). Barriers to student entrepreneurship in Indonesia: Socio-cultural and psychological perspectives. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 10(1), 55–67.

Taj, M., & Reddy, K. (2024). Financial literacy and youth entrepreneurship: Bridging the gap. *Journal of Finance and Education*, 9(2), 90–104.