ANTECEDENT OF DIGITAL ENTREPRENEURIAL INTENTION ON PADJADJARAN UNIVERSITY STUDENTS IN AT THE TIME OF COVID-19

Imam Suwandi[1*], Sam'un Jaja Raharja[2], Margo Purnomo[3]
[1]Mahasiswa Magister Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Padjadjaran, Indonesia
[2,3]Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Padjadjaran, Indonesia
E-mail : imam.suwandi@unpad.ac.id[1], s.raharja2017@unpad.ac.id[2], purnomo@unpad.ac.id[3]

ABSTRACT

The purpose of this article is to find out how knowledge acquisition and entrepreneurial opportunity recognition can be antecedents of digital entrepreneurial intentions in students of the Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Padjadjaran Class of 2019 and 2020. Sampling used a simple random sample with a total of 96 samples. The data analysis tool uses the Structural Equation Model. The results showed that knowledge acquisition and entrepreneurial opportunity recognition had a significant effect on digital entrepreneurial intentions. Likewise, knowledge acquisition has a significant effect on entrepreneurial opportunity recognition. The effect of knowledge acquisition mediated by entrepreneurial opportunity recognition on digital entrepreneurial intentions has a smaller significance than the direct effect of knowledge acquisition on digital entrepreneurial intentions. This study adds a digital context in the field of entrepreneurial intention so that it makes a new contribution to entrepreneurship research. This study provides recommendations for further studies, especially discussions of digital entrepreneurial intentions, which involve a larger population reach.

Keywords : knowledge acquisition, entrepreneurial opportunity recognition, digital entrepreneurial intention

---

ANTESEDEN INTENSI *ENTREPRENEURIAL DIGITAL* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PADJADJARAN PADA MASA COVID-19

ABSTRAK

Tujuan dari artikel ini adalah untuk mengetahui bagaimana akuisisi pengetahuan dan pengenalan peluang *entrepreneur* dapat menjadi anteseden dari intensi *entrepreneurial digital* pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran Angkatan 2019 dan 2020. Sampling menggunakan *simple random sampling* dengan jumlah sebanyak 96 sampel. Alat analisis data memakai *Structural Equation Model*. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa akuisisi pengetahuan dan pengenalan peluang *entrepreneurial* berpengaruh signifikan terhadap intensi *entrepreneurial digital*. Begitupun dengan akuisisi pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap pengenalan peluang *entrepreneurial*. Penelitian ini menambahkan konteks *digital* dalam bidang *entrepreneurial intention* sehingga menambahkan kontribusi yang baru bagi penelitian *entrepreneurship*. Penelitian ini memberikan rekomendasi perlunya penelitian lebih lanjut khususnya pembahasan mengenai intensi *entrepreneurial digital*, yang melibatkan jangkauan populasi yang lebih besar.

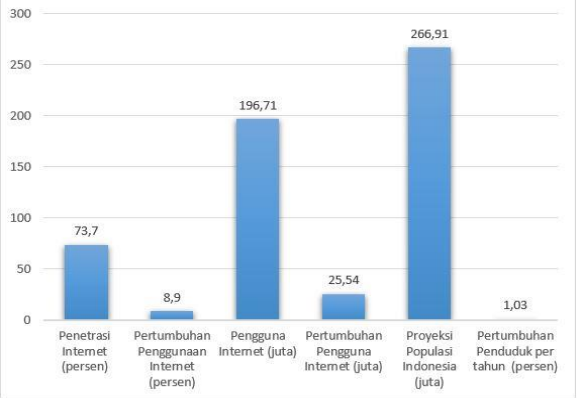
Kata kunci : akuisisi pengetahuan, pengenalan peluang *entrepreneurial*, intensi *entrepreneurial digital*

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah membuat kegiatan-kegiatan dengan interaksi secara langsung menjadi sangat terbatas, dengan adanya kebijakan *physical distancing* dan *social distancing* oleh pemerintah, mobilisasi manusia sangat dibatasi untuk mencegah penyebaran virus. Selain menjadi masalah pada kesehatan tentu saja dengan adanya pembatasan-pembatasan dapat berpengaruh pada perekonomian di Indonesia. Menurut (Susilawati et al., 2020) Indonesia berpontensi mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi sebesar 0,4%. Dengan adanya kebijakan social dan *physical distancing* kegiatan-kegiatan yang membutuhkan interaksi secara langsung seperti sekolah, perguruan tinggi, perkantoran dan kegiatan lainnya ditutup atau dihentikan. Kenaikan kasus COVID-19 juga tidak hanya berdampak di bidang kesehatan dan di bidang ekonomi, tetapi sangat dirasakan juga di dunia pendidikan (Astini, 2020). Dengan adanya kebijakan dari pemerintah Indonesia melalui Surat Edaran Mendikbud RI Nomor 3 Tahun 2020 tentang Pencegahan COVID-19, kegiatan belajar mengajar secara tatap muka atau yang sekarang lebih dikenal dengan istilah *offline* atau *luring* (di luar jaringan) untuk sementara di hentikan dan digantikan dengan proses belajar dirumah secara *online* atau *daring* dengan memanfaatkan teknologi *digital* (Astini, 2020). Dengan adanya pembatasan-pembatasan kegiatan tatap muka secara langsung, mengakibatkan kegiatan-kegiatan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dilakukan dengan menggunakan teknologi *digital* secara *online* (De et al., 2020).

Manusia dituntut untuk menyesuaikan diri dengan apa yang disebut dengan istilah "new normal" segala kegiatan mayoritas secara online seperti pekerjaan kantor, kegiatan pembelajaran dan kegiatan-kegiatan lainnya semuanya dilakukan dari rumah dengan pola yang baru dengan menggunakan teknologi *digital* baik melalui telepon genggam, laptop dan internet. Hal tersebut terlihat hasil survey dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menemukan bahwa penetrasi internet dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2020 quartil 2 yaitu sebesar 73,7% atau sekitar 196,71 juta pengguna internet di Indonesia (Irawan et al., 2020). Jumlah tersebut mengalami kenaikan sebesar 8,9% seperti dapat dilihat dari Gambar 1.

Gambar 1. Penetrasi dan Pengguna Internet 2019-2020 (Q2*)*



Sumber : Laporan Survei Internet APJII 2019 2020 (Q2)

Penggunaan media *digital* untuk di implementasikan dalam sebuah proses bisnis akan menjadi hal yang cukup menarik dalam suatu proses aktivitas *entrepreneurial* (Younis et al., 2020). *Entrepreneurship* dapat memberikan pengaruh yang baik bagi proses penciptaan lapangan pekerjaan, dapat meningkatkan produktivitas serta mengembangkan kekayaan social dan ekonomi bagi suatu negara baik itu negara berkembang maupun negara yang mau, dan sudah dijadikan sebagai prioritas oleh beberapa pemerintahan dunia (Karimi et al., 2016). Persimpangan antara teknologi baru dan *entrepreneurship* telah menciptakan istilah baru untuk diteliti dan dipelajari hubungan diantaranya serta karakteristiknya, istilah itu dikenal dengan sebutan *entepreneurship digital* (Younis et al., 2020). Menurut (Younis et al., 2020) pada saat ini banyak minat untuk meneliti mengenai *digital entrepreneurship* karena banyak *start-up* maupun perusahaan yang besar membuat bisnis dan usaha mereka dengan memanfaatkan teknologi dan internet.

Teknologi *digital* tidak hanya bisa dijadikan solusi dalam kegiatan pembelajaran, tetapi juga dapat dijadikan sarana rekreasi dan prosesnya dapat memberikan pengetahuan yang baru bagi penggunanya (Hakam et al., 2020).

Menurut (Wahid et al., 2020) terdapat tiga motivasi remaja dalam menggunakan media *digital* seperti internet, yaitu untuk mencari informasi, berkomunikasi dan untuk rekreasi. Penggunaan media sosial biasanya dipakai untuk rekreasi sementara proses pencarian informasi sering kali didorong oleh tugas sekolah, sedangkan penggunaan media sosial dan konten hiburan didorong oleh kebutuhan pribadi. Dalam era pandemic COVID-19 ini salah satu kegiatan yang terdampak adalah kegiatan pembelajaran, terutama yang dirasakan oleh mahasiswa. Kalangan remaja sangat terpengaruh dengan media *digital* dalam kehidupan mereka, kelompok populasi ini juga dikenal dengan istilah generasi Z (Hakam et al., 2020). Mahasiswa di usianya yang masih remaja tergolong masuk ke dalam golongan Z, ketika mahasiswa yang sedang melaksanakan proses kegiatan pendidikan pada masa pandemi ini didorong untuk memanfaatkan teknologi *digital* semaksimal mungkin (Hakam et al., 2020).

Mahasiswa secara tidak langsung dipaksa untuk melakukan penyesuaian cara belajar dengan menggunakan media *digital*, tetapi dibalik segala keterbatasan di era COVID-19 ini ada peluang dalam pemanfaatan teknologi-teknologi *digital*. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara *online* mengakibatkan kenaikan penggunaan media *digital* pada saat pandemi COVID-19 (Wahid et al., 2020) proses dari kegiatan tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah peluang. Menurut (Song et al., 2017) suatu individu yang lebih berpengalaman dapat mengasimilasi informasi lebih efisien daripada individu yang tidak mengalami, mengingat berbagai gambar kognitif peluang mereka, berdasarkan pengamatan dan pengalaman mereka. Teknologi *digital* ini dapat menjadi sebuah peluang yang dapat dimanfaatkan oleh para mahasiswa selain untuk belajar tetapi juga mungkin dapat bermanfaat di kemudian hari ketika mereka bekerja atau memulai usaha nya sendiri. Selain itu pula disisi lain proses kegiatan belajar dirumah dengan menggunakan media *digital* di dalam kesehariannya dapat menjadi sebuah proses bertambahnya pengetahuan khususnya pada media *digital*. Pengetahuan tersebut dapat berupa informasi yang didapat melalui media *digital* maupun ilmu tentang pemanfaaatan media *digital* itu sendiri, menurut (Hoe & McShane, 2015) suatu, eksploitasi, penambahan pengetahuan yang ada dan yang diperoleh dari suatu proses tertentu adalah sebagai bagian dari proses akuisisi pengetahuan (akuisisi pengetahuan)

Wahid et al. (2020) berpendapat bahwa pandemic COVID-19 mengakibatkan adanya jembatan penggunaan media *digital* yang semakin meningkat pesat, dengan adanya sistem pembelajaran secara *online* dengan menggunakan media *digital* membuktikan bahwa pandemi ini berfokus pada pergeseran pembelajaran dari konvensional ke jarak jauh atau *online*. Oleh karena itu peneliti menganggap penting untuk meneliti bagaimana pengetahuan didapat atau proses akuisisi pengetahuan dan pengenalan peluang *entrepreneurial* yang dapat menumbuhkan sebuah jiwa *entrepreneurial* di dalam konteks *digital* atau disebut dengan Intensi *entrepreneurial digital* (Farani et al., 2017).

Peneliti ingin mengetahui fenomena *entrepreneurship* pada penggunaan media *digital* pada konteks pendidikan tinggi di Indonesia, serta faktor-faktor yang dapat menumbuhkan atau mempengaruhi dari *digital entrepreneurship* tersebut melalui proses-proses seperti akuisisi pengetahuan dan proses pengenalan peluang *entrepreneurial* pada subjek mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran (FISIP Unpad). Angkatan 2019 dan Angkatan 2020. Berdasarkan informasi dari Unit Sistem Informasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran terdapat 989 mahasiswa Angkatan 2019 dan sebanyak 759 mahasiswa Angkatan 2020 dengan jumlah total mahasiswa Angkatan 2019 dan 2020 sebanyak 1748 orang tabel 1.

Disebabkan adanya keterbatasan mobilisasi peneliti dan keterbatasan akses data maka mahasiswa yang dipilih untuk dijadikan responden adalah mahasiswa FISIP Unpad melalui keterangan data dari unit Sistem Informasi FISIP Unpad. Mahasiswa Angkatan 2019 FISIP Unpad dipilih karena mereka merupakan mahasiswa aktif yang semuanya masih melakukan aktivitas perkuliahan di mana sebelumnya mereka melakukan aktifitas

perkuliahan di kelas langsung dan selama masa COVID-19 ini mereka harus belajar secara online.

Tabel 2. Jumlah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran Angkatan 2019 dan 2020 (Q2*)*

Program Studi	Angkatan		Jumlah
	2019	2020	
Administrasi Publik	105	76	181
Hubungan Internasional	119	109	228
Kesejahteraan Sosial	73	63	136
Ilmu Pemerintahan	99	75	174
Antropologi	64	44	108
Administrasi Bisnis	104	79	183
Adm Bisnis Multi Kampus	0	0	0
Sosiologi	59	43	102
Ilmu Politik	53	46	99
Adm Bisnis PSDKU Pangandaran	40	26	66
Administrasi Keuangan Publik	92	71	163
Administrasi pemerintahan	87	55	142
Bisnis Logistik	60	37	97
Kearsipan *Digital*	34	35	69
JUMLAH	**989**	**759**	**1748**

Sumber : Unit Sistem Informasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjdajaran (2020)

Sementara itu mahasiswa angkatan 2020 FISIP Unpad adalah mahasiswa yang tidak pernah merasakan kegiatan perkulihan di kelas atau tatap muka secara langsung.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuisisi pengetahuan

Penggunaan pengetahuan adalah pengintegrasian dari sebuah proses pembelajaran sehingga pengetahuan yang ada dan tersedia dapat digeneralisasikan untuk disesuaikan dengan situasi yang ada dan situasi di masa depan dan pada akhitnya pengetahuan itu dapat diterapkan dan dimanfaatkan (Hoe & McShane, 2015). Hal tersebut mengacu pada cara di mana pengetahuan diterapkan oleh seorang individu untuk lebih memahami sesuatu hal yang dikerjakannya, sehingga dapat membuat keputusan manajerial yang terinformasi, dan menerapkan perubahan (Maltz & Kohli, 1996) akuisisi pengetahuan dapat didefinisikan sebagai pengembangan atau penciptaan keterampilan, wawasan, di mana proses itu dikembangkan, dan juga mengenai bagaimana proses pengetahuan itu diperoleh (Hoe & McShane, 2015).

Kim & Lee, (2010) menyatakan bahwa akuisis pengetahuan adalah kemampuan seseorang untuk mencari dan memperoleh pengetahuan baru atau membuat pengetahuan baru dari pengetahuan yang ada, yang diperoleh oleh diri sendiri ataupun pengetahuan yang didapatkan dari pihak lain. Selanjutnya (Kim & Lee, 2010) menyatakan bahwa pengaplikasian akuisisi pengetahuan adalah sebagai kemampuan individu untuk menggunakan pengetahuan yang bertujuan menciptakan kerangka kerja untuk menyelesaikan masalah, memberikan solusi dalam menghadapi segala tantangan di dalam kehidupannya. Akuisisi pengetahuan dapat dianggap sebagai faktor yang dapat mempredikisi dari sebuah kinerja dalam berbisnis, terutama dalam pembetukan minat untuk menjadi *entrepreneur* (Sullivan & Marvel, 2011). (Sullivan & Marvel, 2011) mengatakan bahwa pengertian dari akuisis pengetahuan adalah kemampuan individu untuk memperoleh dan memanfaatkan pengetahuan teknologi secara tepat yang memberikan perbedaan antara keberhasilan dan kegagalan usaha, karena pengetahuan dapat memfasilitasi pengembangan keterampilan dan kompetensi sehingga membantu untuk mencapai keunggulan kompetitif. skala pengukuran untuk mengukur bagaimana akuisisi pengetahuan dari seorang individu dan bagaimana individu tersebut mendapatkan keahlian atau pengetahuan yang terkait apa yang telah diperolehnya baik dari langsung maupun secara tidak langsung telah dikembangkan oleh (Sullivan & Marvel, 2011), penilaian tersebut terdiri dari cara seorang individu untuk menilai kualitas teknologi dan pengetahuan di lingkungannya yang telah mereka peroleh.

Pengenalan Peluang *Entrepreneurial*

Aktivitas-aktivitas *entrepreneurial* terkait dengan eksplorasi dan memperoleh informasi pengetahuan dianggap sebagai bagian penting

dari identifikasi peluang (Song et al., 2017). Peluang ada di mata orang yang melihatnya, hal tersebut menunjukkan pentingnya menyelidiki proses *entrepreneurial* pada tingkat kognitif. Kognisi *entrepreneurial* memberikan wawasan substansial dalam memahami mengapa beberapa individu menjadi lebih baik dalam mengidentifikasi peluang daripada yang lain (Short et al., 2010). Seorang individu dapat mengamati berbagai informasi di dunia eksternal dan menggunakannya untuk mengidentifikasi sebuah peluang, dalam kegiatan kognitif ini (Puni et al., 2018). Lebih lanjut (Short et al., 2010) mendefinisikan pengenalan peluang sebagai ide atau mimpi yang didapatkan melalui proses pencarian atau diciptakan oleh suatu entitas dan yang diungkapkan melalui analisis dari waktu ke waktu sehingga menjadi potensi yang dapat memberikan keuntungan Ada berbagai banyak pendapat mengenai asal usul dan konsep, mengidentifikasi dan memilih peluang yang tepat adalah kemampuan penting dari seorang *entrepreneur*, pengenalan peluang *entrepreneurial* adalah proses berkelanjutan dari sebuah entitas yang mempunyai keinginan untuk berusaha jika ingin bertahan dan berkesenimambungan (Singh & Gibbs, 2013).

Menurut Gregoire et al. (2010) peluang itu harus dapat dibedakan dari asal usul peluang tesebut dikenali, dengan kata lain, hampir semua individu harus mengidentifikasi peluang terlepas dari sifat objektif atau subyektif dari fenomena tersebut. Mereka menyusun ide usaha melalui kerangka kognitif dan dikembangkan serta diuraikan secara lebih konkret, sehingga (Gregoire et al., 2010) mendefinisikan pengenalan peluang *entrepreneurial* sebagai proses internal dari seorang individu di mana individu tersebut memikirkan cara atau tindakan yang direncanakan sehingga dapat tercipta kombinasi inovasi dan kreatifitas yang baru yang dapat memberikan solusi yang memberikan nilai. pengenalan peluang *entrepreneurial* dideskripsikan sebagai bentuk dari penyadaran akan adanya potensi suatu inovasi baru, yang secara efektif mencari dan mengumpulkan data tentang inovasi tersebut, menilai kepraktisan dari aktivitas *entrepreneurial* potensial tersebut (Kuckertz et al., 2017). Beberapa upaya telah dikhususkan untuk menguji pengenalan peluang *entrepreneurial* sebagai proses kognitif (Short et al., 2010). *Entrepreneur* yang lebih berpengalaman dapat mengasimilasi informasi lebih efisien daripada *entrepreneur* pemula, mengingat berbagai gambar kognitif peluang mereka, berdasarkan pengamatan dan pengalaman mereka (Song et al., 2017). Menurut psikologi kognitif, individu dengan jiwa *entrepreneurial* yang tinggi cenderung mengenali peluang lebih baik daripada individu yang normal, karena gaya unik mereka dalam menafsirkan pengalaman atau pengetahuan (Kaish & Gilad, 1991).

Intensi *Entrepreneurial Digital*

Entrepreneurship adalah sebuah proses identifikasi peluang dan bagaimana mengembangkan peluang tersebut, sehingga peluang tersebut dapat diubah dan dikembangkan menjadi sesuatu yang dapat memberikan nilai tambah yang lebih (Younis et al., 2020). Para peneliti telah banyak membahas mengenai resiko dan keuntungan dari penelitian yang membahas mengenai peluang tersebut, seiring dengan itu muncullah konsep *Digital Entrepreneurship* (Younis et al., 2020). *Digital entrepreneurship* adalah sebuah konsep yang sedang berkembang dan mempunyai perbedaan dengan *entrepreneurship* yang dilakukan secara tradisional. *Digital entrepreneurship* dipelajari selama bertahun-tahun, dan banyak studi konseptual telah dilakukan untuk menentukan karakteristik uniknya (Younis et al., 2020). *digital entrepreneurship* merupakan bagian dari dari *entrepreneurship* tradisional di mana semua hal atau sebagian aktivitas-aktivitas fisik digitalkan (Hull et al., 2007). Sementara itu menurut Farani et al. (2017) *digital entrepreneurship* adalah bagaimana proses pemanfaatan peluang dalam aktvitas entrepreneuship dengan menggunakan media-media *digital* seperti teknologi, internet serta teknologi lainnya.

Munculnya niat dari individu memerlukan proses kognitif enaktif yang berfungsi untuk menyalurkan keyakinan, persepsi dan faktor eksogen lainnya ke dalam niat untuk bertindak, kemudian memasukan proses tersebut dalam tindakannya itu sendiri (Ajzen, 1991) Dalam penelitian kali ini, tujuan yang ingin dicapai adalah bagaimana mendirikan sebuah usaha

digital baru atau usaha yang memanfaatkan teknologi *digital*. Keputusan suatu individu untuk menciptakan bisnis baru memerlukan niat yang serius untuk melakukannya (Farani et al., 2017). Intensi *entrepreneurial* adalah fenomena yang sangat penting, sehingga sangat penting untuk meneliti model kognitif yang dapat mempelajari perilaku dan intensi *entrepreneurial* dari suatu individu (Younis et al., 2020). Intensi *entrepreneurial* adalah komponen yang paling sering dikaitkan dengan proses kognitif individu yang secara langsung mengarah pada pembentukan usaha baru (Krueger et al., 2000)). Beberapa penelitian telah menyatakan bahwa sangat penting untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memprediksi Intensi *entrepreneurial* sebelum dilakukan (Engle et al., 2010; Krueger et al., 2000; Miranda et al., 2017). Intensi *entrepreneurial digital* adalah sub-kategori dari *entrepreneurship* di mana keduanya memiliki kesamaan karakteristik.

Afrianty (2019) mendefinisikan *entepreneurial intention* sebagai sebuah pengakuan dan keyakinan terhadap diri sendiri untuk mendirikan usaha atau bisnis yang baru dan juga memiliki keinginnan untuk melakukan pendirian usaha tersebut di masa depan). Intensi *entrepreneurial digital* dipelajari dengan cara menyelidiki berbagai faktor yang mempengaruhi intensi *entrepreneurial digital* itu sendiri seperti, efek dari sikap dan kondisi lingkungan yang dirasakan, peran pengaruh sosial, budaya serta pengalaman yang disesuaikan dengan indikator yang dibuat oleh (Engle et al., 2010).

Model Penelitian

Argyres & Mostafa (2015) menyatakan bahwa ada peran substansial dari pengetahuan dalam pembentukan kreasi baru, bahkan dia menyebutkan bahwa jika ada sebuah individu yang kaya akan pengetahuan akan memiliki kencenderungan untuk menjadi *entrepreneur* dan akan berusaha untuk mendirikan sebuah usaha baru. Lebih lanjut (Ma & Huang, 2019) menyatakan bahwa niat untuk mendirikan suatu usaha baru dapat menjelaskan tentang proses di mana pengetahuan akan didapatkan. Intensi *entrepreneurial digital* adalah niat suatu individu untuk memulai suatu usaha baru dengan memakai dan memanfaatkan teknologi *digital* (Farani et al., 2016). Proses dari pengakuisisian pengetahuan pada media *digital* dari lingkungan secara eksternal maupun internal dapat memberikan kecenderungan suatu individu mempunyai niatan untuk menjadi seorang *digital entrepreneur*. Dengan demikian maka peneliti menyimpulkan hipotesis pertama (H_1) yaitu:

H_1 : akuisisi pengetahuan dapat berpengaruh signifikan terhadap intensi *entrepreneurial digital*.

Mengumpulkan dan mengakuisi pengetahuan membantu seorang individu untuk mengidentifikasi peluang. Misalnya, memperoleh pengetahuan tentang inovasi, ekologi, dan teknologi akan meningkatkan penilaian kognitif *entrepreneur* dalam mewujudkan peluang (Puni et al., 2018. Pada dasarnya, akuisisi pengetahuan mempunyai peran penting dalam mengembangkan suatu ide bisnis baru karena berfungsi sebagai kriteria kelayakan peluang (Song et al., 2017). Oleh karena itu, semakin luas atau lebih dalam pengetahuan yang diperoleh, semakin mudah untuk pengenalan dan pengidentifikasian peluang. Dengan demikian maka peneliti menyimpulkan hipotesis kedua (H_2) yaitu:

H_2 : akuisisi pengetahuan dapat berpengaruh signifikan terhadap pengenalan peluang *entrepreneurial*.

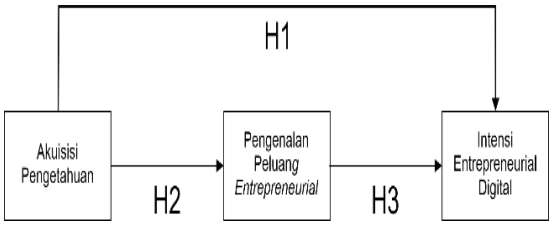
Sullivan & Marvel (2011) mendefinisikan *entrepreneurship* sebagai sebuah alat ilmiah untuk mengetahui tentang bagaimana, oleh siapa, dan dengan apa pengaruh dari pemanfaatan peluang dalam proses penciptaan barang dan jasa baru dapat diciptakan dan dieksploitasi. Pengenalan peluang *entrepreneurial* adalah langkah penting untuk *entrepreneurship* karena dapat memicu proses, (Song et al., 2017). Dengan pengenalan peluang *entrepreneurial* maka akan didapatkan menghasilkan pendapatan yang cukup besar, potensi pertumbuhan, dan keunggulan kompetitif bagi pengusaha baru. Wannamakok & Chang, (2020) menemukan dan mengkonfirmasi bahwa pengenalan peluang *entrepreneurial* dapat mendukung, serta dapat menjadi pendorong di balik munculnya intensi *entrepreneurial*. Teknologi *digital* merupakan sebuah peluang yang dapat dimanfaatkan

sebagai salah satu pendorong dan pendukung untuk dalam menumbuhkan dan mengembangkan kreatifitas dalam pemanfaatan teknologi *digital* (Song et al., 2017) sehingga dapat menumbuhkan intensi *entrepreneurial digital*. Dengan demikian maka peneliti meyimpulkan hipotesis ketiga (H_3) yaitu:

H_3 : pengenalan peluang *entrepreneurial* dapat berpengaruh signifikan terhadap intensi *entrepreneurial digital*

Ketiga hipotesis di atas peneliti ingin mengetahui pengaruh dari akuisisi pengetahuan terhadap intensi *entrepreneurial digital*, pengaruh akuisisi pengetahuan terhadap terhadap pengenalan peluang *entrepreneurial*, serta pengaruh akuisisi pengetahuan terhadap intensi *entrepreneurial digital* dengan dimediasi oleh pengenalan peluang *entrepreneurial*. dari penjelasan di atas maka dapat digambarkan model penelitian pada gambar 2.

Gambar 3. Model Penelitian



Sumber: dikembangkan penulis berdasarkan (Farani et al, 2016; Puni et.al, 2018)

METODE PENELITIAN

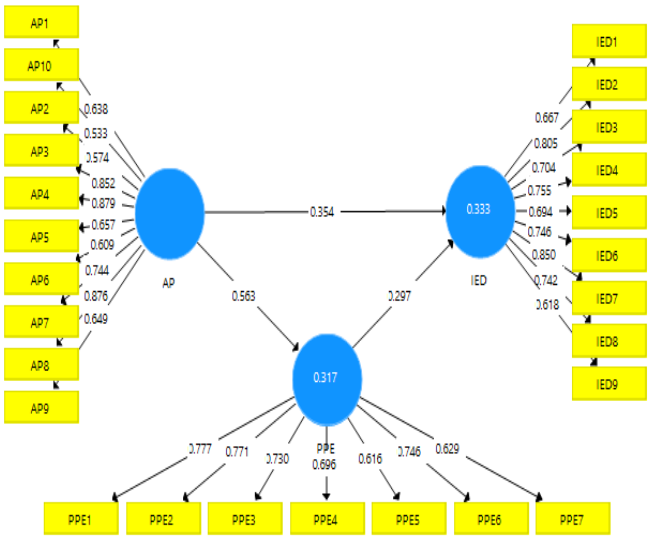
Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode ini digunakan dalam meneliti terhadap sampel dan populasi penelitian. Mahasiswa FISIP Unpad angkatan 2019 dan angkatan 2020 merupakan populasi dari penelitian ini dengan jumlah total dari kedua angkatan tersebut sebanyak 1748 orang.

Teknik sampel acak digunakan untuk memperoleh data, dari kuesioner yang dikirimkan melalui aplikasi *googleform* yang disebarkan melalui plafform media social *Whatsapp* dan *Line* sebanyak 96 kuesioner terisi. Dikarenakan keterbatasan pada masa covid-19 sehingga pengambilan sampel tidak dapat dilakukan melalui interaksi secara langsung. Variabel di dalam penelitian ini adalah akuisisi pengetahuan (AP), pengenalan peluang *entrepreneurial* (PPE) dan variable intensi *entrepreneurial digital* (IED). Alat analisis dari penelitian ini memakai analisis *Structural Equation Model-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan efek mediasi. SEM-PLS adalah teknik multivariat yang menggabungkan aspek analisis faktor dan regresi, sehingga dapat memungkinkan peneliti untuk secara simultan menguji hubungan antara variabel yang diukur dan variabel laten serta antara variabel laten satu sama lain (Hair et al., 2014). Efek mediasi yaitu hubungan antara konstruk endogen dan eksogen melalui variable penghubung atau antara (Ghozali & Latan, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebuah model untuk pengukuran harus memiliki validitas dan reliabilitas yang mempunyai nilai yang cukup bagus sebelum dapat digunakan dalam menguji sebuah hubungan dari variabel sehingga menjadi signifikan pada model strukturalnya (Ghozali & Latan, 2015).

Gambar 4. Diagram Jalur Model Penelitian Outer Model dan Inner Model



Sumber: Diolah penulis (2020)

Evaluasi *Outer Model* atau model pengukuran dievaluasi melalui validitas *convergent* dan *discriminant* dari indikator

pembentuk variabel dan *composite reliability* serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya sedangkan evaluasi *inner model* atau model struktural yang mempunyai tujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel di evaluasi dengan melihat nilai *R Square* untuk variabel yang dipengaruhi. (Ghozali & Latan, 2015). Dari Gambar 3 dapat dilihat Diagram Jalur Model Penelitian (*Outer Model* dan *Inner Model*)

Evaluasi Outer Model

Convergent validity dan *measurement model* dapat dilihat dari korelasi antara *score item*/indicator denan skor konstruknya. Indikator dengan besaran di atas 0.50 – 0.60 masih dapat diterima riset masih dalam tahap pengembangan (Ghozali & Latan, 2015). Dengan melihat output korelasi antara indicator dengan konstrukya pada tabel 2. Dari hasil perhitungan *outer loading* pada tabel 2 memperilihatkan bahwa semua indicator telah memenuhi *convergent validity* karena semua loading faktor besaran angkanya ada di atas 0.50.

Tabel 2. Hasil pengukuran *outer loading*

	IED	AP	PPE
IED1	0.667		
IED2	0.805		
IED3	0.704		
IED4	0.755		
IED5	0.694		
IED6	0.746		
IED7	0.850		
IED8	0.742		
IED9	0.618		
AP1		0.638	
AP2		0.574	
AP3		0.852	
AP4		0.879	
AP5		0.657	
AP6		0.609	
AP7		0.744	
AP8		0.876	
AP9		0.649	
AP10		0.533	
PPE1			0.777
PPE2			0.771
PPE3			0.730
PPE4			0.696
PPE5			0.616
PPE6			0.746
PPE7			0.629

Sumber: Diolah penulis (2020)

Nilai validitas dapat dilihat dari kolom AVE (*Average Variance Extracted*), yang di mana untuk memenuhi kriteria nilai AVE minimum adalah 0.5 (Hair Jr et al., 2014). Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa semua konstruk memiliki nilai AVE di atas 0,5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki nilai AVE yang baik. Nilai c*omposite reliability* setiap konstruk harus memenuhi syarat yaitu harus bernilai di atas 0.0 begitupula dengan nilai *cronbach's alpha* setiap konstruk agar memenuhi syarat harus berada di atas 0.70 (Hair et al., 2014).

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa semua nilai *composite reliability* mempunyai nilai di atas 0.70 begitu pula dengan nilai *cronbach's alpha* yang memiliki nilai di atas 0.70 (Hair et al., 2014). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator konstruk *reliable* atau memenuhi syarat dan mendukung validitas konvergen dari sebuah konstruk.

Tabel 3. Hasil pengukuran *validity* dan *reliability*

Konstruk	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	AVE
IED	0.893	0.907	0.913	0.539
AP	0.887	0.889	0.909	0.506
PPE	0.836	0.835	0.877	0.507

Sumber: Diolah penulis (2020)

Discriminant validity dapat dihitung dengan melihat akar kuadrat AVE sebuah konstruk dibandingan dengan nilai korelasi antar konstruk yang lainnya. Jika nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi daripada korelasi antar konstruk yang lain, maka dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki tingkat *discriminant validity* yang baik. Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai akar kuadrat AVE intensi *entrepreneurial digital* adalah sebesar 0.734 lebih tinggi dari korelasi antara konstruk intensi *entrepreneurial digital* dan akuisisi pengetahuan yang hanya sebesar 0.465. Begitu pula dengan akar kuadrat AVE akuisisi pengetahuan sebesar 0.711 yang mempunyai nilai lebih tinggi daripada nilai korelasi antara akuisisi pengetahuan dan pengenalan peluang *entrepreneurial* yang hanya mempunyai nili 0.563. Semua nilai akar kuadrat setiap konstruk mempunyai nilai lebih tinggi dari nilai korelasi

antar konstruk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk mendukung validitas diskriminant dari sebuah konstruk (Hu & Bentler, 1999).

Tabel 4. Hasil Pengukuran *Discriminant validity*

	IED	AP	PPE
IED	0.734		
AP	0.522	0.711	
PPE	0.497	0.563	0.712

Sumber: Diolah penulis (2020)

Evaluasi Inner Model

R Square intensi *entrepreneurial digital* mempunyai nilai sebesar 0,33 (pada Tabel 5) yang dapat diartikan bahwa variabilitas konstruk intensi *entrepreneurial digital* yang dapat djelaskan oleh konstruk akuisisi pengetahuan dan pengenalan peluang *entrepreneurial* adalah sebesar 33,3%, sehingga sebanyak 66,7% intensi *entrepreneurial digital* dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian yang diteliti. Selain itu *R Square* pengenalan peluang *entrepreneurial* mempuyai nilai 0,317 yang dapat diartikan bahwa variabilitas konstruk pengenalan peluang *entrepreneurial* yang dapat dijelaskan oleh konstruk akuisisi pengetahuan adalah sebesar 31,7%, sehingga 68,3% konstruk pengenalan peluang *entrepreneurial* dapat dijelaskan oleh variabel lain.

Tabel 5. Hasil Pengukuran *R Square*

Konstruk	*R Square*	*R Square Adjust*
IED	0.333	0.318
PPE	0.317	0.309

Sumber: Diolah penulis

Pada pengujian hipotesa, koefisien parameter dan nilai t *statistic* (t tabel) harus lebih besar dari 1,960 serta *P value* lebih kecil dari 5% (Ghozali & Latan, 2015). Dari hasil pengujian hipotesa pada Tabel 5 didapatkan nilai T-stastistik akuisisi pengetahuan terhadap intensi *entrepreneurial digital* adalah sebesar 3.410 atau lebih besar dari 1.96. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel akuisisi pengetahuan berpengaruh signifkan terhadap variabel intensi *entrepreneurial digital*. Sementara itu hasil pengujian t-statistik akuisisi pengetahuan terhadap pengenalan peluang *entrepreneurial* adalah sebesar 10.235 atau lebih besar dari 1.96, dengan demikian dapat disimpulkan juga bahwa variabel akuisisi pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap pengenalan peluang *entrepreneurial*. Dan yang terkhir hasil perhitungan pengenalan peluang *entrepreneurial* terhadap intensi *entrepreneurial digital* sebesar 2.745 masih lebih besar dari 1,96, dengan demikian dapat disimpulkan juga bahwa variabel pengenalan peluang *entrepreneurial* berpengaruh signifikan terhadap intensi *entrepreneurial digital*.

Tabel 6. Uji Hipotesis

	T Statistik	*P value*
AP → IED	3.410	0.001
AP → PPE	10.235	0.000
PPE →IED	2.745	0.006

Sumber: Diolah penulis

Hasil Penelitian

Hasil penelitian menemukan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran Angkatan 2019 dan Angkatan 2020 yang mempunyai niat mendirikan usaha atau yang mempunyai intensi *entrepreneurial digital* cukup tinggi. Variabel eksogen akuisisi pengetahuan memiliki tingkat signifikansi yang cukup tinggi terhadap intensi *entrepreneurial digital*. Hasil penelitian menemukan bahwa akuisisi pengetahuan dapat berpengaruh positif terhadap intensi *entrepreneurial digital*, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Puni et al., 2018) di mana salah satu faktor yang dapat memprediksi dari *intention* adalah adanya pengakuisisian pengetahuan, yang dapat didapatkan melalui pendidikan maupun dari luar pendidikan formal. Sementara itu variabel eksogen akuisisi pengetahuan juga memiliki tingkat signifikansi yang tinggi terhadap pengenalan peluang *entrepreneurial* hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Puni et al., 2018; Sullivan & Marvel, 2011) di mana proses akuisisi pengetahuan merupakan awalan dari sebuah proses pengenalan peluang, pengetahuan dapat menjadi jembatan untuk mengenal peluang untuk dimanfaatkan dengan baik. Hal ini memperlihatkan bahwa selama masa pandemi COVID-19 ini mahasiswa telah

melakukan proses akuisisi pengetahuan, kegiatan-kegiatan belajar menggunakan media *online* telah menjadi sarana mendapatkan ilmu baik itu ilmu yang langsung didapatkan di kelas *online* maupun ilmu yang didapat pada saat proses penggunaan media *digital*. Dan terakhir, hasil penelitian variabel pengenalan peluang *entrepreneurial* yang cukup tinggi terhadap intensi *entrepreneurial digital* walaupun tidak sebesar akuisisi pengetahuan terhadap intensi *entrepreneurial digital*. pengenalan peluang *entrepreneurial* tetap mempunyai signifikansi positif terhadap intensi *entrepreneurial digital* hal ini juga sesuai dengan pendapat dari (Song et al., 2017) dan (Wannamakok & Chang, 2020) yang melakukan penelitian bahwa dengan pengenalan peluang maka akan didapatkan intensi *entrepreneurial* yang tinggi. Hal tersebut memperlihatkan bahwa dalam kesehariannya ketika masa pandemi COVID-19 mahasiswa menyadari bahwa keterbatasan mobilitas dan kurangnya proses belajar mengajar secara langsung yang berubah menjadi proses belajar mengajar secara online juga dapat dirubah menjadi sebuah peluang yang dikemudian hari dapat bermanfaat.

Variabel akuisisi pengetahuan lebih signifikan jika langsung dihubungkan terhadap intensi *entrepreneurial digital* tanpa harus dimediasi melalui pengenalan peluang *entrepreneurial*. Hal itu terlihat karena tingkat signifikansi akuisisi pengetahuan secara langsung terhadap intensi *entrepreneurial digital* mempunyai nilai yang lebih besar yaitu sebesar 3,410 dari pada tingkat signifikansi pengenalan peluang *entrepreneurial* terhadap intensi *entrepreneurial digital* yaitu sebesar 2,475. Pada penelitian (Puni et al., 2018) akuisisi pengetahuan dan pengenalan peluang *entrepreneurial* merupakan dimensi dari *entrepreneurial education* yang dapat mempengaruhi di mana akuisisi pengetahuan mempunyai dapat mempengaruhi intensi lebih besar daripada pengenalan peluang *entrepreneurial*. Hal ini memperlihatkan bahwa dari sisi subjek mahasiswa, peneliti berkesimpulan bahwa pengetahuan yang didapat akan lebih menumbuhkan intensi entreprenenurial atau dalam konteks penelitian ini adalah intensi *entrepreneurial digital* daripada proses rekognisi peluangnya. Temuan yang menarik adalah tingginya nilai signifikansi akuisisi pengetahuan terhadap pengenalan peluang *entrepreneurial*, kami menyimpulkan bahwa akuisisi pengetahuan ternyata dapat membuat mahasiswa mengenali peluang-peluang yang baik yang tentu saja dapat dijadikan dasar bagi tumbuhnya intensi *entrepreneurial digital*.

SIMPULAN

Model yang dikembangkan oleh peneliti dengan subjek mahasiswa FISIP Umpad Angkatan 2019 dan 2020 diharapkan dapat digunakan untuk meneliti lebih jauh mengenai intensi *entrepreneurial* dari berbagai sisi keilmuan, yang dalam konteks penelitian ini berfokus pada intensi *entrepreneurial digital*. Peneliti berharap, agar hasil penelitian ini dapat berkontribusi dalam pengukuran faktor-faktor yang dapat memprediksi penelitian dalam bidang *entrepreneurial intention*. Peneliti menemukan bahwa penelitan mengenai intensi *entrepreneurial digital* melalui proses pemetaan pada *database scopus* dilakukan oleh (Farani et al., 2016, 2017) dan (Younis et al., 2020). Kami mengkombinasi penelitian mengenai *entrepreneurial* intention yang dilakukan oleh (Farani et al., 2017; Younis et al., 2020) di mana penelitian tersebut menggunakan sudut pandang *theory of planned behaviour* untuk mengukur intensi *entrepreneurial digital* dengan penelitian yang dilakukan oleh (Puni et al., 2018) di mana mereka mengukur intensi dengan menggunakan variabel *entrepreneurial education* yang didalamnya dibangun oleh dimensi akuisisi pengetahuan dan pengenalan peluang *entrepreneurial*. Peneliti berharap, penelitian pada intensi *entrepreneurial digital* dapat memberikan kontribusi baru bagi penelitian *entrepreneuship* pada umumnya dan penelitian *entrepreneurial intention* pada khususnya.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, diantaranya adalah dari subjek sampel yang terbatas hanya pada mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjarang pada Angkatan 2019 dan 2020. Proses pengambilan datapun hanya dilakukan melalui media dengan memanfaatkan aplikasi *google form d*an media social *Whatsapp* dan *Line*

sebagai sarana penyebarannya dikarenakan oleh masa pandemi COVID-19 yang membatasi ruang gerak peneliti juga responden yang masih berstatus "belajar dirumah". Dikhawatirkan jawaban-jawaban dari responden akan bias karena peneliti tidak berinteraksi secara langsung.

Perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut dengan skala populasi yang lebih besar, tidak hanya di satu fakultas tetapi bisa dilakukan dengan populasi mahasiswa di keseluruhan Universitas Padjadjaran, ataupun bisa dilakukan di dua universitas atau lebih, hal ini diperlukan untuk menambah wawasan yang berbeda dari penelitian dalam konteks intensi *entrepreneurial digital*. Penelitian mengenai intensi *entrepreneurial digital* masih sedikit dilakukan bahkan peneliti tidak menemukan penelitian mengenai intensi *entrepreneurial digital* di Indonesia. Diharapkan ada penelitian-penelitian lanjutan yang dapat meneliti mengenai intensi *entrepreneurial digital* dengan menggunakan model penelitian yang berbeda. Selain itupun masih dapat digali faktor-faktor lain yang dapat memprediksi atau menumbuhkan intensi *entrepreneurial digital*.

DAFTAR PUSTAKA

Afrianty, T. W. (2019). The Role of Feasibility And Entrepreneurial Self-Efficacy on The Link Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, *4*(3), 193–206.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211. https://doi.org/10.15288/jsad.2011.72.322

Argyres, N., & Mostafa, R. (2015). Knowledge Inheritance , Vertical Integration , and Entrant Survival in the Early U . S . Auto Industry associate editor , Kyle Mayer , and three anonymous referees improved the paper significantly . Rajshree. *Academy of Management Journal*.

Astini, N. K. S. (2020). Tantangan Dan Peluang Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pembelajaran Online Masa Covid-19. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, *3*(2), 241–255.

De, R., Pandey, N., & Pal, A. (2020). International Journal of Information Management Impact of digital surge during Covid-19 pandemic : A viewpoint on research and practice. *International Journal of Information Management*, *June*, 102171. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102171

Engle, R. L., Dimitriadi, N., Gavidia, J. V., Schlaegel, C., Delanoe, S., Alvarado, I., He, X., Buame, S., & Wolff, B. (2010). Entrepreneurial intent: A twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior. *Team Performance Management*, *16*(1–2), 35–57. https://doi.org/10.1108/13552551011020063

Farani, A. Y., Karimi, S., & Motaghed, M. (2017). The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students' career intentions to start a new digital business. *European Journal of Training and Development*, *41*(1), 83–100. https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2016-0054

Farani, A. Y., Motaghed, M., & Karimi, S. (2016). The role of entrepreneurial knowledge and skills in developing digital entrepreneurial intentions in public universities in Hamedan province. *Iranian Journal of Information Processing Management*, *31*(3).

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penitian Empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gregoire, D. A., Shepherd, D. A., & Lambert, L. S. (2010). *Measuring Opportunity-Recognition Beliefs*. *13*(1), 114–145.

Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). In *Practical Assessment, Research and Evaluation* (Vol. 21, Issue 1). SAGE Pub.

Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least

squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review*. https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128

Hakam, M. T., Levani, Y., & Utama, M. R. (2020). Potensi Adiksi Penggunaan Internet pada Remaja Indonesia di Periode Awal Pandemi Covid-19. *Hang Tuah Medical Journal*, *17*(2), 102–115. www.journal-medical.hangtuah.ac.id

Hoe, S. L., & McShane, S. (2015). The Learning Organization Article information : *The Learning Organization*, *22*(1), 40–57.

Hull, C. E., Hung, Y. T. C., Hair, N., Perotti, V., & Demartino, R. (2007). Taking advantage of digital opportunities: A typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, *4*(3), 290–303. https://doi.org/10.1504/IJNVO.2007.015166

Kaish, S., & Gilad, B. (1991). Characteristics of opportunities search of entrepreneurs versus executives: Sources, interests, general alertness. *Journal of Business Venturing*, *6*(1), 45–61. https://doi.org/10.1016/0883-9026(91)90005-X

Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2016). The Impact of Entrepreneurship Education: A Study of Iranian Students' Entrepreneurial Intentions and Opportunity Identification. *Journal of Small Business Management*, *54*(1), 187–209. https://doi.org/10.1111/jsbm.12137

Kim, S., & Lee, H. (2010). Factors affecting employee knowledge acquisition and application capabilities. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, *2*(2), 133–152. https://doi.org/10.1108/17574321011078184

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, *15*(5), 411–432. https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0

Kuckertz, A., Kollmann, T., Krell, P., & Stöckmann, C. (2017). Understanding, differentiating, and measuring opportunity recognition and opportunity exploitation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, *23*(1), 78–97. https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2015-0290

Ma, R., & Huang, Y. C. (2019). An opportunity-based explanation of entrepreneurial intention: evidence from global sourcing suppliers in China. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, *0*(0), 1–22. https://doi.org/10.1080/08276331.2019.1641661

Maltz, E., & Kohli, A. K. (1996). Market intelligence dissemination across functional boundaries. *Journal of Marketing Research*, *33*(1), 47–61. https://doi.org/10.2307/3152012

Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, *23*(2), 113–122. https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001

Puni, A., Anlesinya, A., & Korsorku, P. D. A. (2018). Entrepreneurial education, self-efficacy and intentions in Sub-Saharan Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, *9*(4), 492–511. https://doi.org/10.1108/AJEMS-09-2017-0211

Short, J. C., Ketchen, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D. (2010). The concept of "Opportunity" in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. *Journal of Management*, *36*(1), 40–65. https://doi.org/10.1177/0149206309342746

Singh, R. P., & Gibbs, S. R. R. (2013). Opportunity recognition processes of black entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, *26*(6), 643–659. https://doi.org/10.1080/08276331.2014.892312

Song, G., Min, S., Lee, S., & Seo, Y. (2017). The

effects of network reliance on opportunity recognition: A moderated mediation model of knowledge acquisition and entrepreneurial orientation. *Technological Forecasting and Social Change*, *117*, 98–107. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.01.004

Sullivan, D. M., & Marvel, M. R. (2011). Knowledge Acquisition, Network Reliance, and Early-Stage Technology Venture Outcomes. *Journal of Management Studies*, *48*(6), 1169–1193. https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2010.00998.x

Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, *3*(2), 1147–1156. https://doi.org/10.33258/birci.v3i2.954

Wahid, R., Pribadi, F., Pribadi, F., Wakas, B. E., & Wakas, B. E. (2020). Digital Activism: Covid-19 Effects in Campus Learning. *Budapest International Research and Critics in Linguistics and Education (BirLE) Journal*, *3*(3), 1336–1342. https://doi.org/10.33258/birle.v3i3.1174

Wannamakok, W., & Chang, Y. Y. (2020). Understanding nascent women entrepreneurs: an exploratory investigation into their entrepreneurial intentions. *Gender in Management*, *35*(6), 553–566. https://doi.org/10.1108/GM-12-2019-0250

Younis, H., Katsioloudes, M., & Bakri, A. Al. (2020). Digital entrepreneurship intentions of Qatar university students motivational factors identification: Digital entrepreneurship intentions. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation*, *10*(1), 56–74. https://doi.org/10.4018/IJEEI.2020010105