

## **Implementasi SIFEST 2026 sebagai Wadah Pengembangan Kewirausahaan dan Promosi Usaha Mahasiswa Sistem Informasi Universitas Pamulang**

**Wulan Pahira<sup>1</sup>, Andre Nuraiman Asyidik<sup>2</sup>, Abdul Ahmad Badawi<sup>3</sup>, Muhammad Raihan Af Rizal<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Informasi S1, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>[dosen02983@unpam.ac.id](mailto:dosen02983@unpam.ac.id), <sup>2</sup>[andreasyidik@gmail.com](mailto:andreasyidik@gmail.com), <sup>3</sup>[abdulahmadbadawi35@gmail.com](mailto:abdulahmadbadawi35@gmail.com), <sup>4</sup>[mraihanaf99@gmail.com](mailto:mraihanaf99@gmail.com)

**Abstrak**—Kewirausahaan mahasiswa merupakan salah satu aspek yang perlu dikembangkan melalui kegiatan yang memberikan pengalaman praktis dalam menjalankan usaha, melakukan promosi, berinteraksi dengan konsumen, dan membangun jejaring. Salah satu bentuk kegiatan yang dapat mendukung proses tersebut adalah SIFEST 2026 (Sistem Informasi Festival) yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi (HMSI) Universitas Pamulang. Kegiatan ini menghadirkan bazar yang melibatkan mahasiswa Program Studi Sistem Informasi yang telah memiliki usaha sebagai tenant. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan SIFEST 2026 sebagai wadah pengembangan pengalaman kewirausahaan dan promosi usaha mahasiswa. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan kuesioner kepada mahasiswa peserta serta tenant mahasiswa. Sebanyak 11 tenant mahasiswa terlibat dalam kegiatan bazar. Aspek yang dikaji meliputi pengalaman kewirausahaan, promosi usaha, interaksi dengan konsumen, pengembangan keterampilan, manfaat kegiatan, dan evaluasi pelaksanaan. Hasil penelitian diharapkan dapat menunjukkan kontribusi kegiatan festival kampus dalam memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa yang memiliki usaha sekaligus menjadi media promosi produk di lingkungan perguruan tinggi.

**Kata Kunci:** SIFEST 2026, kewirausahaan mahasiswa, promosi usaha, mahasiswa, bazar, Universitas Pamulang;

**Abstract**—Student entrepreneurship is an important aspect that needs to be developed through activities that provide practical experience in running a business, promoting products, interacting with consumers, and building networks. One activity that can support this process is SIFEST 2026 (Information Systems Festival), organized by the Information Systems Student Association (HMSI) of Universitas Pamulang. The event featured a bazaar involving students from the Information Systems Study Program who already own and operate businesses as tenants. This study aims to analyze the implementation of SIFEST 2026 as a platform for developing entrepreneurial experience and promoting student businesses. A descriptive approach was employed, with data collected through observation, documentation, and questionnaires administered to participating students and student tenants. A total of 11 student tenants participated in the bazaar. The aspects examined included entrepreneurial experience, business promotion, consumer interaction, skill development, perceived benefits of the activity, and evaluation of the event's implementation. The results are expected to demonstrate the contribution of campus festival activities to providing practical entrepreneurial experience for student business owners while serving as a promotional medium for their products within the higher education environment.

**Keywords:** SIFEST 2026, student entrepreneurship, business promotion, students, bazaar, Universitas Pamulang;

### **1. PENDAHULUAN**

Kewirausahaan mahasiswa menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan kompetensi mahasiswa karena pengalaman berwirausaha tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga mencakup kemampuan melakukan promosi, berkomunikasi dengan konsumen, mengelola kegiatan penjualan, dan membangun jaringan usaha. Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam menciptakan lingkungan yang dapat memberikan pengalaman tersebut secara langsung kepada mahasiswa.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pendidikan dan lingkungan kewirausahaan di perguruan tinggi dapat berhubungan dengan terbentuknya sikap, efikasi diri, dan intensi

kewirausahaan mahasiswa. Wibowo et al. (2025) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, entrepreneurial *self-efficacy*, dan sikap terhadap kewirausahaan berperan dalam membentuk intensi kewirausahaan mahasiswa di Indonesia. Pahrudin et al. (2026) juga menunjukkan bahwa lingkungan kewirausahaan di perguruan tinggi memiliki keterkaitan dengan konstruk kewirausahaan dan intensi mahasiswa untuk memulai usaha.

Selain pembelajaran formal, mahasiswa yang telah memiliki usaha membutuhkan ruang untuk memperoleh pengalaman praktis dalam memasarkan produk dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Kegiatan bazar mahasiswa dapat menjadi salah satu sarana untuk mempertemukan pelaku usaha mahasiswa dengan calon konsumen dalam lingkungan kampus.

Salah satu kegiatan yang memiliki potensi tersebut adalah SIFEST 2026 (Sistem Informasi Festival) yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi (HMSI) Universitas Pamulang. Kegiatan ini dilaksanakan pada 11 September 2026 di Taman Maerokoko Universitas Pamulang Viktor. SIFEST 2026 melibatkan mahasiswa Program Studi Sistem Informasi sebagai peserta sekaligus memberikan ruang kepada mahasiswa yang telah memiliki usaha untuk menjadi tenant.

Sebanyak 11 tenant mahasiswa mengikuti kegiatan bazar SIFEST 2026. Keberadaan tenant tersebut menunjukkan bahwa kegiatan festival tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan hiburan dan silaturahmi mahasiswa, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk memberikan pengalaman kewirausahaan dan memperkenalkan usaha mahasiswa kepada lingkungan kampus.

Namun demikian, keberadaan kegiatan bazar belum secara otomatis menunjukkan manfaat yang diterima oleh mahasiswa pemilik usaha. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi terhadap pengalaman mahasiswa sebagai tenant, khususnya terkait promosi usaha, interaksi dengan konsumen, keterampilan kewirausahaan, dan manfaat kegiatan terhadap usaha mereka.

Penelitian mengenai kewirausahaan mahasiswa telah banyak dilakukan dengan fokus pada pendidikan kewirausahaan, lingkungan perguruan tinggi, dan intensi berwirausaha. Wibowo et al. (2025) meneliti faktor yang memengaruhi intensi kewirausahaan digital mahasiswa Indonesia dan menunjukkan pentingnya pendidikan kewirausahaan serta *self-efficacy*. Sementara itu, Pahrudin et al. (2026) mengkaji lingkungan kewirausahaan perguruan tinggi dan hubungannya dengan intensi mahasiswa untuk memulai usaha.

Penelitian lain oleh Overwien, Jahnke, dan Leker (2024) menunjukkan bahwa aktivitas pendidikan kewirausahaan tertentu, seperti kegiatan berbentuk seminar dan workshop, dapat memberikan pengaruh terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa. Purbasari et al. (2020) juga menunjukkan pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam pengembangan pola pikir kewirausahaan peserta didik.

Berbeda dengan penelitian yang lebih banyak mengkaji intensi atau mindset kewirausahaan, penelitian ini berfokus pada kegiatan nyata mahasiswa yang telah memiliki usaha dan berpartisipasi sebagai tenant dalam kegiatan festival kampus. Fokus penelitian diarahkan pada pengalaman langsung mahasiswa dalam melakukan promosi, berinteraksi dengan konsumen, mengelola usaha selama bazar, serta memperoleh manfaat dari kegiatan SIFEST 2026.

Dengan demikian, kebaruan penelitian terletak pada kajian terhadap SIFEST sebagai ruang praktik kewirausahaan bagi mahasiswa pemilik usaha, bukan hanya pada pengukuran minat atau intensi berwirausaha.

SIFEST 2026 menjadi salah satu solusi yang dapat memberikan ruang praktik bagi mahasiswa pemilik usaha untuk memperkenalkan produk, melakukan promosi secara langsung, berinteraksi dengan konsumen, serta memperoleh pengalaman dalam mengelola kegiatan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan pelaksanaan SIFEST 2026 sebagai wadah kegiatan kewirausahaan mahasiswa.
2. Menganalisis pengalaman mahasiswa pemilik usaha dalam melakukan promosi melalui kegiatan SIFEST 2026.
3. Menganalisis pengalaman interaksi mahasiswa pemilik usaha dengan konsumen.
4. Mengetahui manfaat SIFEST 2026 terhadap pengembangan keterampilan kewirausahaan mahasiswa.
5. Mengevaluasi pelaksanaan kegiatan bazar berdasarkan tanggapan tenant mahasiswa.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Tahapan Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan pelaksanaan SIFEST 2026 dan pengalaman mahasiswa pemilik usaha yang berpartisipasi sebagai tenant. Tahapan penelitian terdiri atas:

#### a. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui:

1. Observasi pelaksanaan SIFEST 2026.
2. Dokumentasi kegiatan.
3. Identifikasi 9 tenant mahasiswa.
4. Kuesioner kepada tenant mahasiswa.
5. Kuesioner kepada mahasiswa peserta kegiatan.

Kuesioner menggunakan skala Likert 1–5, yaitu:

**Tabel 1.** Skala Likert

| Skor | Keterangan          |
|------|---------------------|
| 1    | Sangat Tidak Setuju |
| 2    | Tidak Setuju        |
| 3    | Netral              |
| 4    | Setuju              |
| 5    | Sangat Setuju       |

#### b. Pengolahan dan Analisis Data

Data kuesioner diolah dengan menghitung frekuensi jawaban, persentase, nilai rata-rata, dan skor setiap indikator. Hasil pengolahan kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan grafik.

#### c. Pengujian dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan berdasarkan indikator pengalaman kewirausahaan, promosi usaha, interaksi konsumen, manfaat kegiatan, dan kualitas pelaksanaan SIFEST 2026.

### 2.2 Desain, Alat, dan Data Penelitian

Objek penelitian adalah kegiatan SIFEST 2026 yang diselenggarakan oleh HMSI Universitas Pamulang. Subjek penelitian terdiri atas mahasiswa peserta kegiatan dan mahasiswa pemilik usaha yang menjadi tenant.

Sebanyak 9 mahasiswa pemilik usaha terlibat sebagai tenant dalam bazar SIFEST 2026. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan beberapa indikator utama:

**Tabel 2.** Indikator Utama Penelitian

| Variabel/Aspek             | Indikator                                  |
|----------------------------|--------------------------------------------|
| Pengembangan kewirausahaan | Pengalaman menjalankan usaha               |
| Pengembangan kewirausahaan | Keterampilan komunikasi dan pelayanan      |
| Promosi usaha              | Pengenalan dan jangkauan produk            |
| Interaksi konsumen         | Komunikasi dan tanggapan konsumen          |
| Manfaat kegiatan           | Pengembangan usaha dan jaringan            |
| Pelaksanaan kegiatan       | Koordinasi, fasilitas, waktu, dan kepuasan |

## 3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Pelaksanaan SIFEST 2026

SIFEST 2026 dilaksanakan pada 11 September 2026 di Taman Maerokoco Universitas Pamulang Viktor. Kegiatan diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi (HMSI) dengan melibatkan mahasiswa Program Studi Sistem Informasi.

Rangkaian kegiatan meliputi persiapan panitia dan tenant, pembukaan, bazar usaha mahasiswa, kegiatan hiburan dan permainan interaktif, pengumuman pemenang lomba, serta evaluasi kegiatan.

Salah satu bagian utama kegiatan adalah bazar yang melibatkan 11 mahasiswa pemilik usaha sebagai tenant. Bazar memberikan ruang kepada mahasiswa untuk memperkenalkan dan menawarkan produk secara langsung kepada mahasiswa lainnya.



**Gambar 1.** Persiapan panitia dan tenant sebelum pelaksanaan SIFEST 2026.

### 3.1.1 Keterlibatan Mahasiswa Pemilik Usaha

Keterlibatan 9 mahasiswa sebagai tenant menunjukkan bahwa SIFEST 2026 dapat menjadi ruang praktik bagi mahasiswa yang telah menjalankan usaha. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai peserta kegiatan, tetapi juga menjalankan aktivitas usaha secara langsung melalui proses persiapan produk, penataan booth, promosi, pelayanan konsumen, dan transaksi.



**Gambar 2.** Pembukaan SIFEST 2026 oleh penyelenggara dan pihak Program Studi.

### 3.2 SIFEST sebagai Media Promosi Usaha Mahasiswa

Bazar SIFEST memberikan kesempatan kepada mahasiswa pemilik usaha untuk memperkenalkan produk kepada lingkungan kampus. Aktivitas promosi dilakukan melalui interaksi langsung antara tenant dan pengunjung.

Data kuesioner tenant selanjutnya digunakan untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap manfaat kegiatan sebagai media promosi.

**Tabel 3.** Identifikasi Tenant Mahasiswa SIFEST 2026

| No. | Tenant   | Nama Booth/Usaha     |
|-----|----------|----------------------|
| 1   | Tenant 1 | Risolles             |
| 2   | Tenant 2 | Fudgy Brownies       |
| 3   | Tenant 3 | Beadbliss            |
| 4   | Tenant 4 | Last Scent Parfum    |
| 5   | Tenant 5 | Cheesecute by.Nim    |
| 6   | Tenant 6 | Cirambay Es Teh      |
| 7   | Tenant 7 | Afs Keychain         |
| 8   | Tenant 8 | Es Lilin             |
| 9   | Tenant 9 | Jersey dan Workshirt |

### 3.2.1 Interaksi Mahasiswa Pemilik Usaha dengan Konsumen

Interaksi langsung dengan konsumen memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam menjelaskan produk, menjawab pertanyaan, memberikan pelayanan, dan menerima tanggapan konsumen.

Pengalaman tersebut menjadi bagian penting dalam pengembangan keterampilan kewirausahaan karena mahasiswa dapat memahami kebutuhan konsumen melalui situasi nyata.



**Gambar 3.** Interaksi mahasiswa pemilik usaha dengan pengunjung SIFEST 2026.

### 3.3 Pengembangan Keterampilan Kewirausahaan

Keterlibatan mahasiswa sebagai tenant memberikan pengalaman dalam menjalankan aktivitas usaha secara langsung. Keterampilan yang dapat berkembang antara lain komunikasi, pelayanan konsumen, promosi, pengelolaan produk, dan pengambilan keputusan selama kegiatan.

Hasil kuesioner digunakan untuk mengukur persepsi tenant terhadap pengalaman tersebut. Nilai setiap indikator dapat disajikan dalam bentuk grafik setelah data kuesioner diperoleh.





**Gambar 4.** Produk Mahasiswa pada SIFEST 2026.

### 3.3.1 Manfaat SIFEST terhadap Usaha Mahasiswa

SIFEST 2026 tidak hanya menjadi tempat penjualan produk, tetapi juga menjadi sarana memperluas pengenalan usaha mahasiswa. Melalui kegiatan tersebut, mahasiswa dapat memperkenalkan produk kepada calon konsumen baru dan membangun hubungan dengan mahasiswa lainnya.

Pembahasan manfaat kegiatan perlu didasarkan pada hasil kuesioner tenant sehingga kesimpulan mengenai tingkat manfaat tidak dibuat berdasarkan asumsi.

### 3.4 Partisipasi Mahasiswa dalam Kegiatan

Selain bazar, SIFEST 2026 menghadirkan games dan kegiatan hiburan yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk berinteraksi dalam suasana yang lebih informal.



**Gambar 5.** Pelaksanaan games interaktif dalam rangkaian SIFEST 2026.

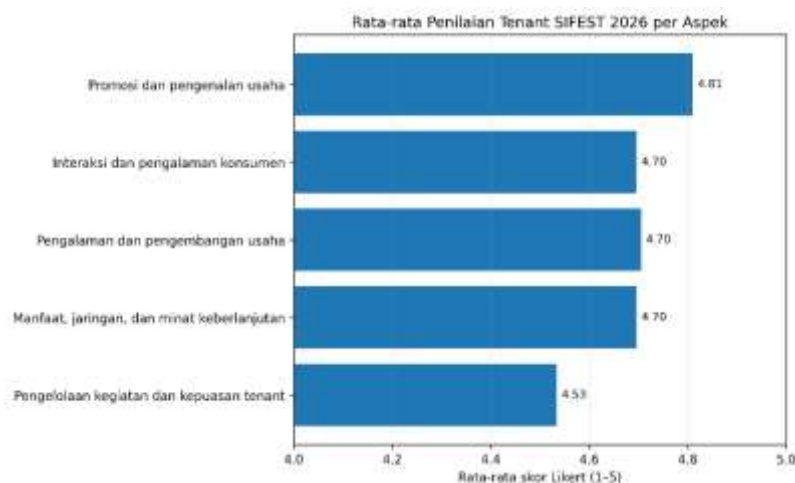
### 3.5 Evaluasi Kegiatan SIFEST 2026

Evaluasi dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1–5. Evaluasi tenant meliputi koordinasi, fasilitas, kesesuaian waktu, pelaksanaan bazar, dan kepuasan mengikuti kegiatan.

Hasil evaluasi dapat disajikan dalam bentuk tabel berikut setelah data dikumpulkan.

**Tabel 4.** Hasil Evaluasi Tenant

| Indikator                 | Rata-rata | Kategori    |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Promosi usaha             | 4,88      | Sangat Baik |
| Interaksi konsumen        | 4,70      | Sangat Baik |
| Pengembangan keterampilan | 4,74      | Sangat Baik |
| Manfaat terhadap usaha    | 4,77      | Sangat Baik |
| Pelaksanaan kegiatan      | 4,68      | Sangat Baik |



**Gambar 6.** Grafik hasil evaluasi tenant mahasiswa.

### 3.5.1 Refleksi dan Pengembangan Kegiatan

#### 1. Refleksi Pelaksanaan Kegiatan

SIFEST 2026 secara umum memberikan pengalaman dan manfaat positif bagi tenant mahasiswa. Kegiatan ini membantu mahasiswa memperkenalkan produk, meningkatkan pengalaman berjualan, berinteraksi dengan konsumen, memperluas jaringan, serta meningkatkan kepercayaan diri dalam mengembangkan usaha.

Hasil evaluasi menunjukkan respons yang sangat positif dari tenant dengan rata-rata penilaian 4,69 dari skala 5. Namun, beberapa kendala masih ditemukan, terutama terkait cuaca panas, perlindungan terhadap hujan, fasilitas tenant, serta kurang luasnya promosi kegiatan. Oleh karena itu, aspek fasilitas, publikasi, dan pendampingan tenant perlu ditingkatkan pada pelaksanaan SIFEST berikutnya.

#### 2. Evaluasi Kegiatan

Berdasarkan refleksi dari tenant, evaluasi SIFEST 2026 dapat dikelompokkan menjadi beberapa aspek utama:

**Tabel 5.** Hasil Evaluasi Kegiatan

| Aspek              | Hasil Refleksi                                                                                 | Tindak Lanjut                                                                                                      |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Promosi            | Produk mahasiswa lebih dikenal, tetapi masih terdapat mahasiswa yang belum mengetahui kegiatan | Meningkatkan promosi sejak H-14 atau lebih awal melalui media sosial, poster, pamflet, dan media komunikasi kampus |
| Penjualan          | Tenant memperoleh kesempatan meningkatkan penjualan dan mengenalkan produk secara langsung     | Menambah strategi untuk meningkatkan jumlah dan keterlibatan pengunjung                                            |
| Interaksi konsumen | Tenant memperoleh pengalaman melayani konsumen dan mengetahui tanggapan terhadap produk        | Menambahkan kegiatan yang mendorong interaksi antara tenant dan pengunjung                                         |
| Fasilitas          | Beberapa tenant mengalami panas dan membutuhkan perlindungan                                   | Menyediakan tenda/terpal, listrik, tempat berteduh, meja dan bangku yang memadai                                   |

|                   |                                                                                   |                                                                                                   |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                   | terhadap hujan serta fasilitas pendukung                                          |                                                                                                   |
| Pembekalan tenant | Tenant membutuhkan pengetahuan praktis mengenai pemasaran dan pengembangan usaha  | Menyelenggarakan briefing atau pelatihan UMKM sebelum kegiatan                                    |
| Jumlah tenant     | Terdapat keinginan agar lebih banyak mahasiswa pemilik usaha dapat berpartisipasi | Memperluas pendataan dan membuka kuota tenant secara lebih luas                                   |
| Keberlanjutan     | Responden menunjukkan minat untuk mengikuti kegiatan serupa kembali               | Menjadikan SIFEST sebagai kegiatan kewirausahaan mahasiswa yang dilaksanakan secara berkelanjutan |

### 3. Pengembangan Kegiatan SIFEST Berikutnya

Pengembangan SIFEST berikutnya diarahkan untuk meningkatkan promosi, fasilitas, pembekalan, dan keberlanjutan kegiatan. Promosi perlu dilakukan lebih awal dan lebih luas, fasilitas tenant seperti tenda, listrik, meja, dan kursi perlu ditingkatkan, serta diberikan pembekalan mengenai pemasaran dan pengelolaan usaha. Selain itu, pendataan tenant dan pendampingan pascakegiatan dapat dilakukan agar SIFEST tidak hanya menjadi bazar, tetapi juga menjadi wadah pengembangan kewirausahaan mahasiswa.

## 4. KESIMPULAN

SIFEST 2026 dapat menjadi salah satu wadah praktik kewirausahaan bagi mahasiswa Sistem Informasi Universitas Pamulang yang telah memiliki usaha. Keterlibatan 11 mahasiswa sebagai tenant memberikan kesempatan untuk melakukan promosi produk, berinteraksi dengan konsumen, memperoleh pengalaman pelayanan, dan mengembangkan keterampilan yang berkaitan dengan aktivitas usaha.

Kegiatan bazar juga memberikan ruang bagi usaha mahasiswa untuk diperkenalkan kepada lingkungan kampus. Dengan demikian, SIFEST tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan festival mahasiswa, tetapi juga dapat dikembangkan sebagai kegiatan yang mendukung pengalaman kewirausahaan mahasiswa.

Evaluasi menggunakan kuesioner menjadi bagian penting untuk mengetahui manfaat kegiatan berdasarkan pengalaman langsung tenant dan peserta. Pada pelaksanaan berikutnya, kegiatan dapat dikembangkan melalui peningkatan fasilitas tenant, strategi promosi, pendampingan usaha, serta pengelolaan bazar yang lebih terstruktur.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi (HMSI) Universitas Pamulang, Program Studi Sistem Informasi, seluruh panitia, mahasiswa peserta, serta mahasiswa pemilik usaha yang telah berpartisipasi sebagai tenant dalam pelaksanaan SIFEST 2026.



**Gambar 7.** Foto Bersama Panitia SIFEST 2026 dengan Pelaku Usaha (Tenant)

## REFERENCES

- Fitriani, S., & Ilyas, H. P. (2021). Mengembangkan keterampilan kewirausahaan peserta didik melalui bisnis daring dan pelatihan pemasaran digital. *Jurnal Abdimas*, 25(1). <https://doi.org/10.15294/abdimas.v25i1.24585>
- Handayati, P., Wulandari, D., Soetjipto, B. E., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2020). Does entrepreneurship education promote vocational students' entrepreneurial mindset? *Heliyon*, 6(11), e05426. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05426>
- Overwien, A., Jahnke, L., & Leker, J. (2024). Can entrepreneurship education activities promote students' entrepreneurial intention? *The International Journal of Management Education*, 22(1), 100928. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100928>
- Pahrudin, P., Liu, L.-W., Caraka, R. E., Gustina, A., Yunikawati, N. A., Gio, P. U., & Tsai, C.-Y. (2026). Does the entrepreneurship environment in higher education give entrepreneurial intent to start a business? Evidence from universities in Indonesia. *The International Journal of Management Education*, 24(2), 101381. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2026.101381>
- Wardoyo, C., Narmaditya, B. S., Qurrata, V. A., Satrio, Y., & [nama penulis kelima]. (2025). Are students ready for digital business? Antecedents of entrepreneurial intentions among Indonesian students using a serial mediation. *Social Sciences & Humanities Open*, 11, 101213. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101213>