

***THE INFLUENCE OF THE ENTREPRENEURIAL INTERNSHIP PROGRAM,
MOTIVATION, SOCIAL MEDIA USAGE, AND SELF-EFFICACY IN
ENHANCING STUDENTS' ENTREPRENEURIAL INTEREST***

**PENGARUH MAGANG WIRAUSAHA MERDEKA, MOTIVASI,
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN *SELF-EFFICACY* DALAM
MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA**

Aenuriyas Syifana¹⁾, Mahameru Rosy Rochmatullah^{2)*}

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}

b2002000472@student.ums.ac.id¹⁾, mrn122@ums.ac.id^{2)*}

ABSTRACT

This study aims to analyze the significance of the influence of independent entrepreneurial internships, motivation, social media usage, and self-efficacy on students' entrepreneurial interest. The method used in this research is correlational with a quantitative approach. The data collection technique used in this study is a questionnaire. The population in this study consists of students who have participated in the Independent Entrepreneurial Program in 2023, totaling 400 students from 8 universities. The sample in this study was taken from 30% of the total population, which is 120 students. The data analysis technique used in this study consists of instrument validity and reliability tests, classic assumption tests (normality test, heteroskedasticity test, and multicollinearity test), multiple regression analysis (t-test and F-test), and determination coefficient. The results of the study concluded that: Hypothesis 1 states that independent entrepreneurial internships have a significant effect on students' entrepreneurial interest. Hypothesis 2 states that motivation has a significant effect on students' entrepreneurial interest. Hypothesis 3 states that social media usage does not have a significant effect on students' entrepreneurial interest. Hypothesis 4 states that self-efficacy has a significant effect on students' entrepreneurial interest. Independent entrepreneurial internships, motivation, social media usage, and self-efficacy collectively or together influence entrepreneurial interest.

Keywords: *Entrepreneurial Interest, Independent Entrepreneurship Internship, Motivation, Self-Efficacy, Social Media Usage*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh magang wirausaha merdeka, motivasi, penggunaan media sosial, dan self efficacy terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah mengikuti kegiatan Program Wirausaha Merdeka tahun 2023 sebanyak 400 mahasiswa yang terbagi menjadi 8 universitas. Sampel pada penelitian ini diambil 30% dari jumlah populasi, yaitu 120 mahasiswa. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji instrumen validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas), analisis regresi berganda (uji t dan uji F), dan koefisien determinasi. Hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa: Hipotesis 1 menyatakan magang wirausaha merdeka berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hipotesis 2 menyatakan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hipotesis 3 menyatakan penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hipotesis 4 menyatakan self efficacy berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Magang wirausaha merdeka, motivasi, penggunaan media sosial, dan self efficacy berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap minat berwirausaha.

Kata Kunci: Magang Wirausaha Merdeka, Motivasi, Penggunaan Media Sosial, Self Efficacy dan Minat Berwirausaha

PENDAHULUAN

Data statistik memperkirakan bahwa dalam sepuluh tahun ke depan, bangsa Indonesia akan mendapat bonus

demografi. Bonus Demografi merupakan gejala kependudukan di mana jumlah usia tidak produktif lebih sedikit dari pada usia produktif (Rakasiwi & Kautsar, 2021). Salah satu

upaya yang perlu dilakukan dalam rangka mengembangkan perekonomian daerah adalah hal yang harus diperjuangkan pengembangan masyarakat di wilayah tersebut (Rochmatullah et al., 2020). Menurut (Kurnia et al., 2018) mahasiswa menjadi bagian penting bagi generasi penerus yang diharapkan mampu memulai jiwa kewirausahaan. Tahun 2018 Global Entrepreneurship Index (GEI) menyatakan bahwa dari 137 negara yang di survei Indonesia menduduki peringkat ke-94. Sementara pada tahun 2019 menurut IDN Research Institute menyebutkan bahwa generasi muda di Indonesia memiliki minat berwirausaha sebanyak 69,1%. Salah satu semen yang bisa diupayakan adalah pengembangan jiwa wirausaha di kalangan remaja dan generasi muda (Chayo et al., 2022). Dalam mewujudkan hal tersebut, pemerintah berupaya mendorong minat masyarakat dalam berwirausaha, dimulai dari lingkup mahasiswa dengan memberikan kegiatan di luar perkuliahan dan di luar universitas di bawah naungan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) dalam salah satu programnya yaitu program wirausaha merdeka Wirausaha Merdeka (WMK).

Dikutip dari (Mustaghfiroh, 2020) Wirausaha Merdeka adalah bagian dari program MBKM yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa belajar dan mengembangkan diri menjadi calon entrepreneur melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan. Terdapat 4 tahapan dari pelaksanaan program Wirausaha Merdeka, tahapan tersebut meliputi workshop serta pelatihan magang di UMKM, magang, pengerjaan produk, serta penjualan

produk. Yang menjadi fokus penting pada program ini, tentunya pada tahapan magang. Melalui program magang tersebut, diharapkan mahasiswa mampu menunjukkan peningkatan dalam keterampilan dan jiwa berwirausaha. Setyawati dkk (2021) menyatakan dalam penelitiannya bahwa terbukti program MBKM Kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Sedangkan (Cahyani et al., 2023) menyatakan dalam penelitiannya bahwa kenyataan yang terjadi di lapangan, banyak usaha mahasiswa yang berhenti setelah program magang wirausaha merdeka selesai. Oleh karena itu peneliti ingin menguji apakah program magang wirausaha merdeka memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa khususnya pada mahasiswa program magang wirausaha tahun 2023.

Motivasi juga dapat memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha. Zuhriana Aidha (2016) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa motivasi berfungsi sebagai pengaruh dalam minat berwirausaha. Agung & Sumaryanto (2018) bahwa motivasi menjadi seorang wirausahawan adalah suatu dorongan yang bersumber dari dalam diri atau yang timbul karena adanya pengaruh dari orang lain. Hal tersebut dapat menumbuhkan pemikiran yang inovatif untuk merancang suatu konsep usaha yang dapat menghasilkan keuntungan. Terdapat hasil penelitian yang berbeda mengenai pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha yang dilakukan oleh (Nugrahaningsih & Muslim, 2016) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap minat berwirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azmi & Sri (2022)

menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha tidak berpengaruh terhadap niat berwirausaha. Oleh karena itu peneliti ingin menguji apakah motivasi memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha khususnya pada mahasiswa.

Selain pembelajaran kewirausahaan melalui Program Wirausaha merdeka dan motivasi, media sosial juga menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha. Jumlah populasi negara Indonesia sebanyak 256,4 juta orang, sekitar 49 persen atau sebanyak 130 juta orang diantaranya merupakan pengguna aktif dalam media sosial (Lufthi Anggraeni, 2018). Menurut Fauzi (2016) penggunaan media sosial yaitu sebuah cara dalam menciptakan personal branding media sosial sehingga dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, hingga mendapat popularitas di media sosial. Rahayu dan Sulistyowati (2022) menyatakan dalam penelitiannya bahwa terdapat pengaruh signifikan antara media sosial terhadap minat berwirausaha. Sedangkan menurut (Cahyani et al., 2023) pada realitanya, masih banyak mahasiswa yang menggunakan media sosialnya hanya untuk kepetingan pribadi. Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji apakah terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.

Menurut (Ulum et al., 2022) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa minat berwirausaha juga dapat dipengaruhi oleh *self efficacy* atau keyakinan dalam diri seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki bahwa ia mampu untuk melakukan sesuatu.

Menurut (Ulum et al., 2022) dalam berwirausaha *self efficacy* ini sangat dibutuhkan, karena seorang wirausahawan harus yakin terhadap dirinya dalam menjalankan usahanya, seperti saat membuat pernyataan bahkan saat ia mengambil keputusan yang berkaitan dengan usahanya. Penelitian mengenai efikasi diri terhadap minat wirausaha menunjukan hasil yang berbeda. Di dalam penelitian yang dilakukan oleh (Indarti, 2008). Menunjukan bahwa efikasi diri mempengaruhi minat wirausaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Tony Wijaya, 2008), menunjukan bahwa tidak terdapat pengaruh efikasi diri terhadap minat wirausaha. Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji apakah terdapat pengaruh antara *self efficacy* terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.

Menurut Utami (2017) minat berwirausaha adalah keinginan individu untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada dan mulai mengembangkan usahanya dengan memperkenalkan produk atau jasa baru. Menurut Zimmer, Scarborough, dan Wilson (2014) adalah tidak bergantung kepada orang lain, membantu lingkungan sosial, serta perasaan senang dalam menjadi seorang wirausaha. Sedangkan Sutanto (2016) berpendapat bahwa terdapat empat indikator minat berwirausaha yaitu: perasaan senang, ketertarikan, perhatian, dan keterlibatan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) adakah pengaruh penerapan magang Wirausaha Merdeka terhadap minat berwirausaha mahasiswa 2) adakah pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa dan 3) adakah pengaruh penggunaan media

sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa 4) adakah pengaruh self efficacy terhadap minat berwirausaha mahasiswa 5) adakah pengaruh penerapan program wirausaha merdeka, motivasi dan penggunaan media sosial secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Tinjauan Pustaka

Minat Wirausaha

Zuhrina Aidha (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Minat menjadi sikap yang dapat membuat orang merasa senang terhadap obyek, situasi atau ide-ide tertentu. (Ulum et al., 2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa minat berwirausaha adalah keadaan keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (self-employed) atau menjalankan usahanya sendiri (Li dalam Budiati et al., 2012:91). Minat berwirausaha merupakan rasa tertarik, keinginan, dan bersedia untuk bekerja keras untuk berusaha secara optimal dalam memenuhi kebutuhan hidup dan berani mengambil risiko, serta memiliki kemauan yang tinggi untuk bangkit dari kegagalan (D. Anggraeni; Nurcaya, 2016).

Program Wirausaha Merdeka

Wirausaha Merdeka (WMK) menjadi salah satu dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengasah jiwa kewirausahaan, soft skills, dan manajerial, serta mendorong peningkatan pengalaman wirausaha mahasiswa dan peningkatan kemampuan daya kerja mahasiswa untuk menjadi calon entrepreneur melalui aktivitas di luar kelas

perkuliahan (Kemdikbudristek, 2022). Menurut (Cahyani et al., 2023) program MBKM-Kewirausahaan merupakan bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka yang ditujukan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa supaya mendapatkan pengetahuan serta mengembangkan diri menjadi calon wirausahawan melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan. Program Kewirausahaan – MBKM menjadi salah satu factor eksternal bagi diri wirausahawan menurut Basrowi (2014). Wirausaha Merdeka sendiri merupakan program yang diinisiasi oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia spesial bagi para mahasiswa yang memiliki ketertarikan atau minat terhadap dunia Wirausaha (Suranto et al., 2022). Pembelajaran MBKM kewirausahaan dirancang khusus untuk membantu kaum muda mengembangkan potensi kewirausahaan mereka yang didasarkan pada keyakinan bahwa kewirausahaan adalah keterampilan yang benar-benar dapat dipelajari dan dikembangkan (Permatasari & Agustina, 2018; Suwinardi, 2019; Tan & Prasastyo, 2019).

Motivasi

Siagian (1995:137) dalam penelitiannya menyatakan bahwa motivasi merupakan akibat dari interaksi seseorang dengan situasi tertentu yang sedang dihadapinya. Sedangkan Moekijat (1994:357) mengemukakan bahwa motivasi adalah suatu pengertian yang mengandung semua alat penggerak, alasan-alasan

atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia mau untuk bertindak (Kadji, 2012). Menurut M. Manullang (1994 : 145) yang dimaksud dengan motivasi yaitu sesuatu yang dapat mendorong manusia untuk bertindak atau suatu tenaga yang ada dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu.

Robbins, (2003) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Motivasi merupakan kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi demi tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu dalam memenuhi beberapa kebutuhan individual. Broussard dan Garrison (2004) secara luas mendefinisikan motivasi sebagai atribut yang menggerakkan diri kita untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Seperti Deci dkk. (1999) mengamati motivasi intrinsik memberi energi dan menopang aktivitas melalui kepuasan spontan yang melekat dalam tindakan kehendak yang efektif. Ini terwujud dalam perilaku seperti bermain, eksplorasi, dan pencarian tantangan yang sering dilakukan orang untuk penghargaan eksternal. Menurut Eva dan Boge (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa

Motivasi merupakan hal penting yang wajib diberikan kepada para karyawan untuk membangkitkan semangat dan gairah dalam bekerja

Media Sosial

Nasrullah, (2015) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa media sosial yaitu sebuah medium di internet yang memungkinkan

penggunanya untuk merepresentasikan diri serta melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Menurut (Carr & Hayes, 2015) media sosial merupakan sarana prasarana online yang memberikan momen pada para penggunanya untuk menjalin dan mempresentasikan khalah dengan masyarakat luas walaupun tidak mendorong harga diri dari klien yang dihasilkan konsen serta persepsi koneksi individu dengan orang lain. Menurut Cross (2013) media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web.

Menurut Kartajaya (2008) menjelaskan bahwa media sosial merupakan perpaduan antara sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog (one to many) menjadi dialog (many to many) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembaca konten menjadi penerbit. Media sosial menurut M. Hasym (2016) merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah platform multimedia yang berfokus pada keterlibatan pengguna untuk mendukung aktivitas dan kolaborasi pengguna. Meike dan Young (2012) mendefinisikan media sosial sebagai konvergensi antara berbagi antar individu (one-to-one sharing) dan media publik yang dapat dibagikan kepada

siapa saja tanpa memiliki identitas pribadi.

Self E-fficacy

Self Efikasi memegang peran yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, seseorang akan mampu menggunakan potensi dirinya secara optimal apabila efikasi diri mendukungnya (Rustika, 2016). Menerapkan self-eficacy dalam kewirausahaan mengacu pada kepercayaan wirausahawan untuk menyelesaikan tugas dan kemampuan yang dibutuhkan untuk perencanaan dalam berwirausaha (Li, 2017), sedangkan menurut Usman & Nia (2019) self-eficacy adalah suatu bentuk rasa percaya diri seseorang dalam menghadapi masalah. Efikasi diri dan karier seseorang dapat menjadi hal penting untuk menentukan terbentuknya individu dalam tahap awal mengawali kariernya, dan ketika semakin tinggi tingkat efikasi diri maka semakin kuat intensi berwirausaha yang dipunyai (Ketaren & Wijayanto, 2021). Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya. Oleh karena itu perlu adanya kajian penelitian sejenis untuk melihat hasil penelitian terdahulu.

Menurut Luthan (2006) efikasi diri (self efficacy) adalah kepercayaan seseorang bahwa ia memiliki kemampuan untuk mengerjakan dan menyelesaikan suatu pekerjaan pada suatu tingkat tertentu. Menurut Wulandari dalam Anggraeni dan Nurcaya (2016), efikasi diri yaitu individu yang memiliki keyakinan atau kepercayaan diri atas kemampuannya dalam mewujudkan suatu tujuan tertentu. Menurut Bandura dalam Anggraeni dan Nurcaya (2016), Self

Efficacy Theory menjelaskan efikasi diri merupakan keyakinan seseorang berdasarkan motivasional, kognitif dan tindakan dapat berhasil menjalankan suatu perilaku yang diinginkan untuk mencapai suatu hasil. Menurut Laura (2010 : 152) self efficacy/efikasi diri adalah keyakinan seseorang sehingga dapat menguasai suatu situasi dan menghasilkan berbagai hasil bernilai positif dan bermanfaat.

Pengaruh Magang Wirausaha Merdeka terhadap Minat Berwirausaha

Program magang wirausaha merdeka merupakan bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka yang ditujukan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa mendapatkan pengetahuan serta mengembangkan diri menjadi calon wirausahawan melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan. Program Kewirausahaan – MBKM menjadi salah satu faktor luar diri wirausahawan menurut Basrowi (2014). Penelitian yang dilakukan Setyawati, dkk. (2021) dan Shavira, dkk (2023) yang menyatakan bahwa terbukti program MBKM Kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan teori penjelasan diatas dan hasil penelitian sebelumnya, maka disusunlah hipotesis variabel magang wirausaha merdeka sebagai berikut. Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh antara magang wirausaha merdeka terhadap minat berwirausaha

Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha

Maryani et al. (2018) berpendapat bahwa motivasi berwirausaha adalah faktor yang memiliki peran besar dibalik kesuksesan usaha seseorang. Motivasi berwirausaha adalah dorongan yang membantu menguatkan perilaku berwirausaha (Urfillah & Muflikhati, 2017). Pendapat lain yang dikemukakan oleh (Ardiyanti & Mora, 2019) motivasi usaha merupakan dorongan bagi seseorang untuk melakukan usaha dengan semangat, inovatif dan kreatifitas yang tinggi, serta berani dalam menghadapi segala risiko dalam rangka memperoleh keuntungan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2014) hasil penelitiannya menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan teori penjelasan diatas dan hasil penelitian sebelumnya, maka disusunlah hipotesis variabel Motivasi sebagai berikut. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Terdapat pengaruh antara motivasi terhadap minat berwirausaha

Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

N. Sari et al., (2021) mengatakan sosial media berperan besar dalam memajukan kinerja bisnis. Sosial media adalah bagian yang memiliki keterkaitan dengan praktik kewirausahaan. Kemudahan dalam bertransaksi yang ditawarkan oleh sosial media diharapkan dapat menjadi faktor penunjang dalam berwirausaha (Nurhayati, 2020). penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (N. Sari et al., 2021),

hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sosial media terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan teori penjelasan diatas dan hasil penelitian sebelumnya, maka disusunlah hipotesis variabel penggunaan media sosial sebagai berikut. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3 : Terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha

Pengaruh Self Efficacy terhadap Minat Berwirausaha

Menurut Saraih, Zin Aris, dkk (2018) self-efficacy dalam wirausahawan adalah kemampuan yang dapat memodifikasi keyakinan seseorang dalam menyelesaikan tugas yang diperlukan agar dapat berhasil dalam membangun suatu bisnis. Sedangkan menurut (Abdi et al., 2021) seseorang yang memiliki self-efficacy akan merasa lebih tertantang dalam berwirausaha dan memiliki minat berwirausaha lebih tinggi dibandingkan dengan seseorang yang tidak memiliki self-efficacy . Oleh sebab itu, self-efficacy sering kali dilihat memiliki pengaruh positif dalam minat berwirausaha (Li, 2017). Berdasarkan teori penjelasan diatas dan hasil penelitian sebelumnya, maka disusunlah hipotesis variabel Self Efficacy sebagai berikut. Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Terdapat pengaruh antara self efficacy terhadap minat berwirausaha

METODE PENELITIAN

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer. Penelitian ini berupa hasil pengujian yang berupa jawaban yang di peroleh secara langsung dari mahasiswa yang telah mengikuti kegiatan Wirausaha Merdeka tahun 2023 yang digunakan sebagai responden dalam penelitian ini. Kuesioner penelitian ini telah dibagikan kepada 400 mahasiswa, namun yang digunakan dalam pengujian pada penelitian ini hanya 120 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa yang pernah mengikuti kegiatan Program Wirausaha Merdeka tahun 2023 sebanyak 400 mahasiswa yang terbagi menjadi 8 Universitas, Pada penelitian ini, teknik penentuan sampel menggunakan teknik Proportional Random Sampling. Analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan Regresi Linier Berganda, untuk pengujian hipotesis yang menyatakan hubungan fungsional antara variabel independent dengan dependen. Rumus model ekonometrika yang digunakan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

- Y = Minat Berwirausaha
 = Konstanta
 β_1-4 = Koefisien regresi
 X_1 = Magang Wirausaha Merdeka
 X_2 = Motivasi
 X_3 = Penggunaan Media Sosial
 X_4 = *Self Efficacy*
 ε = eror term

Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Minat Berwirausaha

Variabel minat berwirausaha merupakan variabel dependen dalam

penelitian ini. minat berwirausaha adalah keinginan dalam diri untuk memenuhi kebutuhan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri menurut Santoso (2016). Menurut Paulina (2012) dalam menunjukkan adanya minat berwirausaha yang dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu (1) Motivasi untuk berwirausaha, (2) Ketertarikan untuk berwirausaha, (3) Senang untuk berwirausaha, dan (4) Keinginan kuat untuk berwirausaha.

b. Variabel Magang Wirausaha Merdeka

Program Wirausaha Merdeka mengajak mahasiswa untuk berkolaborasi, mengambil tindakan, serta melayani negara dalam pembangunan ekonomi masyarakat Indonesia (Setyobakti et al., 2022). Indikator program magang menurut Dirjen PLSP, Direktorat Tenaga Teknis, (2003) terdiri: (1) Kehadiran, (2) Kedisiplinan, (3) Tanggung jawab, (4) Ketekunan, (5) Sopan santun, (6) Persiapan kerja, (7) Pelaksanaan, (8) Hasil kerja, (9). Kerja sama/membantu dalam menyelesaikan tugas.

c. Variabel Motivasi

Motivasi adalah tenaga pendorong atau penarik yang menyebabkan adanya tingkah laku ke arah suatu tujuan tertentu (N. P. S. K. Sari & Sriathi, 2019). Menurut Ahmad dan Budi (2017) Ada dua faktor yang mempengaruhi motivasi yaitu faktor intrinsik yang terdiri kebutuhan, pengetahuan untuk kemajuan sendiri, aspirasi atau cita-cita dan faktor ekstrinsik yang terdiri dari ganjaran, hukuman, persaingan atau kompetisi. Menurut Hamzah B. Uno, (2008: 10) indikator- indikator motivasi yaitu: (1) Adanya hasrat dan keinginan untuk

melakukan kegiatan, (2) Adanya dorongan dan kebutuhan melakukan kegiatan, (3) Adanya harapan dan cita-cita, (4) Penghargaan dan penghormatan atas diri, (5) Adanya kegiatan yang menarik, dan (6) Adanya kegiatan yang menarik.

d. Variabel Penggunaan Media Sosial

Menurut Cross (2013) media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Menurut Antony Mayfield (2008) terdapat lima indikator penggunaan sosial yakni (1) partisipasi, (2) keterbukaan, (3) percakapan, (4) komunitas, (5) saling terhubung.

e. Variabel Self Efficacy

Self efficacy disini diartikan sebagai keyakinan bahwa diri memiliki kemampuan melakukan tindakan yang diharapkan dalam berwirausaha. (Jaya & Seminari, 2016) dalam berwirausaha, self efficacy ini sangat diperlukan, karena seorang wirausahawan harus yakin terhadap dirinya dalam menjalankan usahanya, seperti saat membuat pernyataan bahkan saat ia mengambil keputusan yang berkaitan dengan usahanya. Terdapat tiga indikator *self efficacy* menurut Mustofa, (2014) (1) tingkat kesulitan tugas (Magnitude) , (2) derajat keyakinan & Pengharapan (Strenght) , (3) luas Bidang Perilaku (Generallity).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Validitas

Hasil uji validitas konstruk menunjukkan bahwa rata-rata persentase validitas konstruk untuk X1 adalah 84%, X2 adalah 85%, X3 adalah 85%, X4 adalah 89%, dan Y adalah 94%.

Sementara itu, hasil uji validitas konten menunjukkan bahwa rata-rata persentase validitas konten untuk setiap variabel adalah sebagai berikut:

- Magang Wirausaha Merdeka (X1): X1.1 (85%), X1.2 (88%), X1.3 (92%), X1.4 (83%), X1.5 (89%), X1.6 (87%), X1.7 (93%), X1.8 (86%), X1.9 (89%)
- Motivasi (X2): X2.1 (85%), X2.2 (85%), X2.3 (86%), X2.4 (80%), X2.5 (85%), X2.6 (70%), X2.7 (86%)
- Penggunaan Media Sosial (X3): X3.1 (89%), X3.2 (89%), X3.3 (85%), X3.4 (87%), X3.5 (81%), X3.6 (83%)
- Self Efficacy (X4): X4.1 (91%), X4.2 (92%), X4.3 (94%), X4.4 (93%), X4.5 (94%), X4.6 (86%), X4.7 (79%), X4.8 (90%), X4.9 (87%), X4.10 (86%)
- Minat Berwirausaha (Y): Y1 (85%), Y2 (85%), Y3 (92%), Y4 (86%), Y5 (87%), Y6 (91%), Y7 (86%), Y8 (87%), Y9 (87%), Y10 (87%), Y11 (88%).

Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa validitas konstruk dan konten dari instrumen penelitian ini cukup tinggi, dengan rata-rata validitas konten lebih dari 80% untuk semua variabel.

Pada penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan pengujian validitas konten (*content validity*) dan validitas konstruk (*construct validity*). Total rata – rata pada setiap item pengujian konstruk yaitu > 60% yang

berarti hasil pengujian validitas konstruk dinyatakan valid, dan pada pengujian validitas konten rata – rata pada setiap item pengujian konten yaitu $> 60\%$ yang berarti hasil pengujian validitas konten dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
X1	0.833	0.60	Reliabel
X2	0.758	0.60	Reliabel
X3	0.791	0.60	Reliabel
X4	0.827	0.60	Reliabel
Y	0.845	0.60	Reliabel

Sumber: Hasil Analisis Data, 2024

Berdasarkan table data diatas dapat dilihat bahwa variabel Magang Wirausaha Merdeka (X1) dengan nilai cronbach alpha $0.833 > 0.60$. Variabel motivasi (X2) dengan nilai cronbach alpha $0.777 > 0.60$. Variabel penggunaan media sosial (X3) dengan nilai cronbach alpha $0.779 > 0.60$. Variabel Self Efficacy (X4) dengan nilai cronbach alpha $0.772 > 0.60$. Serta variabel Minat berwirausaha (Y) dengan nilai cronbach alpha $0.813 > 0.60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
Asymp. Sig. (2tailed) 0,200

Sumber: Hasil Analisis Data, 2024 Hasil uji asumsi normalitas

menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $0,200 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal dan persyaratan uji normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,417	2,399	Tidak terjadi multikolinearitas
X2	0,422	2,368	Tidak terjadi multikolinearitas
X3	0,441	2,266	Tidak terjadi multikolinearitas
X4	0,325	3,081	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Hasil Analisis Data, 2024

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa data bebas gejala multikolinieritas. Hal ini didasarkan pada nilai *tolerance* Magang Wirausaha Merdeka (X1) sebesar $0.417 > 0.1$ dengan nilai VIF sebesar $2.399 < 10$. Nilai *tolerance* Motivasi (X2) sebesar $0.422 > 0.1$ dengan nilai VIF sebesar $2.368 < 10$. Nilai *tolerance* penggunaan media sosial (X3) sebesar $0.441 > 0.1$ dengan nilai VIF sebesar $2.266 < 10$. Dan nilai *tolerance* variabel *Self Efficacy* (X4) sebesar $0.325 > 0.1$ dengan nilai VIF sebesar $3.081 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi yang digunakan.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig(2-tailed)	Keterangan
X1	0,515	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0,687	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X3	0,420	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X4	0,405	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Analisis Data, 2024 Hasil uji heteroskedastisitas di atas

menunjukkan bahwa semua variabel penelitian ini memiliki nilai signifikansi

$> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini terbebas dari heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data Uji Linier Berganda yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26 menghasilkan data sebagaimana terlihat pada Tabel 8.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier

Model	Coeff.B	t	Sig
Konstanta	10,324	4,133	,000
X1	,175	2,104	,038
X2	,302	2,649	,009
X3	,106	,887	,382
X4	,385	5,053	,000

Sumber: Hasil Analisis Data, 2024

Berdasarkan table di atas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel Coefficients pada kolom Unstandardized dalam kolom B, dalam kolom tersebut terdapat nilai constant sebesar 10.324 sedangkan nilai koefisien regresi untuk Magang Wirausaha Merdeka (X1) = 0,175, motivasi (X2) = 0.302. Penggunaan media social (X3) = 0.106, dan Self Efficacy (X4) = 0.385. Adapun model persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 10.324 + 0,175X_1 + 0,302X_2 + 0,106X_3 + 0,385X_4 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut :

Nilai konstanta sebesar 10.324, artinya jika Magang Wirausaha Merdeka (X1) , motivasi (X2), penggunaan media social (X3), *self efficacy* (X4) tidak ada atau sama dengan nol (0), maka variabel minat berwirausaha (Y) tidak berubah yaitu sebesar 10.324 atau sama seperti nilai sebelumnya.

Koefisien regresi dari Magang Wirausaha Merdeka adalah 0,175 bernilai positif, artinya jika Magang Wirausaha Merdeka meningkat satu satuan, maka niat berwirausaha

meningkat sebesar 0,175. Begitu juga sebaliknya, apabila Magang Wirausaha Merdeka mengalami penurunan sebesar satu satuan maka minat berwirausaha akan mengalami penurunan sebesar 0,175.

Koefisien regresi dari motivasi adalah 0,302 bernilai positif, artinya jika motivasi meningkat satu satuan, maka niat berwirausaha meningkat sebesar 0,302. Begitu juga sebaliknya, apabila motivasi mengalami penurunan sebesar satu satuan maka minat berwirausaha akan mengalami penurunan sebesar 0,302.

Koefisien regresi dari penggunaan media social adalah 0,106 bernilai positif, artinya jika penggunaan media social meningkat satu satuan, maka niat berwirausaha meningkat sebesar 0,106. Begitu juga sebaliknya, apabila penggunaan media social mengalami penurunan sebesar satu satuan maka minat berwirausaha akan mengalami penurunan sebesar 0,106.

Koefisien regresi dari *self efficacy* adalah 0,385 bernilai positif, artinya jika *self efficacy* meningkat satu satuan, maka niat berwirausaha meningkat sebesar 0,385. Begitu juga sebaliknya, apabila *self efficacy* mengalami penurunan sebesar satu satuan maka minat berwirausaha akan mengalami penurunan sebesar 0,385.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji T

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier

Model	Coeff. Std Error	t	Sig
Konstanta	2,498	4,133	,000
X1	,083	2,104	,038
X2	,144	2,649	,009
X3	,121	,887	,382
X4	,395	5,053	,000

Sumber: Hasil Analisis Data, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dianalisis untuk mengetahui pengaruh antara tiap variabel bebas terhadap variabel terikat dengan nilai T tabel sebesar 1,980 sebagai berikut.

Hasil uji t pada variabel magang wirausaha merdeka diperoleh nilai sig sebesar 0,038. Nilai $0,038 < 0,05$, dan nilai T hitung sebesar $(2.104) > T$ tabel (1,980), artinya magang wirausaha merdeka berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama penelitian ini yaitu magang wirausaha merdeka berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausahaan.

Hasil uji t pada variabel motivasi diperoleh nilai sig sebesar 0,009. Nilai $0,009 < 0,05$, dan nilai T hitung sebesar $(2,649) > T$ tabel (1,980). Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua penelitian ini yaitu motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha.

Hasil uji t pada variabel penggunaan media sosial diperoleh nilai sig sebesar 0,382. Nilai $0,382 > 0,05$, dan nilai T hitung sebesar $(0,877) > T$ tabel (1,980), Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga penelitian ini yaitu penggunaan media sosial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha.

Hasil uji t pada variabel *self efficacy* diperoleh nilai sig sebesar 0,000. Nilai $0,000 < 0,05$, dan nilai T hitung sebesar $(5,053) > T$ tabel (1,980), Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat penelitian ini yaitu *self efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha.

Uji Statistif F

Tabel 8. Uji F

F	Sig.
61,691	0,000

Sumber: Hasil Analisis Data, 2024

Berdasarkan hasil table diatas dapat dilihat nilai sig 0,000 dan nilai Fhitung sebesar 61.691. Nilai sig 0,000 $< 0,05$ dan nilai Fhitung $(61.691) > F$ tabel (2,450), artinya magang wirausaha merdeka, motivasi, penggunaan media social dan self efficacy berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap minat berwirausaha.

Adjusted R²

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adj R.Square
.826	.682	.671

Sumber: Hasil Analisis Data, 2024 Hasil uji koefisien determinasi

(R²) terlihat bahwa Adjusted R Square sebesar 0,671, artinya bahwa kontribusi magang wirausaha merdeka, motivasi, penggunaan media social, dan self efficacy secara silmtutan adalah sebesar 0,671 atau 67,1% sedangkan sisanya sebesar 32,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dari hasil uji t menunjukan bahwa variabel magang wirausaha merdeka diperoleh nilai siginifikansi $0,038 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel magang wirausaha merdeka terhadap variabel minat berwirausaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa program magang wirausaha merdeka menjadi salah satu cara dalam memberikan pendidikan kewirausahaan. Semakin tinggi pendidikan kewirausahaan maka

dapat meningkatkan niat berwirausaha. Sejalan dengan hasil penelitian Setyawati, dkk. (2021) dan Shavira, dkk. (2023) yang menyatakan bahwa terbukti program magang wirausaha merdeka mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel motivasi diperoleh nilai signifikansi $0.009 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel motivasi terhadap variabel minat berwirausaha. Sutrisno (2014) menyampaikan bahwa motivasi menjadi faktor pendorong seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu, karenanya motivasi sering diartikan sebagai faktor pendorong perilaku seseorang dan seharusnya juga dapat meningkatkan minat berwirausaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa melalui variabel motivasi dengan memberikan pelatihan kewirausahaan yakni pelatihan yang intensif kepada mahasiswa yang mempunyai minat berwirausaha agar mempunyai pengalaman yang cukup sehingga mampu bersaing dalam dunia wirausaha. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian I Komang, dkk. (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara motivasi terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial diperoleh nilai signifikansi $0.382 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel penggunaan media sosial terhadap variabel minat berwirausaha. Penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial hanya digunakan

sebagai sarana komunikasi dalam berwirausaha, bukan sebagai faktor pendorong minat berwirausaha. Hal ini dianggap wajar karena dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah mahasiswa yang merupakan generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997 sampai tahun 2012 setelah generasi milenial, yang mana generasi Z sangat erat dengan media sosial dalam keseharian. Sehingga media sosial bukan suatu hal yang baru bagi responden dan oleh karena itu media sosial tidak termasuk kedalam faktor pendorong minat berwirausaha dalam penelitian ini. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aisyah, dkk (2023) bahwa variabel penggunaan media sosial tidak berpengaruh secara signifikan dan memiliki korelasi positif terhadap minat berwirausaha

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *self efficacy* diperoleh nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Hal ini menjelaskan bahwa Seseorang yang dapat menyadari kemampuannya dalam menyelesaikan tugas-tugas tertentu memberikan efek yang besar dalam menumbuhkan minat dalam berwirausaha. Seseorang yang memiliki *self-efficacy* akan merasa lebih tertantang dalam berwirausaha, dan memiliki minat berwirausaha lebih tinggi dibandingkan dengan seseorang yang tidak memiliki *self-efficacy*. Oleh sebab itu *self-efficacy* yang dimiliki seseorang dapat mendorong keinginan individu untuk melakukan wirausaha. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Bania dan Petrus (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *self efficacy* terhadap

minat berwirausaha.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa program magang Wirausaha Merdeka, motivasi, dan self efficacy memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil uji menunjukkan bahwa magang Wirausaha Merdeka memengaruhi minat berwirausaha dengan nilai signifikansi $0,038 < 0,05$, sementara motivasi dan self efficacy juga memiliki pengaruh signifikan dengan nilai signifikansi masing-masing 0,009 dan 0,000, kedua nilainya juga lebih kecil dari 0,05. Namun, penggunaan media sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa magang Wirausaha Merdeka, motivasi, dan self efficacy secara bersama-sama memberikan dampak yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, sesuai dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan Fhitung (61,691) > Ftabel (2,450).

Saran

Dari kesimpulan diatas, saran yang diberikan agar penelitian ini dapat digunakan secara luas, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian. Bagi penelitian selanjutnya disarankan dalam metode pengumpulan data tidak hanya menggunakan kuisioner agar penelitian dapat diteliti lebih mendalam. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel yang digunakan agar dapat mengetahui faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- abdi, a. n., utami, c. w., & vidyanata, d. (2021). pengaruh entrepreneurial education , personality dan self-efficacy terhadap minat berwirausaha universitas ciputra , surabaya persentase wirausahawan di asia indonesia thailand malaysia singapore keinginan atau minat dalam berwirausaha . menurut utami (. *jurnal ekonomi bisnis dan kewirausahaan (jebik)*, 10(1), 23–35.
- ardiyanti, d. a., & mora, z. (2019). pengaruh minat usaha dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha wirausaha muda di kota langsa. *jurnal samudra ekonomi dan bisnis*, 10(2), 168–178. <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i02.1413>
- cahyani, s. d., indrawati, c. d. s., & subarno, a. (2023). pengaruh mbkm-kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *jurnal publikasi ilmu manajemen (jupiman)*, 2(3), 18–28. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i2.2023>
- chayo, e. d., febriandika, n. r., aji, n. p., ramadhan, m. h., islam, f. a., surakarta, m., studi, p., ekonomi, h., islam, f. a., muhammadiyah, u., akuntansi, p. s., muhammadiyah, u., islam, f. a., & surakarta, m. (2022). wirausaha merdeka : pemberdayaan mahasiswa melalui program wirausaha. *abdi psikonomi*, 3(4), 222–229.
- carr, c. t., & hayes, r. a. (2015). social media: defining, developing, and divining. *atlantic journal of*

- communication*, 23(1), 46–65.
<https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- d. anggraeni; nurcaya. (2016). peran efikasi diri dalam memediasi pengaruh berwirausaha fakultas ekonomi dan bisnis universitas udayana (unud), bali , indonesia pendahuluan pengangguran , kemiskinan , dan kesenjangan sosial merupakan masalah yang sering dihadapi oleh negara indonesia. *e-jurnal manajemen unud*, 5(4), 2424–2453.
<https://media.neliti.com/media/publications/241653-peran-efikasi-diri-dalam-memediasi-penga-8ce105b1.pdf>
- indarti, n. and rokhima r. (2008). intensi kewirausahaan mahasiswa : study perbandingan antara indonesia, jepang, dan norwegia. *core.ac.uk*, 23(no 4), 1–27.
<https://core.ac.uk/download/pdf/297708482.pdf>
- jaya, i., & seminari, n. (2016). pengaruh norma subjektif, efikasi diri, dan sikap terhadap intensi berwirausaha siswa smkn di denpasar. *none*, 5(3), 255356.
- kadji, y. (2012). tentang teori motivasi. *jurnal inovasi*, 9(1), 1–15.
<http://id.portalgaruda.org/index.php?page=2&ipp=10&ref=search&mod=document&select=title&q=teori+motivasi&button=search+document>
- ketaren, b. a., & wijayanto, p. (2021). pengaruh kemandirian dan self efficacy terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa feb uksw. *jurnal ekonomi pendidikan dan kewirausahaan*, 4(march), 763–773.
<https://doi.org/10.26740/jepk.v9n1.p67-78>
- kurnia, c. f., yuwana, n. n., & cahyani, a. p. (2018). pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa dengan memanfaatkan teknologi digital. *sinergitas quadruple helix: e-business dan fintech sebagai daya dorong pertumbuhan ekonomi lokal*, 188–192.
- li,y.-b. (2017). *the entrepreneurial education and self-efficacy on entrepreneurial intention*. 131(icoi), 304–306.
<https://doi.org/10.2991/icoi-17.2017.35>
- rochmatullah, m. r., winarna, j., & gantowati, e. (2020). economic growth in indonesian new outonomous: social-economic perspective. *jejak*, 13(1), 170–187.
<https://doi.org/10.15294/jejak.v13i1.22816>
- nugrahaningsih, h., & muslim, r. (2016). pengaruh kepribadian, pengetahuan dan motivasi terhadap minat berwirausaha dengan perencanaan strategis sebagai variabel moderating pada mahasiswa fakultas ekonomi di universitas 17 agustus 1945 jakarta. *jurnal online internasional & nasional*, 3(2), 1–20. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- nurhayati, a. (2020). implementasi jiwa wirausaha dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswi purwakarta. *eqien: jurnal ekonomi dan bisnis*, 7(2), 87–94.
<https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.141>
- putri, k., pradhanawarti, a., & prabawani, b. (2014). pengaruh karakteristik kewirausahaan, modal usaha dan peran business development service terhadap pengembangan usaha(studi pada sentra industri kerupuk desa kedungrejo sidoarjo jawa timur). *jurnal ilmu administrasibisnis*, 024, 1–10.

- rustika, i. m. (2016). efikasi diri: tinjauan teori albert bandura. *buletin psikologi*, 20(1–2), 18–25. <https://doi.org/10.22146/bpsi.11945>
- sari, n., basalamah, r., & millanintyas, r. (2021). pengaruh pemanfaatan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang. *jurnal riset manajemen*, 10(9), 105–116. www.fe.unisma.ac.id
- sari, n. p. s. k., & sriathi, a. . a. (2019). peran motivasi kerja memediasi pengaruh pengembangan karir terhadap kinerja karyawan fairmont sanur beach hotel. *e-jurnal manajemen universitas udayana*, 8(8), 4788. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p03>
- setyobakti, m. h., cahyaningati, r., & ermawati, e. (2022). model pembelajaran program wirausaha merdeka terhadap minat wirausaha mahasiswa. *progress conference*, 5(2), 309.
- tony wijaya. (2008). kajian model empiris perilaku berwirausaha ukm diy dan jawa tengah. *jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 10(2), pp.93-104. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/17036>
- ulum, p., juniarsih, d., wati, v., pratiwi, w., & syukurman, m. (2022). pengaruh motivasi dan self efficacy terhadap minat berwirausaha pada siswa/i kelas xii smkn 1 bungo. *jurnal administrasi sosial dan humaniora*, 6(2), 185. <https://doi.org/10.56957/jsr.v6i2.223>
- urfillah, u., & muflikhati, i. (2017). motivasi berwirausaha, manajemen waktu, manajemen keuangan, dan prestasi akademik pada mahasiswa wirausaha. *jurnal ilmu keluarga dan konsumen*, 10(1), 71–82. <https://doi.org/10.24156/jikk.2017.10.1.71>