

Pengaruh Efikasi Diri Generasi Milenial dan Motivasi terhadap Keputusan Berwirausaha di Bidang Industri Kreatif Kuliner

M. Arief Setia Budi

Universitas Muhammadiyah Aceh

*Corresponding author, e-mail: m.ariesetiabudi@unmuha.ac.id

Abstract: *This research is to determine the influence of self-efficacy and motivation of the millennial generation on entrepreneurial decisions in the creative culinary industry in the city of Banda Aceh. This research method uses a quantitative approach. The total sample for this research was 99 respondents which found from Slovin method with 9.591 Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) populations. Research data was collected through questionnaires which analyzed with SPSS through multiple linier regression. The results of this research are based on the avidence in this research, the self-efficacy of the millennial generation partially influences entrepreneurial decisions. However, motivation does not partially influence entrepreneurial decision. Simultaneously, the self-effecacy and motivation of the millennial generation have a significant influence on entrepreneurial decision in the culinary creative industry in the city of Banda Aceh.*

Keywords: *millennial generation self-efficacy, motivation, entrepreneurial decisions*



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2021 by author.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan waktu, Indonesia akan dihuni setidaknya 278,8 juta jiwa pada periode 2023 (naik 1,1%) dibandingkan tahun lalu. Hal tersebut menandakan bahwa dengan semakin bertambahnya populasi tersebut maka linier dengan peningkatan kenaikan pengangguran di usia produktif, kemiskinan, dan lahan pertanian berkurang (BPS, 2024). Tantangan selanjutnya adalah semakin terbatasnya kesediaan lapangan untuk pekerjaan, sehingga dibutuhkan partisipasi generasi milenial untuk menghasilkan langkah solutif agar bisa mengatasinya, di antaranya yaitu dengan berwirausaha dan mengajari platfom-platform digital ataupun *platform marketplace*. Dengan adanya generasi milenial sangat potensial mengingat bahwa generasi tersebut sangat dekat dengan teknologi dan internet, sehingga dapat digunakan

untuk media berbisnis sebagai alat pemasaran dan mempromosikan produk (Supandi & Burhanudin, 2024).

Berwirausaha adalah tindakan atau proses seseorang yang mengorganisir, mengelola, dan menjalankan usaha sendiri dengan mengambil risiko untuk mendapatkan keuntungan (Wijaya & Santoso, 2024). Ini melibatkan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, mengalokasikan sumber daya seperti tenaga kerja dan modal, serta mengelola berbagai aspek bisnis untuk mencapai kesuksesan. Berwirausaha adalah orang yang mengambil risiko dalam menggabungkan faktor-faktor produksi untuk menciptakan produk atau jasa baru. Berwirausaha adalah agen perubahan ekonomi yang memperkenalkan inovasi baru dalam bentuk produk, proses produksi, pasar, atau organisasi bisnis (Sukardi, 2023).

Wirausahawan memiliki *project* yang dalam misinya mengkapitalisasi setiap benda yang dimilikinya saat ini untuk mendapatkan nilai validasi yang jumlahnya tidak terhingga saat diperjualbelikan di masa yang akan datang. Mereka merupakan barisan pejuang yang kapasitasnya dalam kreasi dan inovasi dalam menghasilkan suatu kebaruan dan diferensiasi produk yang memiliki daya tarik yang tinggi di kalangan konsumen (Sudirman et al., 2022).

Dewasa ini, tidak jarang para wirausahawan berasal dari generasi milenial yang cukup menyita perhatian. Generasi milenial memiliki beberapa kelebihan, dimana penguasaan mereka terhadap globalisasi dalam hal teknologi terkini yang berbasis internet sangat dikedepankan. Generasi ini menguasai cakrawala yang luas dan senantiasa ingin tahu disebabkan masa yang mereka jalani yang serba *up date* teknologi yang sedemikian cepat dan tak terbendung turut memaksa mereka mengikutinya dan menjadi keseharian yang wajib dijalani. *E-commerce* merupakan salah satu *platform* perkembangan teknologi yang digunakan dalam aktivitas transaksi yang sangat digandrungi dan memiliki nilai yang sangat besar jumlahnya. *Market insight* mencatat, terdapat 178,94 juta penduduk pada 2022 yang menjadi pengguna *e-commerce* di Indonesia yang jumlahnya terus akan bertambah dan berpotensi meningkat sampai dengan 196,47 juta *user* di akhir 2023.

E-commerce juga digunakan luas di industri kuliner, dan Provinsi Aceh sangat terkenal dengan khazanah kulinernya di seantero negeri. Sebagai bagian dari kuliner, makanan khas Aceh sudah sangat familiar kelezatannya yang sekaligus menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan, baik lokal maupun mancanegara yang melancong ke Aceh. Jumlah wisatawan yang berlibur dan bertamasya ke Aceh menunjukkan trend positif, dimana terdapat peningkatan dalam kurun dua tahun terakhir (BPS, 2024). Sebagai rincian, tercatat 1.459.986 pelancong yang mengunjungi Aceh di Tahun 2021 dan meningkat menjadi 1.715.923 pegiat wisata yang bertandang ke Aceh.

Semakin meningkatnya orang yang mengunjungi Aceh baik dalam maupun luar negeri sangat berpotensi dalam peluangnya untuk peningkatan pendapatan yang kemudian berefek kepada pembangunan yang signifikan. Kuliner, menjadi salah satu industri yang sangat potensial untuk dikembangkan dan memiliki efek positif pada pendapatan wilayahnya. Dengan dekatnya para generasi milineal akan teknologi terkini, sudah sepatutnya digunakan dalam pengembangan berbagai daya kreasi yang tinggi, termasuk pada bidang kuliner. Oleh-oleh khas Aceh menjadi primadona para pengunjung yang semestinya dikemas dengan menarik, harga

yang bersaing, dan dapat diakses dengan mudah oleh pembeli, baik secara langsung maupun melalui dunia maya.

Industri kuliner ini merupakan salah satu subsektor industri kreatif yang tengah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), Indonesia disebutkan bahwa dari total kontribusi perekonomian kreatif pada tahun 2020 terhadap PDB Indonesia industri kuliner berkontribusi sebesar 7,4% dari Rp 1.100 triliun. Hal ini memperlihatkan bahwa industri kuliner merupakan salah satu subsektor utama dari industri kreatif. Industri kuliner termasuk ke dalam ekonomi kreatif unggulan Aceh yang pernah ditampilkan di Pekan Raya Aceh (PRICA), di kota Banda Aceh pada tanggal 10 hingga 12 Maret 2023. Adapun enam subsektor yang menjadi subsektor ekonomi kreatif unggulan Aceh yang pernah ditampilkan di Pekan Raya Aceh (PRICA), yaitu fashion, kuliner, musik, seni rupa, seni pertunjukkan, dan kerajinan tangan.

Dari berbagai hasil survei yang tertera di atas, dapat disimpulkan bahwa generasi milenial perlu membangun efikasi diri agar mereka menjadi pribadi yang telah menetapkan keyakinan dan sikap berani dalam memutuskan untuk berwirausaha. Melalui efikasi ini mampu mewujudkan keyakinan suatu individu dalam penentuan kuantitas akan kapabilitasnya dalam hal pengambilan keputusan yang pada akhirnya optimalitas dari produktivitas yang diharapkan. Setiap pengusaha yang pada dirinya memiliki keyakinan yang tinggi akan kemampuannya berwirausaha semakin terpacu untuk mewujudkan komitmennya dalam visi dan misi yang sejak awal telah dicanangkan dan fokus untuk realisasinya.

Mindset atas *self-efficacy* yang dimilikinya akan menentukan ukuran upaya yang akan dimaksimalkan dan ketahanan diri atas berbagai tantangan yang dialami serta tuntutan akan strategi dalam pencapaiannya. Berbagai komponen dalam efikasi diri ini terdapat pada sisi kognitif (*entrepreneur self-efficacy*) dan kepribadiannya (*proactive* dan *creativity*) bertindak sebagai asistensi eksploratif terhadap potensi *sustainability environmental entrepreneurship*. Berbagai kemampuan dan pengalaman yang dimiliki dan yang terus diasah akan semakin meningkatkan efikasi diri yang sarat akan kontinuitas perannya. *Self-efficacy* dapat juga didefinisikan sebagai bentuk kesungguhan suatu individu dalam mencapai tujuan. Kepercayaan diri menjadi sangat vital dirasakan dalam mewujudkan setiap target yang telah ditentukan setiap individu, sehingga keyakinan diri menjadi motor penggerak realisasi tujuan (Meirani & Lestari, 2022).

Setelah generasi milenial memiliki efikasi diri, mereka juga perlu adanya motivasi diri agar generasi milenial berani menghadapi kegagalan. Kegagalan adalah bagian dari proses membangun usaha, motivasi dapat membantu generasi milenial untuk tetap optimis dan belajar dari kegagalan yang mereka alami. Selain berani menghadapi kegagalan, dengan adanya motivasi juga dapat mendorong generasi milenial untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam mengembangkan usaha mereka, sehingga dapat bersaing dengan lebih baik di pasar.

Motivasi adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi (Nabilah & Kurniawan, 2022). Budi (2025) mengemukakan bahwa motivasi mendorong individu untuk mengembangkan ide-ide baru dan menggunakan sumber daya yang ada dengan

cara yang inovatif. Motivasi berwirausaha bisa bervariasi antara individu, tetapi beberapa motivasi umum termasuk keinginan untuk menjadi mandiri, meraih kebebasan finansial, mengembangkan ide kreatif, memperluas jaringan sosial dan profesional, serta menciptakan dampak positif dalam masyarakat (Syahid & Apriyanti, 2019).

Penelitian tentang efikasi diri dan keputusan berwirausaha penting untuk dilakukan mengingat efikasi diri dalam berwirausaha di bidang ekonomi kreatif menjadi sangat diperlukan ketika tantangan yang dihadapi semakin tinggi. Persaingan di bidang ekonomi kreatif tidak hanya mengandalkan harga dan kualitas saja akan tetapi harus berbasis kreativitas, inovasi dan teknologi. Generasi milenial yang pada dasarnya adalah generasi kreatif nyatanya masih ada beberapa yang memiliki keraguan untuk terjun dalam berwirausaha. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji dan menganalisis peran efikasi diri generasi milenial dan motivasi dalam berwirausaha di bidang ekonomi kreatif.

METODE PENELITIAN

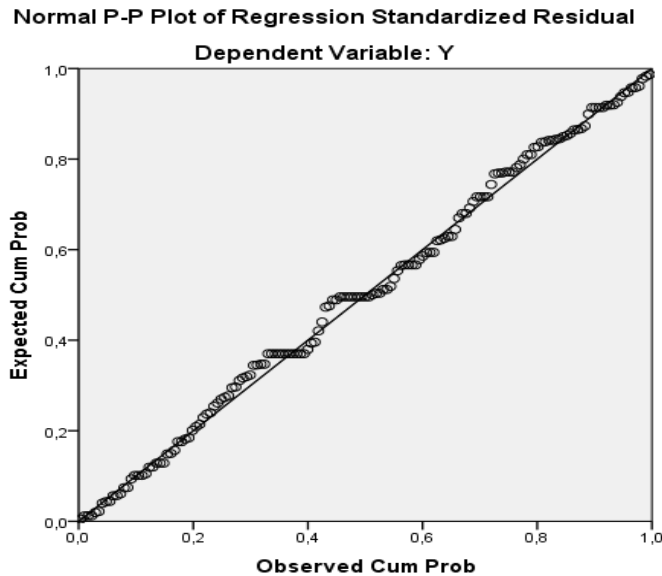
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis deskriptif dan asosiatif. Para pengusaha di sektor UMKM Kota Banda Aceh adalah populasi dalam penelitian ini dengan jumlah 9.591. Melalui rumusan Slovin, didapatkan sampel berjumlah 99 pengusaha yang kemudian dikumpulkan dengan teknik pengambilan sampel berupa *roportionate random sampling*. Selanjutnya, jenis data yang digunakan berupa primer dan sekunder yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan. Pada akhirnya, seluruh data dalam penelitian ini akan diolah melalui SPSS versi 27 dan dianalisis melalui regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Untuk pengujian data, akan diselidiki melalui analisis grafik melalui perhitungan regresi hasil dari SPSS. Data yang normal dtafsirkan apabila berbagai titik data yang secara *random* terletak diseputar garis diagonal. Adapun hasil pengujian normalitas data tersebut disajikan pada gambar berikut:



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas
 Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah, 2025)

Berdasarkan hasil dari normalitas, diketahui bahwa mayoritas titik berada di sekitar diagonal garis, yang didistribusikan sesuai arah sehingga melengkapi syarat normalitas. Hal demikian berarti model regresi ini memenuhi kualifikasi dalam minat berwirausaha.

Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factor (VIF) dan *tolerance* dari hasil pengujian di bawah ini akan membuktikan keberadaan dari multikolinearitas untuk penelitian ini yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

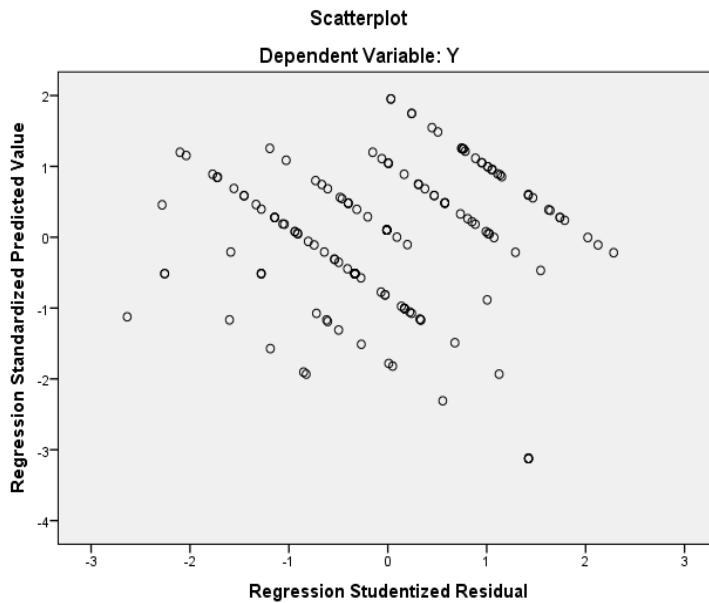
Variabel	Coefficients ^a		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Efiasi Diri	0,755	1,325	Tidak Terdapat Multikolinearitas
Motivasi	0,755	1,325	Tidak Terdapat Multikolinearitas

Sumber: Hasil Penelitian, Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dibuktikan bahwa tidak terdapatnya nilai *tolerance* dari *self-efficacy* dan motivasi yang lebih kecil dari 0,1 sehingga disimpulkan bahwa tidak adanya korelasi antar variabel eksogen. Hasil perhitungan VIF juga serupa dengan *tolerance*, di mana nilainya masih di bawah 10. Dari keseluruhan tes dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas untuk kedua variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini ditempuh untuk membuktikan apakah dalam penelitian ini terdapat diferensiasi varians antar residu antar observasi berupa homokedastisitas maupun sebaliknya yakni heteroskedastisitas. Hasil pengamatan berikut ini melalui pola Scatterplot yang telah diuji melalui SPSS ditampilkan pada gambar berikut.



Gambar 2. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah, 2025)

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas tersebut di atas menunjukkan baruan titik secara acak, tidak terpaku pada suatu pola, dan letaknya menyebar pada angka 0 dengan sumbu Y, yang sekaligus menyatakan bahwa multikolinearitas tidak terdapat.

Pengujian Hipotesis

Pada uji berikut, efikasi diri generasi milenial (X_1) dan motivasi (X_2) akan dilihat pengaruhnya terhadap keputusan berwirausaha (Y) yang hasilnya dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Coefficients ^a				
	B	Standard Error	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.
Konstanta	-1,051	3,412	-0,308	2,052	0,761
Efikasi Diri (X_1)	0,513	0,074	6,904	2,052	0,000
Motivasi (X_2)	0,251	0,137	1,828	2,052	0,079

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disusun persamaan dari hasil di atas menjadi:

$$Y = -1,051 + 0,513 X_1 + 0,251 X_2$$

Koefisien Regresi

- Konstanta dengan nilai -1,051; artinya apabila efikasi diri generasi milenial (X_1), dan motivasi (X_2) dianggap konstan, maka keputusan berwirausaha yaitu -1,051.
- Koefisien regresi efikasi diri generasi milenial yaitu 0,513; dengan telaah bahwa 100% perubahan dalam efikasi diri generasi milenial secara relatif akan meningkatkan keputusan berwirausaha sebesar 51,3 % dengan asumsi motivasi dianggap konstan.

- c. Koefisien motivasi sebesar 0,251, artinya setiap 100 % perubahan dalam motivasi berpengaruh pada meningkatnya keputusan berwirausaha 25,1 % dengan asumsi efikasi diri generasi milenial dianggap konstan.

Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R²)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih yaitu antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) secara serentak yang menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel X secara serentak dengan variabel Y.

Tabel 4. Koefisien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate
1	0,809 ^a	0,654	0,628	1,865

a. Predictors: (Constant), Motivasi (X₂), Efikasi Diri Generasi Milenial (X₁)

b. Dependent Variable: Keputusan Berwirausaha

Sumber: Pengolahan data statistik SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa koefisien (R) memiliki nilai 0,809 yang sekaligus menandakan bahwa hubungan yang terbentuk dari *self-efficacy* dan motivasi pada keputusan berwirausaha yaitu 80,9%. Kemudian, koefisien dterminasi pasca diuji R mendapatkan nilai 0,654 (65,4%) yang diartikan berupa perubahan pada faktor yang terdapat pada efikasi diri dan motivasi. Pada akhirnya, terdapat 37,2% yang dapat direpresentasikan pada variabel lain yang mungkin untuk diteliti selanjutnya, seperti perencanaan, inovasi, dan ketersediaan modal.

Uji t (Uji Parsial)

Untuk menguji kaitan antar variabel melalui secara parsial, maka digunakan uji t.

1. Efikasi Diri

Pengaruh efikasi diri pada generasi milenial menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai t_{hitung} (2,804) yang lebih besar dari pada t_{tabel} (1,990). Ini menunjukkan bahwa *self-efficacy* memiliki peranan dalam meningkatkan keputusan responden untuk berwirausaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian Dewi & Widhiyani (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan kuat (signifikan) antara efikasi diri dan pengambilan keputusan berwirausaha. Selanjutnya, Damanik & Purba (2021) melanjutkan penelitian sebelumnya dengan menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara wirausaha dan efikasi diri pada keputusan berwirausaha. Terakhir, Hapsari & Salima (2023) mengindikasikan bahwa generasi milenial dengan tingkat efikasi diri yang tinggi cenderung lebih tertarik untuk mengambil keputusan berwirausaha dalam bidang ekonomi kreatif.

2. Motivasi

Pengaruh motivasi terhadap keputusan para generasi milenial untuk berwirausaha secara parsial menghasilkan nilai t_{hitung} (1,828) lebih kecil dari t_{tabel} (2,052), maka keputusannya adalah motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Pembuktian dalam penelitian ini

sesuai dengan hasil penelitian dari Hendrawan & Sirine (2017) yang mengatakan bahwa motivasi yang dimiliki para mahasiswa terbukti tidak menunjukkan peningkatan terhadap minat mereka dalam berwirausaha. Kemudian, Agusra (2021) melanjutkan dalam penelitiannya dengan pembuktian bahwasannya motivasi para mahasiswa masih belum mampu untuk membuat mereka memutuskan akan berwirausaha pada masa depan.

Uji F (Uji Simultan)

Pengujian secara simultan atas berbagai variabel bebas terhadap keputusan berwirausaha menggunakan uji F yang hasilnya terdapat pada tabel berikut:

Tabel 5. Uji Simultan

Annova						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	Fhitung	Ftabel	Sig
Regresion	177,560	2	88,780	25,517	3,354	0,000 ^b
Residual	93,940	97	3,479			
Total	271,500	99				

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2025)

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa nilai F_{hitung} yakni secara simultan 25,517 yang menegaskan lebih besar dari 3,354 sebagai nilai F_{tabel} . Sehingga, membuktikan bahwa secara simultan (bersama-sama) untuk kedua variabel independen berpengaruh pada keputusan untuk berwirausaha. Terdapat beberapa riset yang menyatakan hal yang sama seperti halnya hasil di atas. Sulastri & Pangestu (2022) menyimpulkan bahwasannya efikasi yang dimiliki oleh mahasiswa dan motivasi diri secara bersamaan mampu meningkatkan minat mereka untuk pada akhirnya berwirausaha. Motivasi dan *self-efficacy* diakui mampu berfungsi secara bersama-sama peranannya dalam hal minat wirausaha mahasiswa/i FEB Universitas Sam Ratulangi (Oei et al., 2022). Safitri et al., (2024) melengkapi berbagai penelitian sebelumnya yang menegaskan apabila pengetahuan, motivasi, dan juga efikasi secara simultan memiliki pengaruh yang kuat pada minat melakukan usaha.

SIMPULAN

Efikasi diri para generasi milenial berpengaruh terhadap keputusan dalam berwirausaha secara parsial. Motivasi secara parsial ternyata tidak memiliki peranan dalam mempengaruhi keputusan yang ditempuh oleh generasi milenial untuk berwirausaha. Terakhir, efikasi di generasi milenial dan juga motivasi dengan bersamaan berpengaruh kuat (signifikan) pada keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

Peneliti selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup objek penelitian. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat memasukkan elemen tambahan seperti *green marketing*, *green entrepreneurship* serta elemen lainnya dianggap dapat mempengaruhi keputusan berwirausaha, sehingga mampu mendapatkan hasil lebih baik dan memberikan gambaran yang lebih luas tentang penelitian yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusra, D. (2021). Pengaruh pengetahuan, motivasi dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa program studi manajemen. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 2(1), 68–76. <https://doi.org/10.37385/msej.v2i1.171>
- BPS. (2024). *Persentase Penduduk Miskin Maret 2024 turun menjadi 9,03 persen*.
- Budi, M. A. S. (2025). Peranan repurchase intention dalam memediasi pengaruh customer experience dan trust: Perspektif loyalitas konsumen pada e-marketplace. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 4(1), 288–298.
- Damanik, S. W. H., & Purba, R. (2021). The effect of enterprise characteristics and self efficacy on entrepreneurial decisions. *BASKARA. Jurnal of Business and Entrepreneurship*, 3(2), 49–57. <https://doi.org/10.54268/baskara.v3i2.8593>
- Dewi, M. K., & Widhiyani, N. L. S. (2020). The influence of self efficacy, e-commerce and entrepreneurial education in decision making for entrepreneurs (Case Study of Accounting Major Students Faculty of Economics and Business, Udayana University). *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 8(2), 124–131.
- Hapsari, T. P., & Salima, S. (2023). Efikasi diri generasi milenial dan keputusan berwirausaha di bidang ekonomi kreatif. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 28(1), 30–35. <https://doi.org/10.20961/jkb.v28i1.67405>
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh sikap mandiri, motivasi, pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha (Studi kasus pada mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 2(03), 291–314.
- Meirani, M., & Lestari, L. P. (2022). Pengaruh prestasi dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(4), 469–472. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i4.2516>
- Nabilah, A., & Kurniawan, R. Y. (2022). Pengaruh efikasi diri, pengetahuan kewirausahaan dan motivasi berprestasi terhadap minat berwirausaha sebagai mediasi pada siswa Kelas X IPS SMA Negeri 1 Driyorejo. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(3), 491–502.
- Oei, A., Sendow, G. M., & Lumantow, R. Y. (2022). Pengaruh motivasi dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi & bisnis Universitas Sam ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1007–1017. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43201>
- Safitri, S., Usdeldi, U., & Ridho, M. T. (2024). Pengaruh pengetahuan, motivasi dan self efficacy terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 12382–12391. <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.14257>
- Sudirman, A., Naningsih, N., & Wairisal, P. L. (2022). *Kewirausahaan era society 5.0*.
- Sukardi, S. (2023). Analisis kompetensi kewirausahaan mahasiswa menggunakan servqual: Ke arah perbaikan kualitas Pembelajaran Kewirausahaan. *Journal of Classroom Action Research*, 5(1).
- Sulastri, A. N., & Pangestu, E. R. (2022). Pengaruh efikasi diri dan motivasi berwirausaha terhadap minat wirausaha mahasiswa. *Brainy. Jurnal Riset Mahasiswa*, 3(2), 43–50. <https://doi.org/10.23969/brainy.v3i2.66>
- Supandi, A., & Burhanudin. (2024). Peran pendidikan kewirausahaan dalam meningkatkan motivasi dan inovasi berwirausaha pada siswa SMK. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(1), 89–92.

- Syahid, S., & Apriyanti, M. E. (2019). Lingkungan kerja dan motivasi pengaruhnya terhadap minat berwirausaha. *Sosio E-Kons*, 11(1), 90–100. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v11i1.3395>
- Wijaya, A., & Santoso, S. (2024). Pengaruh motivasi dan kompetensi terhadap minat berwirausaha anggota jemaat GKI Serpong di masa pandemi. *MSDJ: Management Sustainable Development Journal*, 6(2), 40–56.