

PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN, DAN KREATIVITAS DAPAT MEMENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA

Antony Wijaya¹, Kartika Nuringsih^{2*}

¹Progam Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: antony.115200295@stu.untar.ac.id

²Progam Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta*

Email: kartikan@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 18-01-2024, revisi: 06-02-2024, diterima untuk diterbitkan: 02-04-2024

ABSTRAK

Kewirausahaan merupakan fenomena sosial, ekonomi dan budaya yang telah diterima secara luas di kalangan pemerintah, akademisi, dan pelajar. Kewirausahaan dapat mengatasi banyak tantangan ekonomi dan sosial di seluruh dunia untuk mengurangi pengangguran, mendorong inovasi dan mendukung pembangunan sosial dan ekonomi. Penelitian juga menunjukkan bahwa motivasi pribadi dapat memengaruhi keputusan wirausahawan untuk mengatur usaha baru dan pengetahuan tentang kewirausahaan jelas merupakan sebuah kunci untuk menjadi seorang wirausahawan. Faktor utama yang dapat meningkatkan minat berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan. Pendekatan yang ingin dipakai untuk mengumpulkan data adalah dengan pendekatan kuantitatif karena peneliti menggunakan metode survei dengan membagikan kuesioner secara online pada mahasiswa Universitas Tarumanagara. 1. Pengetahuan kewirausahaan dapat memprediksi secara negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Tarumanagara. 2. Motivasi kewirausahaan dapat memprediksi secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Tarumanagara. 3. Kreativitas dapat memprediksi secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Tarumanagara.

Kata Kunci: kewirausahaan, pengetahuan kewirausahaan, motivasi kewirausahaan, kreativitas, minat berwirausaha

ABSTRACT

Entrepreneurship is a social, economic and cultural phenomenon that has been widely accepted among governments, academics and students. Entrepreneurship can address many economic and social challenges around the world to reduce unemployment, encourage innovation and support social and economic development. Research also shows that personal motivation can influence an entrepreneur's decision to organize a new venture and knowledge about entrepreneurship is clearly a key to becoming an entrepreneur. The main factor that can increase interest in entrepreneurship is entrepreneurial knowledge. The approach used to collect data is a quantitative approach because the researcher used a survey method by distributing questionnaires online to Tarumanagara University students. 1. Entrepreneurial knowledge can negatively and insignificantly predict interest in entrepreneurship among Tarumanagara University students. 2. Entrepreneurial motivation can positively and significantly predict interest in entrepreneurship among Tarumanagara University students. 3. Creativity can positively and significantly predict interest in entrepreneurship among Tarumanagara University students.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial knowledge, entrepreneurial motivation, creativity, interest in entrepreneurship

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Kewirausahaan merupakan fenomena sosial, ekonomi dan budaya yang telah diterima secara luas di kalangan pemerintah, akademisi, dan pelajar (Fayolle *et.al.*, 2018; Li dan Wu, 2019). Kewirausahaan dapat mengatasi banyak tantangan ekonomi dan sosial di seluruh dunia untuk mengurangi pengangguran, mendorong inovasi dan mendukung pembangunan sosial dan

ekonomi. Penelitian juga menunjukkan bahwa motivasi pribadi dapat memengaruhi keputusan wirausahawan untuk mengatur usaha baru (Entrialgo dan Iglesias, 2020) dan pengetahuan tentang kewirausahaan jelas merupakan sebuah kunci untuk menjadi seorang wirausahawan. Faktor utama yang dapat meningkatkan minat berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan.

Pengetahuan Kewirausahaan merupakan rangkuman pembelajaran mekanisme mengidentifikasi peluang dan menghadapi potensi tantangan (Merek *et.al.*, 2018) Dan (Roy *et.al.*, 2017) mengacu pada serangkaian dimensi tambahan, seperti pengetahuan teknis di bidang strategi, akuntansi dan hukum, serta domain manajemen waktu, disiplin, fleksibilitas, dan toleransi. Dengan itu, pengetahuan kewirausahaan adalah wawasan yang didapat dalam pembelajaran kewirausahaan yang diperoleh mahasiswa tentang cara memanfaatkan peluang usaha yang menguntungkan, menghasilkan inovasi baru dan menghasilkan produk dan jasa baru sebagai modal untuk berwirausaha.

Motivasi kewirausahaan dianggap sebagai salah satu penentu perilaku manusia karena berdampak pada inovasi, pengembangan, dan upaya pembangunan bisnis (Laguir dan Den Besten, 2017). Motivasi kewirausahaan mengacu pada pendorong dan alasan yang mengarahkan individu untuk memulai nya suatu usaha dengan itu, individu dengan motivasi kewirausahaan terlibat dalam proses kewirausahaan untuk mengidentifikasi, menciptakan dan memanfaatkan peluang bisnis. Hal ini menjadikan motivasi kewirausahaan memegang peran yang sangat penting untuk menjalankan bisnis agar para pengusaha menjadi terdorong untuk memenuhi kebutuhan internal maupun eksternal. Pada umumnya motivasi dibedakan menjadi dua, antara lain motivasi yang didorong oleh kebutuhan, dan motivasi yang didorong oleh peluang.

Kreativitas secara umum dipandang sebagai komponen utama kewirausahaan karena wirausahawan harus menemukan peluang, membuat ide baru, dan berinovasi (Zhao *et.al.*, 2018). Kreativitas juga merupakan kemampuan untuk menghasilkan dan menciptakan ide-ide berharga dengan menggabungkan dan mencocokkan informasi, perspektif, dan pengetahuan yang berbeda (Zhang dan Zhang, 2018) dan memainkan peran sentral dalam kewirausahaan (Venesaar *et.al.*, 2022). Karena dunia membutuhkan sesuatu yang baru agar dapat terus berkembang, kreativitas juga merupakan sumber penting dalam menciptakan daya saing untuk semua pasar yang peduli terhadap *Growth* (pertumbuhan) dan *Change* (perubahan).

Universitas Tarumanagara merupakan kampus swasta yang menerapkan implementasi IPE yaitu Integrity, Professionalism dan Entrepreneur. Dan untuk fakultas Ekonomi S1 Untar juga memiliki acara rutin tahunan yaitu *Entrepreneur Week* (EW) yang bertujuan untuk mengimplementasikan rencana bisnis bagi mahasiswa Universitas Tarumanagara tujuan *Entrepreneur Week* memberikan pengalaman bisnis kepada mahasiswa selain menampilkan dan menjual barang dagangan bisnis yang telah mereka buat untuk dikembangkan dan *Entrepreneur Week* juga sebagai bagian dari proses pembelajaran kewirausahaan di Universitas Tarumanagara.

Universitas Tarumanagara setidaknya mencetak 50 persen lulusan menjadi wirausahawan baru setiap tahunnya. Lulusan baru Universitas Tarumanagara tidak hanya siap kerja namun juga siap menciptakan lapangan kerja baru (Media Indonesia, 2018). Universitas Tarumanagara mengimplementasikan kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dengan tujuan memberikan pembekalan terkait berbisnis dan mengasah ide bisnis. Program MBKM membantu mahasiswa memilih apa yang ingin mereka lakukan, seperti magang, penelitian, seminar, workshop, dan lainnya. Tujuan program ini adalah untuk membantu mahasiswa menciptakan pekerjaan dan mengetahui keinginannya sebelum memasuki dunia profesional.

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Tarumanagara ?
- b. Apakah terdapat pengaruh motivasi kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Tarumanagara ?
- c. Apakah terdapat pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Tarumanagara ?

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB), yang akan menjelaskan konsep kewirausahaan pada penelitian variabel-variabel ini. *Theory of Planned Behavior* merupakan evolusi dari *Theory of Reasoned Action*. *Theory of Planned Behavior* adalah teori yang menerangkan kasus apa yang membuat seseorang melaksanakan tindakan tertentu menurut Ajzen (1991). Pada umumnya *Theory of Planned Behavior* dapat memaparkan minat seseorang dan juga dapat menerangkan sikap seseorang juga. Oleh karena itu, teori ini sangat tepat untuk menggambarkan sikap seseorang terhadap kewirausahaan yang didukung oleh penjelasan dari (Ajzen 1991).

Menurut Ajzen (1991) dalam *Theory of Planned Behavior* terdapat 3 konsep yang diisinya, yaitu

- a. *Attitude towards the behavior*, yaitu pembentukan evaluasi yang berdampak positif atau negatif, serta bagaimana perilaku tersebut mempengaruhi proses pengambilan keputusan, disebut perilaku terhadap sikap seseorang.
- b. *Subjective norm*, yaitu pada tekanan sosial yang datang dari sikap seseorang, seperti pengetahuan dan motivasi.
- c. *Perceived behavioural control*, yaitu kontrol sikap yang dialami dalam mengacu pada keyakinan bahwa seseorang memiliki kemampuan untuk mengambil sikap tertentu. Ini dapat mendorong hasrat dan fokus seseorang dalam melakukan sesuatu.

Kaitan antara pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha

Menjadi seorang wirausaha yang berhasil disebabkan oleh beberapa faktor seperti, mempunyai tingkat keinginan, kemampuan, dan pengetahuan (Suryana, 2018). Jika hanya memiliki keinginan tanpa kemampuan, maka usaha yang diciptakan akan sulit untuk berkembang. Begitupun sebaliknya, jika hanya memiliki wawasan saja dan kemampuan, tetapi tanpa keinginan, wirausaha tidak dapat terjadi. Sebuah keinginan merupakan minat yang kuat dari seseorang untuk dapat melakukan apa yang diinginkannya.

Minat berwirausaha dapat disebabkan oleh wawasan kewirausahaan yang dimiliki tiap orang. Pendidikan formal dan pengalaman bisnis kecil seorang wirausaha dapat menjadi sebuah faktor pendukung utama menjadi sebuah pengusaha yang sukses (Alma, 2019). Ketertarikan seseorang terhadap wirausaha dapat diperoleh dari informasi mengenai kegiatan seminar, praktik kewirausahaan dan pelatihan. Pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan intensi berwirausaha bahkan untuk siswa dengan latar belakang pendidikan non bisnis. Pengetahuan dan keterampilan mengenai kewirausahaan yang diberikan secara praktik maupun teori akan membantu dan memotivasi seseorang untuk menemukan peluang berwirausaha (Soelaiman et al, 2024). Apabila seseorang memiliki pengetahuan kewirausahaan yang baik maka akan menciptakan pola pikir yang inovatif dan kreatif. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Mustofa (2018) menunjukkan bahwa pengetahuan tentang kewirausahaan dapat memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keinginan untuk menjadi seorang pengusaha.

Kaitan antara motivasi kewirausahaan dan minat berwirausaha

Dengan adanya motivasi serta minat berwirausaha Para siswa dapat mengubah cara mereka berpikir mereka yang awalnya mencari pekerjaan (*job seeker*) menjadi menciptakan sebuah lapangan pekerjaan (*job creator*) dan juga menjadi calon pengusaha yang berhasil melawan persaingan pasar yang sangat ketat. Selain itu, untuk mendorong unit kewirausahaan atau kelembagaan perguruan tinggi untuk membantu mengembangkan program kewirausahaan. Dan Diharapkan tingkat pengangguran lulusan perguruan tinggi akan menurun.

Minat berwirausaha adalah keinginan seseorang dapat menghasilkan suatu usaha baru dengan memanfaatkan peluang dan juga berani mengambil risiko dalam menjalankan bisnis (Atmaja, 2017). Minat berwirausaha adalah keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu yang inovatif dan kreatif dengan membuat produk baru menggunakan sumber daya seperti tenaga kerja, bahan mentah dan modal untuk mencapai tujuan baik secara sosial maupun pribadi. Beberapa variabel berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam wirausaha, termasuk motivasi wirausaha mahasiswa.

Kaitan antara kreativitas dan minat berwirausaha

Memahami kreativitas dapat memberikan fondasi yang kuat untuk membangun kerangka kewirausahaan, kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru sangat penting bagi mereka yang berwirausaha. Suryana (2017) menyatakan kreativitas adalah: “Cara berpikir seseorang terhadap menciptakan sesuatu yang baru”. “Kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menghasilkan konsep baru dan menemukan cara baru untuk menyelesaikan masalah saat menghadapi peluang”. Kreativitas berwirausaha merupakan tema relevan tidak hanya untuk wirausaha baru, tetapi juga untuk bisnis dan aktivitas bisnis pada umumnya.

Pengangguran menjadi masalah utama yang dihadapi oleh masyarakat di Indonesia. Terutama pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) membuat menghambatnya masyarakat Indonesia untuk mencari sebuah pekerjaan. Pengangguran terjadi karena perbandingan antara orang yang mencari pekerjaan dan lapangan kerja yang tersedia. Bertambahnya jumlah penduduk dan terjadinya perubahan era hal ini dapat menyebabkan masalah baru. Di tengah era globalisasi masyarakat tidak hanya harus bersedia bekerja, tetapi juga harus mampu menciptakan lapangan kerja baru dan mengurangi pengangguran. (Inanna *et.al.*, 2019). Pengangguran sarjana di Indonesia telah menjadi masalah dalam kemajuan ini. Pengangguran meningkat sebagai akibat dari masalah yang disebabkan oleh lulusan mahasiswa yang hanya ingin menjadi pencari kerja. Akibatnya, kewirausahaan diharapkan dapat menciptakan sebuah lapangan kerja sehingga seseorang tidak perlu lagi bergantung dengan orang lain untuk mendapatkan pekerjaan dan membantu pemerintah mengurangi pengangguran dengan membuka lapangan kerja baru.

2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian dalam penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah jenis studi di mana situasi, kondisi, atau hal lain yang disebutkan sebelumnya dipelajari dan kemudian menyampaikan hasilnya ditemukan laporan penelitian, menurut Arikunto (2019). Menurut Etna Widodo dan Mukhtar (2017) penelitian deskriptif adalah sebuah jenis metode penelitian yang untuk menjelaskan gejala sosial dalam berbagai variabel penelitian yang variable tersebut berkaitan satu dengan yang lainnya, peneliti menambahkan bahwa penelitian deskriptif tidak membutuhkan hipotesis, karena pengujian tersebut penulisannya baru yang dilakukan setelah terjun langsung dalam lapangan tersebut. Penelitian deskriptif juga terdapat beberapa kelebihan yaitu dapat menganalisis masalah yang sulit dan juga tidak dihitung secara numerik, dan memiliki kemampuan dalam pengamatan konteks sosial yang alami dan juga memiliki

potensi untuk menyatukan penelitian kualitatif dan juga kuantitatif. Pendekatan yang ingin dipakai untuk mengumpulkan data adalah dengan pendekatan kuantitatif karena peneliti menggunakan metode survei dengan membagikan kuesioner secara online pada mahasiswa Universitas Tarumanagara. Populasi yang menjadi subjek pada penelitian ini ialah Mahasiswa Universitas Tarumanagara. Teknik yang digunakan peneliti dalam pemilihan sampel penelitian adalah *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sehingga untuk penelitian ini, jumlah sampel yang akan diambil berada diantara 100 – 300 responden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas terdiri dari analisis *factor loadings* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Selanjutnya, pengujian discriminant validity menggunakan analisis *cross loadings*, Fornell-Larcker dan *Heteroit-Monotrait Ratio* (HTMT). Setelah melakukan analisis tersebut, variabel dapat dikatakan valid. Setelah itu, ada pengujian reliabilitas yang menggunakan analisis *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa seluruh variabel yang termasuk didalam pengujian reliabilitas ini dapat dikatakan reliabel.

Selanjutnya, pengujian *inner model* terdiri dari uji koefisien determinasi (R^2), analisis *effect size* (f^2), analisis *Goodness of Fit* (GoF), analisis *path coefficient*, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, nilai R^2 variabel minat berwirausaha adalah 0,721, sehingga 0,721 atau 72,1% dikategorikan menjadi sedang dan 72,1% perubahan pada minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh pengetahuan kewirausahaan, motivasi kewirausahaan, dan kreativitas. Sementara 27,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Lebih lanjut, pada analisis effect size (f^2), pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha dengan nilai 0,196, dan motivasi kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dengan nilai 0,275 memiliki efek sedang. Terakhir, pengetahuan kewirausahaan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 0,010 memiliki efek lemah.

Berikutnya, berdasarkan analisis *Goodness of Fit* (GoF), model penelitian ini memiliki kesesuaian yang baik karena GoF termasuk kategori *large* dengan nilai sebesar 0,520. Selanjutnya Analisis *Path Coefficients* dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel didalam penelitian ini. Hasilnya pengetahuan kewirausahaan, motivasi kewirausahaan, dan kreativitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Hasil pengujian analisis data terhadap H1, didapatkan hasil bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga hipotesis 1 dapat disimpulkan ditolak. Berdasarkan hasil uji analisis data terhadap H2, didapatkan hasil bahwa motivasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga hipotesis 2 dapat disimpulkan tidak ditolak. Berdasarkan hasil uji analisis data terhadap H3, didapatkan hasil bahwa kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat, sehingga hipotesis 3 dapat disimpulkan tidak ditolak.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Pengetahuan kewirausahaan dapat memprediksi secara negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Tarumanagara.
- b. Motivasi kewirausahaan dapat memprediksi secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Tarumanagara.
- c. Kreativitas dapat memprediksi secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Tarumanagara.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, penelitian ini menyarankan sebagai berikut:

a. Bagi perusahaan

- 1) Universitas Tarumanagara dapat mengevaluasi faktor-faktor yang dapat meningkatkan pengetahuan kewirausahaan kepada para mahasiswa, seperti: memberikan bekal untuk mahasiswa tidak hanya hard skill namun juga soft skill yang cukup, meningkatkan program *entrepreneur* di kalangan mahasiswa agar mahasiswa berani untuk mulai berbisnis, mengadakan kegiatan seminar dengan pembicara pebisnis sukses pada usia *gen-Z* untuk memperluas pengetahuan mahasiswa mengenai kewirausahaan.
- 2) Universitas Tarumanagara perlu mempertahankan motivasi kewirausahaan dan kreativitas terhadap mahasiswa khususnya bagi yang mengambil penjurusannya di bidang kewirausahaan, hal ini dapat dilihat dari persepsi responden mahasiswa Universitas Tarumanagara mengenai motivasi kewirausahaan dan kreativitas telah memberikan pengaruh yang baik sehingga dapat memengaruhi minat berwirausaha dari mahasiswa Universitas Tarumanagara. Contohnya, dengan adanya motivasi kewirausahaan, maka mahasiswa akan menjadi termotivasi untuk berwirausaha karena terdapat dorongan untuk membuat bisnis sendiri dan dengan adanya dorongan tersebut menyebabkan terciptanya kreativitas dalam berbisnis. Hal ini dikarenakan, mahasiswa akan memikirkan bagaimana cara agar bisnis tersebut berjalan lancar dan bertahan di pasar.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa di masa yang akan datang, dengan mengembangkan variabel-variabel lain, seperti: orientasi kewirausahaan, efikasi diri, lingkungan kerja, Pendidikan kewirausahaan, dan lain sebagainya yang tidak dibahas dalam penelitian ini, yang bertujuan agar variabel penelitian ini dapat dilakukan secara lebih beragam, sehingga dapat diperolehnya hipotesis penelitian baru dan disarankan juga untuk melakukan pengumpulan data responden dengan jumlah yang lebih besar.

Ucapan terima kasih

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan terwujudnya penulisan penelitian ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Kartika Nuringsih S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, motivasi, serta pengarahan yang sangat bermanfaat yang penulis rasakan dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, S.T., M.T. IPU., ASEAN., M.Eng. selaku Rektor Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Sawidji Widodoatmodjo, S.E., M.M., MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Tarumanagara.
5. Ibu Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M. selaku Sekretaris Program Studi II Manajemen Universitas Tarumanagara.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah membimbing dan mendidik penulis perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
7. Orang tua saya yang selalu mendukung dari awal perkuliahan, meyakinkan serta memberi motivasi kepada saya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

8. Calista Devana Suandi yang telah meluangkan waktunya membantu saya dalam mencapai kepercayaan diri serta juga menemani saya selama proses pengerjaan penelitian ini agar dapat menyelesaikannya tepat waktu.
9. Kepada teman seperjuangan saya dari awal semester yaitu Gelion, Deny Osman, Antonius, Cavell Sunario, dan Alexander.
10. Kepada teman seperbimbingan Daffa, Vicky, Gabriella, Lisa dan teman seperbimbingan lainnya yang selalu menyemangati serta menghibur dalam proses penyusunan penelitian ini.

REFERENSI

- Altinay, L., Kromidha, E., Nurmagambetova, A., Alrawadieh, Z., & Madanoglu, G. K. (2022). A Social Cognition Perspective on Entrepreneurial Personality Traits and Intentions to Start a Business: Does Creativity Matter? *Management Decision*, 60(6), 1606-1625.
- Cabrera, A. M. G., Casademunt, A. M. L., Angulo, L. P. (2020). Immigrant's Entrepreneurial Motivation in Europe: Liabilities and Assets. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(8), 1707-1737.
- Chen, M. H., Chang, Y. Y., Pan, J. Y. (2018). Typology of Creative Entrepreneurs and Entrepreneurial Success. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(5), 632-656.
- Darmawan, I. (2021). Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa melalui Pendidikan Kewirausahaan berbasis Caring Economics. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 18(1), 9-16.
- Donova, A. & Widjaja, O. H. (2023). Pengaruh Kepemimpinan dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Business Performance. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(4), 829-837. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i4.26923>
- Farani, A.Y., Karimi, S., Motaghd, 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.
- Gimmon, E., Felzensztein, C. (2021). The Emergence of Family Entrepreneurship in the Transition Economy of Cuba. *International Journal of Emerging Markets*, 1746-8809.
- Irwanto, A. & Ie, M. (2023). Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha UMKM F&B di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(4), 867-874. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22674>
- Kurnia, D., Kusnendi., Furqon, C. (2018). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Minat Wirausaha. *Jurnal Promosi*, 6(2), 48-56.
- Lingappa, A.K., Rodrigues, L.L.R., Shetty, D.K. (2023). Women Entrepreneurial Motivation and Business Performance : The Role of Learning Motivation and Female Entrepreneurial Competencies. *Industrial and Commercial Training*, 55(2), 269-283.
- Mardikaningsih, R., Putra, A.R. (2021). Minat Berwirausaha Mahasiswa Ditinjau dari Konsep Diri. *Jurnal Ideas*, 7(3), 173-178.
- Media Indonesia. (2018). Untar Genjot Cetak Mahasiswa Menjadi Wirausaha. <https://mediaindonesia.com/humaniora/161729/untar-genjot-cetak-mahasiswa-menjadi-wirausaha>, diakses pada tanggal 25 November 2023.
- Mehmood, M.S., Jian, Z., Akram, U., Akram, Z., Tanveer, Y. (2022). Entrepreneurial Leadership and Team Creativity: The Roles of Team Psychological Safety and Knowledge Sharing. *Emerald Insight*, 51(9), 2404-2425.
- Prasetyo, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi)*, 18(1), 35-46.

- Rajabi, R., Alejandro, T.B., Chelariu, C. (2018). Entrepreneurial Motivation as a Key Salesperson Competence: Trait Antecedents and Performance Consequences. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 33(4), 405-416.
- Raya, A. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Latar Belakang Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Tengah Situasi Pandemi (Sukabumi). *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 48-60.
- Silva, A.J., Duarte, H., Santos, S.C. (2023). Personal Initiative, Risk-Taking, Creativity and Opportunity Discovery among Students. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1750-6204.
- Soelaiman, L., Keni Keni, & Puspitowati, I. (2024). Empowering Entrepreneurial Intentions: Educational Support and Self-Efficacy in MBKM Context. *Jurnal Manajemen*, 28(1), 23–44. <https://doi.org/10.24912/jm.v28i1.1760>
- Yadewanil, D., Wijaya, R. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Resti*, 1(1), 64-69.
- Zhao, Y., Thompson, P. (2023). Time Effect and Shifted Motivations in Deprived Areas: an Overall Perspective of Entrepreneurial Process. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.