

Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan Dengan Minat Berwirausaha Di Marketplace Pada Mahasiswa Pendidikan IPS Universitas Negeri Jakarta

Lailati El Fithria

Universitas Negeri Jakarta

Email: lailatievi07@gmail.com

Desy Safitri

Universitas Negeri Jakarta

Email: desysafitri@unj.ac.id

Sujarwo Sujarwo

Universitas Negeri Jakarta

Email: sujarwo-fis@unj.ac.id

Alamat: Jl. R.Mangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220

Korespondensi penulis: lailatievi07@gmail.com

Abstract. *Entrepreneurial knowledge and interest in entrepreneurship in the marketplace are important factors in shaping the quality of students. Lack of entrepreneurial knowledge in students results in a lack of interest in entrepreneurship. This study aims to explore the relationship between entrepreneurial knowledge and interest in entrepreneurship in the marketplace among Social Studies Education students, Jakarta State University, especially in the 2020 and 2021 intakes. The research method used is correlation research with a quantitative approach. The sample of this study was 118 Social Studies Education students, Jakarta State University, the 2020 and 2021 intakes. Data were collected through a questionnaire that focused on the variables of entrepreneurial knowledge and interest in entrepreneurship in the marketplace with a measurement scale using the Likert scale. Data analysis was carried out using normality tests and correlation tests. The results of the analysis showed that there was a significant relationship between entrepreneurial knowledge and interest in entrepreneurship in the marketplace of Social Studies Education students, Jakarta State University, the 2020-2021 intake. This shows that the better the students' entrepreneurial knowledge, the higher the interest in entrepreneurship in the marketplace of Social Studies Education students, Jakarta State University, the 2020-2021 intake. The relationship between the two variables is included in the high category. The implication of this study is the importance of paying attention to other factors that can also influence entrepreneurial interest.*

Keywords: *Entrepreneurial Knowledge, Entrepreneurial Interest, Marketplace*

Abstrak. Pengetahuan Kewirausahaan dan minat berwirausaha di *marketplace* merupakan faktor penting dalam pembentukan kualitas mahasiswa. Kurangnya pengetahuan kewirausahaan mahasiswa maka berdampak pada kurangnya minat berwirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha di *marketplace* pada mahasiswa Pendidikan IPS Universitas Negeri Jakarta khususnya pada angkatan 2020 dan 2021. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasi dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 118 mahasiswa Pendidikan IPS Universitas Negeri Jakarta angkatan 2020 dan 2021. Data dikumpulkan melalui angket yang berfokus pada variabel pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha di *marketplace* dengan skala pengukuran menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan uji normalitas dan uji korelasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha di *marketplace* mahasiswa Pendidikan IPS Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2020-2021. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengetahuan kewirausahaan mahasiswa maka semakin tinggi minat berwirausaha di *marketplace* mahasiswa Pendidikan IPS Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2020-2021. Hubungan antar kedua variabel tersebut termasuk ke dalam kategori tinggi. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya memperhatikan faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi minat berwirausaha.

Kata kunci: Pengetahuan Kewirausahaan, Minat Berwirausaha, Marketplace

Received Mei 13, 2024; Accepted Juni 12, 2024; Published Juni 30, 2024

*Lailati El Fithria, lailatievi07@gmail.com

PENDAHULUAN

Di era modern, individu diharapkan aktif bekerja untuk menghasilkan penghasilan guna memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Penghasilan diperoleh melalui kegiatan usaha, baik sebagai karyawan yang menerima gaji atau sebagai wirausahawan yang menawarkan produk atau jasa. Meskipun profesi karyawan lebih populer, ada juga yang memilih jalur wirausaha.

Mahasiswa lulusan perguruan tinggi cenderung memilih menjadi karyawan. Namun, jumlah lowongan pekerjaan yang tidak mencukupi menyebabkan peningkatan pengangguran. Ketidakseimbangan antara jumlah kesempatan kerja dan lulusan baru menyebabkan persaingan yang ketat dan kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan, meningkatkan tingkat pengangguran.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pada Agustus 2023, jumlah Pengangguran Terbuka di Indonesia mencapai 7,86 juta orang. Tingkat pengangguran ini masih lebih tinggi dibandingkan periode sebelum pandemi. Lulusan perguruan tinggi justru menyumbang pada peningkatan angka pengangguran karena banyak yang tidak mendapat pekerjaan sesuai jurusan atau keinginan mereka.

Penelitian Sukidjo mengungkapkan bahwa pengangguran lulusan perguruan tinggi disebabkan oleh keterbatasan individu, informasi lapangan pekerjaan, ketidakmerataan peluang kerja, kebijakan lapangan pekerjaan, dan minimnya upaya pemerintah. Pengangguran yang berkepanjangan dapat menimbulkan masalah psikologis, fisik, sosial, dan finansial bagi individu, seperti kesulitan tidur, mudah marah, dan menarik diri dari lingkungan.

Pemerintah perlu memberikan perhatian dan solusi untuk mengurangi pengangguran, salah satunya dengan mendorong lulusan perguruan tinggi untuk menekankan pengetahuan dalam berwirausaha. Wirausaha dapat membuka lapangan pekerjaan baru dan membantu pemerintah mengurangi pengangguran. Kewirausahaan melibatkan semangat, sikap, dan kemampuan untuk menangani usaha, menciptakan, serta menerapkan cara kerja baru dengan efisiensi tinggi.

Di Prodi Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta, pengetahuan kewirausahaan diberikan melalui mata kuliah untuk memahami dunia usaha dan menerapkan perilaku wirausaha. Pengetahuan ini diharapkan membuka wawasan siswa dalam berwirausaha. Selain modal materi, minat berwirausaha menjadi modal non-materi penting yang mencakup keinginan, ketertarikan, dan kesiapan bekerja keras. Perkembangan teknologi informasi, khususnya *marketplace*, sangat membantu wirausaha dalam bertransaksi dan mempromosikan usaha secara cepat dan efisien. *Marketplace* di Indonesia, seperti Tokopedia dan Bukalapak, memberikan peluang bagi semua kalangan, termasuk mahasiswa, untuk membuka dan mengembangkan usaha.

Permasalahan penelitian ini adalah: apakah terdapat hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha di *marketplace* pada mahasiswa Pendidikan IPS angkatan 2020-2021 Universitas Negeri Jakarta.

H0: Tidak terdapat hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan dengan minat berwirausaha di *Marketplace* pada mahasiswa.

H1: Terdapat hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan dengan minat berwirausaha di *Marketplace* pada mahasiswa.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris atau fakta yang sesungguhnya, benar dan dapat dipercaya ada tidaknya hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan dengan minat berwirausaha di Marketplace pada mahasiswa Prodi Pendidikan IPS Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2020-2021.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penting untuk menganalisis permasalahan ini ke dalam sebuah penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan pengetahuan dengan memberikan pemahaman lebih lanjut tentang hubungan pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha di *marketplace* pada mahasiswa.

KAJIAN TEORITIS.

1. Pengetahuan Kewirausahaan

a. Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Kasmir (2009), pengetahuan kewirausahaan merupakan dasar dari sumber daya kewirausahaan dalam diri individu. Pengetahuan ini menumbuhkan kemampuan dan kemauan untuk berwirausaha karena tanpa pengetahuan, kemampuan, dan kemauan, seorang wirausaha tidak dapat berhasil. Djaali (2012) mendefinisikan pengetahuan sebagai kemampuan untuk menghafal, mengingat, memahami, atau mengulangi informasi yang pernah diberikan. Kewirausahaan sendiri diartikan sebagai proses menciptakan tambahan kekayaan dan menambah nilai dari barang atau jasa dengan siap menanggung risiko modal dan waktu (Hisrich, 2001).

Dewi (2017) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah disiplin ilmu yang mempelajari nilai, kemampuan, dan perilaku dalam menghadapi tantangan hidup dan peluang risiko. Pengetahuan kewirausahaan sangat penting karena dengan pengetahuan yang memadai, seseorang dapat mengelola usahanya dengan baik (Trisnawati, 2014). Anggraeni dan Harnanik (2015) menambahkan bahwa pengetahuan kewirausahaan mencakup informasi tentang

menjalankan usaha dan keberanian mengambil risiko dalam merintis, menjalankan, dan mengembangkan usaha.

Pengetahuan kewirausahaan dapat disimpulkan sebagai kemampuan manusia untuk mengingat, mempelajari, dan mengaplikasikan informasi sehingga dapat mendorong kegiatan wirausaha. Pengetahuan ini bisa diperoleh dari mata kuliah kewirausahaan yang bersifat teoritis dan praktis. Mata kuliah yang menarik dan menyenangkan dapat meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa. Selain dari pendidikan formal, pengetahuan kewirausahaan juga bisa diperoleh melalui diskusi dengan sesama wirausaha yang dapat membuka ide dan inovasi bisnis.

Pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang baru melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif. Pendidikan kewirausahaan, yang mencakup nilai, kemampuan, dan perilaku berkreasi dan berinovasi, dapat disampaikan sesuai kurikulum yang ada. Pengetahuan ini bisa diperoleh dari materi teori dan praktik langsung di lapangan. Dengan pengetahuan kewirausahaan dari pembelajaran dan sumber lain, seseorang diharapkan memiliki gambaran dan bekal untuk mempertimbangkan masa depan dan mendorong minat berwirausaha.

b. Indikator Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Salhi dalam Flora Puspitaningsi (2014) ada 3 indikator yang mempengaruhi pengetahuan kewirausahaan yaitu:

a) Pengetahuan dasar kewirausahaan

Pengetahuan dasar kewirausahaan, minat berusaha perlu diwujudkan oleh adanya informasi untuk menemukan atau menciptakan peluang bisnis sehingga membantu mewujudkan usaha mereka.

b) Pengetahuan ide dan peluang usaha

Pengetahuan ide dan peluang usaha, pembentukan minat berusaha dalam menghasilkan suatu usaha memerlukan adanya pemikiran atau hal-hal baru yang terstruktur.

c) Pengetahuan tentang aspek-aspek usaha

Pengetahuan tentang aspek-aspek usaha, informasi yang ada akan menciptakan suatu proses melalui berbagai hambatan serta resiko yang akan dilalui untuk mewujudkan usaha mereka.

c. Karakteristik Kewirausahaan

Seseorang wirausaha harus memiliki karakter yang kuat agar dalam menjalankan wirausaha dapat memperoleh hasil yang maksimal. Karakter wirausaha secara umum yaitu sebagai berikut:

a) Percaya Diri Karakter

Yang masuk dalam ciri percaya diri adalah optimis, mandiri, jujur, berintegritas, matang, seimbang, berfokus pada diri, dan betekad kuat. Dengan karakter tersebut seorang wirausaha dapat percaya diri bahwa memiliki kemampuan tertentu untuk mencapai sasaran yang ditujunya

b) Berani mengambil resiko

Resiko saat berwirausaha pada ada, tidak ada jaminan suatu usaha akan untung atau sukses terus menerus. Oleh sebab itu, untuk memperkecil kegagalan usaha maka seorang wirausahawan harus mengetahui peluang kegagalan (dimana sumber kegagalan dan seberapa besar peluang terjadinya kegagalan). Dengan mengetahui sumber kegagalan, maka kita dapat meminimalisir terjadinya resiko.

c) Kreatif dan inovatif Karakter

Yang menjadi ciri kreatif dan inovatif yaitu memiliki pengetahuan dan keterampilan luas, energik, banyak akal, berdaya cipta, imajinatif dan luwes. Selalu menemukan hal-hal yang baru serta menghadapi segala situasi dan kondisi dengan sikap fleksibel.

d. Minat Berwirausaha

a) Pengertian Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha, yang juga dikenal sebagai motivasi berwirausaha, niat berwirausaha, dan intensi kewirausahaan, adalah perasaan tertarik atau terkait pada suatu aktivitas tanpa paksaan (Wijaya, 2015; Ginting dan Yuliawan, 2012). Wirausaha menurut Scarborough, Zimmerer, dan Wilson dalam Mantik, dkk (2020) adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan yang signifikan melalui identifikasi peluang dan penggabungan sumber daya. Instruksi Presiden Republik Indonesia (INPRES) No. 4 Tahun 1995 mendefinisikan kewirausahaan sebagai semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan dalam menangani usaha untuk menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru guna meningkatkan efisiensi dan pelayanan atau keuntungan.

Minat berwirausaha adalah kecenderungan seseorang untuk menciptakan dan mengelola usaha secara efektif dengan berani menghadapi risiko untuk memperoleh keuntungan. Mengukur minat berwirausaha penting untuk meningkatkan jumlah wirausaha lulusan perguruan tinggi (Yohana, 2021). Seseorang dengan minat berwirausaha menunjukkan ketertarikan menjadi wirausaha yang siap mengelola waktu, keterampilan, dan keuangan dengan percaya diri, kreativitas, inovasi, kejujuran, disiplin, kemandirian, kerja keras, rasa ingin tahu, keberanian mengambil risiko, dan orientasi masa depan.

b) Pengertian *Marketplace*

Marketplace adalah media online berbasis internet yang memfasilitasi transaksi bisnis antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari berbagai supplier dengan kriteria yang diinginkan untuk mendapatkan harga pasar yang sesuai, sementara penjual dapat menemukan perusahaan yang membutuhkan produk atau jasa mereka (Opiida, 2014). *Marketplace*, sebagai model E-Business, berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya, menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran. Sebagai penggerak ekonomi nasional, marketplace memungkinkan pelaku bisnis berinovasi dengan media online dalam menghadapi era globalisasi. Peningkatan pengguna internet mendukung bisnis online melalui marketplace, yang juga berfungsi sebagai media promosi. Berbagai fitur promosi di marketplace memudahkan konsumen dan menawarkan kenyamanan berbelanja 24 jam. Bagi penjual, marketplace menyediakan fasilitas untuk mempromosikan dan menjual produk tanpa perlu membuat website sendiri, memudahkan pemasaran barang dan jasa di internet.

c) Indikator Minat Berwirausaha

Menurut Buchari Alma (2011: 6) ada tiga indikator minat berwirausaha, diantaranya:

a. Ketertarikan

Rasa tertarik merupakan tingkat perasaan paling awal dan pertama kali muncul.

b. Kemampuan yang dimiliki

Kemampuan adalah perwujudan yang dimiliki seseorang berdasarkan pada lingkungan, cara bergaul, serta tingkat pengetahuan, dan dapat diperoleh dari beragam pengalaman atau bisa juga dibawa sejak lahir.

c. Berani mengambil risiko

Berani mengambil risiko adalah tolok ukur seseorang agar mereka yang berusaha untuk menjaga semangat dalam dirinya ketika melalui langkahlangkah dan menikmati hasil usahanya. Artinya, orang yang berhasil bukan hanya melalui langkah pencapaiannya saja, tetapi juga menerima risiko yang ditimbulkan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian korelasi. Penelitian korelasi adalah penelitian yang mencari hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan pendekatannya menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh fakta yang luas dari suatu populasi dengan data berbentuk angka. Lokasi dari penelitian ini adalah di Universitas Negeri Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh

mahasiswa Pendidikan IPS Angkatan 2020 dan 2021 berjumlah 168 orang. Sampel yang diambil pada penelitian ini berjumlah 118 orang..

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data, yaitu: angket. Teknik ini dilakukan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden. Pertanyaan atau pernyataan harus merujuk sesuai dengan rumusan masalah dan indikator-indikator dalam konsep operasional penelitian. Angket ini digunakan untuk mencari data mengenai variabel pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha di *marketplace*, untuk skala pengukurannya dengan menggunakan skala likert. Setelah data dikumpulkan, kemudian dianalisis secara statistik dengan uji normalitas. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui penyebaran dari distribusi data, apakah data menyebar secara normal atau tidak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Gambaran Pengetahuan Kewirausahaan

Variabel	Indikator	Kategori		
		Rendah	Sedang	Tinggi
		Frekuensi	Frekuensi	Frekuensi
Pengetahuan Kewirausahaan (X)	Pengetahuan Dasar Kewirausahaan	0	57	61
	Pengetahuan Ide dan Peluang Usaha	0	70	48
	Pengetahuan tentang Aspek-Aspek Usaha	3	63	52

Tabel 2
Gambaran Minat Berwirausaha di *Marketplace*

Variabel	Dimensi	Kategori		
		Rendah	Sedang	Tinggi
		Frekuensi	Frekuensi	Frekuensi
Minat Berwirausaha (Y)	Ketertarikan	5	54	59
	Kemampuan yang dimiliki	10	65	43
	Berani mengambil resiko	11	56	51

Selanjutnya dilakukan uji normalitas dalam penelitian ini untuk melihat bahwa data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini menggunakan uji Kolmogorof-Smirnov. Data dikatakan memenuhi asumsi normalitas atau berdistribusi normal jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0.05. Dasar uji K-S adalah:

1. Angka signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
2. Angka signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25.0 dan diperoleh hasil berikut:

Tabel 3
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		118
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	21.07704466
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.051
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.079 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwa perhitungan yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$ yaitu $0,079 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Setelah pengujian uji Kolmogroff-Smirnov terpenuhi, maka selanjutnya dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan koefisien korelasi product moment (r_{xy}). Tujuan dari menggunakan koefisien korelasi product moment adalah untuk mengetahui tingkat keterkaitan hubungan antara variabel X dan variabel Y dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Bila r hitung $> r$ tabel Maka terdapat korelasi antar variabel. Untuk mencari r tabel dapat dilakukan dengan melihat tabel R product moment pada baris 118 maka r tabel didapat sebesar 0,195.

Tabel 4
Uji Koefisien Korelasi

Correlations			
		Pengetahuan Kewirausahaan	Minat Berwirausaha
Pengetahuan Kewirausahaan	Pearson Correlation	1	.777**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	118	118
Minat Berwirausaha	Pearson Correlation	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	118	118

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Adapun rumusan hipotesis statistik yaitu:

1. $H_0: r_{xy} = \text{Tidak ada hubungan pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha pada mahasiswa di marketplace}$
2. $H_a: r_{xy} \neq \text{Ada hubungan pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha pada mahasiswa di marketplace.}$

Hipotesis penelitian ini menyatakan ada hubungan pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha pada mahasiswa di *Marketplace* pada mahasiswa Program Studi Pendidikan IPS Universitas Negeri Jakarta. Pengujian hipotesis ini menggunakan korelasi Product Moment dengan hasil yang diperoleh r_{xy} sebesar 0,777 dengan r tabel 0,195. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel X dan variabel Y. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan mahasiswa maka semakin tinggi juga minat berwirausaha di *marketplace*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha di *marketplace* mahasiswa Pendidikan IPS Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2020-2021. Hubungan antara kedua variabel tersebut didapatkan hasil perhitungan koefisien korelasi product moment yaitu nilai Sig. (2-tailed) yang artinya lebih dari 0,05 dan diperoleh sebesar 0,777 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara hubungan pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha di *marketplace* mahasiswa Pendidikan IPS Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2020-2021. Kesimpulan ini memberikan gambaran bahwa semakin baik pengetahuan kewirausahaan mahasiswa maka semakin tinggi minat berwirausaha di *marketplace* mahasiswa Pendidikan IPS Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2020-2021 begitu pun sebaliknya. Hubungan variabel pengetahuan kewirausahaan dengan variabel minat berwirausaha di *marketplace* adalah positif dengan tingkat hubungan yang kuat. Hal ini selaras dengan penelitian terdahulu (Kristanti, Corry, dan Nadya, 2021), yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

SARAN

1. Bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa Pendidikan IPS Universitas Negeri Jakarta dapat memanfaatkan berbagai pelatihan dan *workshop* kewirausahaan yang tersedia, baik di dalam maupun di luar kampus, untuk memperdalam pengetahuan dan keterampilan dalam berwirausaha. Hal ini akan membuat mahasiswa lebih siap dan termotivasi untuk memulai dan mengembangkan usaha mereka di *marketplace*, sehingga dapat menciptakan peluang karier yang lebih luas dan berkontribusi pada perekonomian secara keseluruhan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah jumlah variabel lain yang berpengaruh terhadap minat berwirausaha dan menggunakan metode yang berbeda seperti pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam juga dapat dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang motivasi dan hambatan yang dihadapi mahasiswa dalam berwirausaha.

DAFTAR REFERENSI

- Alma, B. (2011). Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fahmi, R. (2017). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam), 2(1), 34-36.
- Fernando. (2022). Pengaruh literasi digital, media sosial, dan e-commerce terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, 4(1), 99-100.
- Gultom, E. (2021). Pengaruh e-commerce, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Studi pada mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru). Journal of Business and Economics Research (JBE), 2(2), 40-46.
- Hasan, H. A. (2020). Pendidikan kewirausahaan: Konsep, karakteristik dan implikasi dalam memandirikan generasi muda. Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer, 11(1), 101-106.
- Hasanah, U. U., & Setiaji, K. (2019). Pengaruh literasi digital, efikasi diri, lingkungan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa dalam e-business. Economic Education Analysis Journal, 1199-1200.
- Heryanto, B. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri. Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, 1(2), 154-155.
- Junias, D. T., Rusmiati, & Munawar. (2015). Sikap, motivasi, dan minat berwirausaha mahasiswa. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 17(1), 22-24.
- Limbak, A. A. (2021). Pengaruh motivasi dan lingkungan terhadap minat berwirausaha (Studi pada Marketplace Facebook Kota Kupang). Jurnal Relevansi: Ekonomi, Manajemen dan Bisnis, 142-143.
- Naiborhu, I. K. (2021). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, marketplace, kecerdasan adversitas terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Pendidikan Akuntansi UNESA melalui efikasi diri. Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan, 9(2), 108-110.
- Ningrum, M. C. (2023). Pengaruh orientasi kewirausahaan, pemanfaatan e-commerce, dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(2), 16229-16230.

- Novendra, A. M. (2023). Pengembangan bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media marketplace untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 684-687.
- Noviantoro, G. (2017). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Akuntansi FE UNY. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 3-4.
- Nursita, L. (2021). Dampak mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal IDEAS (Pendidikan, Sosial, dan Budaya)*, 7(3), 84-85.
- Puspitaningsih, F. (2014). Pengaruh efikasi diri dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 2(2).
- Salhi. (2012). Student and entrepreneurship: Effect of the training. *Journal of Research in Educational Sciences*, 3(5), 19-34.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Veronika, K., Yohana, C., & Fidhyallah, N. F. (2021). Hubungan pengetahuan kewirausahaan dan e-commerce dengan minat berwirausaha. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 2(1), 110-113.