

Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi *Entrepreneur* Melalui Praktik Bisnis Gila Marketing

Ikewanni Lumban Tobing¹, Nida Putri Rahmayanti²

1,2 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis : Ikewanni Lumban Tobing

E-mail : iketobing2@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan yakni untuk menguji pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat mahasiswa menjadi entrepreneur melalui praktik bisnis gila marketing. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara penyebaran kuesioner menggunakan SPSS. Hasil penelitian ialah pembelajarann kewirausahaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi entrepreneur, dan praktik bisnis gila marketing mampu perkuat pengaruh pembelajaran kewirausahaan menjadi entrepreneur.

Kata kunci: *Pembelajaran Kewirausahaan; Entrepreneur; Praktik Bisnis Gila Marketing*

Abstract

This study has a purpose, namely to examine the effect of entrepreneurship learning on students' interest in becoming entrepreneurs through marketing crazy business practices. The technique used in this research is by distributing questionnaires using SPSS. The results of the research are that entrepreneurial learning affects students' interest in becoming entrepreneurs, and marketing crazy business practices are able to strengthen the influence of entrepreneurial learning to become entrepreneurs.

Keywords: *Entrepreneurship Learning; Entrepreneur; Marketing Crazy Business Practices*

PENDAHULUAN

Dalam memajukan pembangunan dilakukan dalam rangka memajukan kemakmuran masyarakat melalui dikembangkannya perekonomian. Tentu dengan cara mengatasi-mengatasi permasalahan pembangunan dan sosial kemasyarakatan, seperti masalah pengangguran dan kemiskinan yang bisa memperlambat pertumbuhan ekonomi. Selain pertumbuhan ekonomi, yang menjadi aspek penting untuk melihat kinerja pembangunan ialah seberapa efektif penggunaan sumber daya yang ada sehingga lapangan pekerjaan dapat menyerap angkatan kerja. Berdasarkan hasil *World Employment and Social Outlook Trends 2022* (WESO Trends) (Aldilla, 2022), angka dalam tingkat pengangguran mencapai 207 juta orang, sangat jauh lebih tinggi dibandingkan pada tahun 2019 yakni 186 jt. Pengangguran ini menjadi salah satu permasalahan dalam bidang ketenagakerjaan. Pengangguran termasuk kategori permasalahan yang serius dikarenakan memiliki hubungan dengan pendapatan masyarakat. Serta hal ini menjadi salah satu faktor yang menentukan kesejahteraan suatu masyarakat. Beberapa faktor penyebab pengangguran antara lain adalah jumlah lapangan pekerjaan yang masih sedikit, rendahnya kualitas sumber daya manusia, kemiskinan, rendahnya kualitas pendidikan, ditambah saat ini negara manapun mengalami kondisi yang tidak mudah yaitu pandemi Covid -19. Menghadapi hal sulit ini, bukan menjadikan bangsa ini menjadi lemah dan tidak berdaya. Tetapi, bangsa ini harus bisa bangkit dari keterpurukan, kesedihan, dan penderitaan, dengan cara berinovasi, meningkatkan kreativitas, mengembangkan ilmu serta keahlian yang dimiliki. Setiap tahunnya banyak perguruan tinggi mencetak lulusannya, ini menjadi sebuah perhatian bagi kalangan akademisi. Mengingat situasi yang sekarang kita hadapi, oleh sebab itu langkah-langkah yang bisa dilakukan agar tetap bisa bertahan disituasi yang seperti ini yakni kita harus bisa membuka lapangan pekerjaan sendiri bagi sarjana muda.

Seperi berwirausaha wirausaha yang dilakukan dapat berupa bisnis barang dan jasa. Berbekal ilmu yang didapatkan, beberapa Perguruan Tinggi melakukan kegiatan atau program Praktik Kewiraushaaan bagi mahasiswa. Di STIE Pancasetia Praktik Bisnis Gila Marketing memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha dengan mengembangkan bisnisnya, menjadikan mahasiswa seorang *entrepreneur* dengan jiwa mandiri dan berani. Berdasarkan hal ini, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Enterpreneur Dengan Praktik Bisnis Gila Marketing Sebagai Variabel Moderasi. Yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu ialah menambahkan variabel moderasi sebagai keterbaruan dalam penelitian ini. Variabel moderasi pada penelitian ini yaitu Praktik Bisnis Gila Marketing. Dalam Praktik Bisnis Gila Marketing ini dosen menanamkan suatu jiwa marketing kepada seluruh mahasiswa dilingkungan kampus khususnya STIE Pancasetia agar bisa diimplementasikan kekehalayak masyarakat maupun di dunia bisnis dengan membuat konsumen lebih tertarik untuk membeli suatu barang tersebut dengan tehnik dan trik tertentu yang sudah diajarkan oleh para dosen.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Marketing Funnel

Funnel atau *marketing funnel* dalam bisnis terkait dengan proses yang ditempuh sebelum akhirnya barang terjual. Konsep yang juga dikenal dengan istilah *marketing funnel* pertama kali

ditemukan oleh St. Elmo Lewis (1898) ini termasuk salah satu strategi pemasaran, terutama untuk pemasaran *online*. *Marketing funnel* selalu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi. Hal ini ditandai dengan banyak bermunculan tren baru dan *digital marketing*. Digital marketing merupakan kegiatan mempromosikan suatu brand, baik itu sebuah produk atau layanan dengan menggunakan media elektronik atau digital (internet). Kemunculan *digital marketing* ini membuat sektor tersebut dapat berkomunikasi baik dengan pelanggan, bahkan mencapai keuntungan yang belum pernah didapat sebelumnya. Dikarenakan internet menawarkan sesuatu yang tidak terbatas dalam aktivitas pemasaran. *Digital marketing funnel* pada dasarnya adalah campuran taktik dan teknik yang dapat membantu bisnis untuk: Mendapatkan pelanggan setia seiring berjalannya waktu, dapat menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, Volume penjualan akan meingkat dan Profit akan bertambah

Tahapan Konsep Teori Funnel

1. Edukasi Produk

Edukasi produk ialah kita sebagai pelaku usaha harus mengarahkan konsumen tentang adanya keberadaan usaha kita melalui media sosial marketing. Jadi hal yang menjadi kunci pada edukasi produk ini adalah mengenalkan produk kepada konsumen dengan cara yang menarik.

2. Tingkatkan Interest dari Visitor

Meningkatkan rasa ketertarikan dari calon pembeli memang tidak mudah. Oleh karena itu, harus mampu membuat produk yang ditawarkan terlihat menonjol dibandingkan dengan yang lain. Seperti membuat tampilan website menjadi menarik.

3. Lakukan Follow Up

Melalui *newsletter* yang menawarkan diskon atau penawaran lainnya. Kemudian menambahkan seperti testimoni dari pelanggan lama.

4. Referral Program & Loyalty Program

Menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan dan pelanggan mempunyai rasa memiliki pada usaha kita sehingga pelanggan tadi akan merasa punya andil dalam mengembangkan produk yang sedang kita jual.

TEORI 4 P PERSUASI CAROL

Teori 4 p ini terdiri dari (*promise, picture, proof, push*) dari Carol S. Lilly; 1944-1953 yakni:

1. *Promise* (janji)

Memberikan janji yang bermanfaat, seperti apa keuntungan bagi konsumen, dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen.

2. *Picture*

Untuk P yang ke 2 yakni *picture* (gambar) yaitu cara melakukannya adalah dg membuat konsumen membayangkan diri mereka menikmati manfaat atau hasil yang diinginkan. Kemudian disini sebagai pelaku usaha harus memberikan solusi atau ide yang diusulkan menjadi kenyataan.

3. *Proof* (bukti)

Mengkomunikasikan informasi dasar yg ingin diterima konsumen dg cara yg mudah. Pelaku usahapun harus mendukung nya dengan bukti pendukung. Seperti statistik, studi, grafik, bagan, fakta pihak ketiga, testimonial, demonstrasi bhw fitur produk yang diberikan bermanfaat.

4. *Push* (mendorong)

Fase mendorong lebih dari sekedar ajakan bertindak. Tetapi, ini memberikan penawaran luar biasa dalam promosi, lalu meminta adanya pembelian kepada konsumen.

THEORY PLANNED BEHAVIOUR

Teori TPB ini sangat sesuai dipergunakan untuk menjelaskan beberapa perilaku didalam kewirausahaan. Sebagaimana dikatakan oleh (Azjen, 1991) bahwa *TPB is suitable to explain any behavior which requires planning, such as entrepreneurship*.

1. *Attitude* (Sikap)

Sikap berasal dalam diri seseorang/internal yang mana dapat memberikan respon negative atau positif perihal penilaian terhadap sesuatu (Tung, 2011) menjelaskan bahwa “ *attitude toward the behavior is the degree to which a person has a favorable or unfavorable evaluation of a behavior. It depends on the person’s assessment of the expected outcomes of the behavior* ”.

Menurut Assael dalam Manda dan Iskandarsyah (2012) “ sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari untuk memberikan respon kepada obyek atau kelas obyek secara konsisten baik dalam rasa suka maupun tidak suka. Sebagai contoh apabila seseorang menganggap sesuatu bermanfaat bagi dirinya maka dia akan memberikan respon positif terhadapnya, sebaliknya jika sesuatu tersebut tidak bermanfaat maka dia akan memberikan respon negative ”.

2. *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

Subjective norm ialah persepsi seseorang mengenai pemikiran dari orang lain yang akan mendukung atau tidak mendukungnya dalam melakukan sesuatu hal. *Subjective norm* mengacu pada tekanan sosial yang dihadapi oleh individu untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. (Tung, 2011) mengatakan bahwa “ *subjective norm refers to the social pressures perceived by individuals to perform or not to perform the behavior. It relates to the beliefs that other people encourage or discourage to carry out a behavior* ” (norma subjektif berasal dari pada tekanan sosial yang dirasakan oleh setiap individu untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Hal ini terkait dengan keyakinan bahwa orang lain mendorong atau tidak mendorongnya yaitu menghambat untuk melaksanakan perilaku tersebut). Setiap individu akan lebih terdorong untuk melakukan perilaku jika termotivasi oleh orang lain yang menyetujuinya untuk melakukan perilaku yang akan dikerjakannya.

3. *Perceived Behavioral Control* (Kontrol Perilaku)

Kontrol perilaku yakni suatu persepsi kemudahan atau kesulitan dalam mengerjakan suatu hal/perilaku. (Tung, 2011) mengemukakan bahwa kontrol perilaku “ *relates to the beliefs about the availability of supports and resources or barriers to performing an entrepreneurial behavior (control beliefs)* ” (berkaitan dengan suatu keyakinan tentang adanya dukungan dan hambatan untuk melakukan suatu perilaku kewirausahaan). Menurut (Wijaya, 2007) “kontrol perilaku merupakan persepsi terhadap kekuatan faktor-faktor yang mempermudah atau mempersulit”.

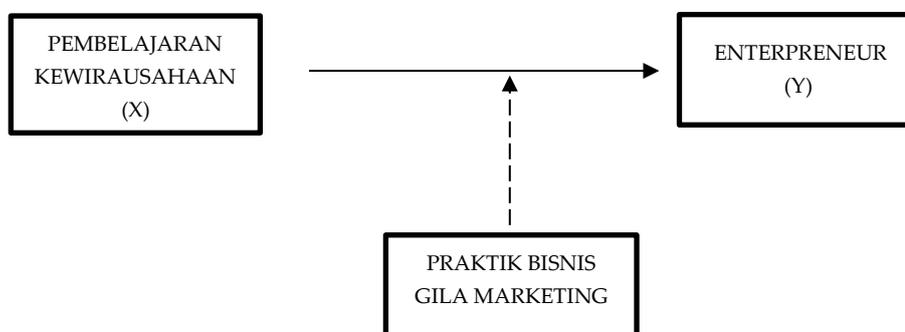
PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian dari (Brata & Nurnida, 2021) meneliti tentang bagaiman pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Mahasiswa pada program studi admintrasi bisnis. Hasil penelitiannya adalah adanya pengaruh signifikan secara parsial antara silabus/materi yang

disampaikan dan pedagogi/cara penyampaian materi (X2) terhadap minatberwirausaha pada mahasiswa program studi admintrasi bisnis. Kemudian penelitian dari (Pramesti & Hendrik, 2021) meneliti tentang Praktik berwirausaha secara daring dalam Pembelajaran Kewirausahaan pada Mahasiswa. Hasil dalam penelitian ini adalah bentuk praktik yang dilakukan menggunakan daring adalah seperti membuka adanya kursus belajar di lingkungan sekitar tempat tinggal melalui media sosial sebagai bentuk promosi. Kelebihannya mahasiswa mampu menciptakan peluang bisnis serta kemudahan melakukan pengawasan/control terhadap usaha yang dijalani, sedangkan kelemahannya adalah dosen pengampu perlu melakukan pengawasan terhadap usaha yang dilakukan para mahasiswa secara berkala dan berkesinambungan untuk dapat mengetahui dan memastikan berjalan atau tidaknya usaha serta kemajuan usaha.

KERANGKA KONSEP

Penelitian ini merupakan pengembangan teori dari Marketing Funnel, Teori 4 P Carol, dalam praktik bisnis gila marketing yang ada di STIE Pancasetia menggunakan cara, serta teknik penjualan dari teori yang sudah dijelaskan di atas. Untuk teori TPB kaitannya dengan penelitian ini adalah ketika mahasiswa sudah mendapatkan pembelajaran kewirausahaan maka mahasiswa dapat menentukan pilihannya menjadi seorang *entrepreneur* maka mahasiswa tadi sudah menentukan sikapnya karena dia menganggap pilihannya adalah yang terbaik, bermanfaat dan mendapat dukungan serta motivasi dari orang lain. Pembelajaran kewirausahaan disini merupakan proses pembelajaran/edukasi yang memiliki tujuan membentuk jiwa *entrepreneur* pada diri mahasiswa sehingga dapat menjadi individu yang memiliki kemampuan kreatif, inovatif dan produktif.



Gambar 1

H1: Pembelajaran kewirausahaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi *Entrepreneur*.

H2: *Entrepreneur* memperkuat pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat mahasiswa menjadi *Entrepreneur*.

METODE

Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh melalui responden, yang mana responden akan memberikan respon verbal dan atau respon tertulis sebagai tanggapan atas pernyataan yang diberikannya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data melalui kuesioner. Penelitian ini akan menggunakan alat analisis SPSS versi 16. Populasi adalah

kelompok atau kumpulan individu-individu atau obyek penelitian yang memiliki standar-standar tertentu dari ciri-ciri yang telah ditetapkan sebelumnya. Populasi pada penelitian ini sebanyak 858 mahasiswa. Untuk sampel penelitian ini menggunakan Sampel Jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila keseluruhan anggota populasi digunakan sebagai sampel yaitu Jurusan Akuntansi dan Manajemen yang aktif semester 6 karena mereka sedang menempuh mata kuliah kewirausahaan dan sedang mengikuti Praktik Bisnis Gila Marketing.

DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURANNYA

Pengertian Pembelajaran Kewirausahaan

Kata kewirausahaan awalnya berasal dari istilah *entrepreneurship*, sedangkan wirausaha sendiri berasal dari *entrepreneur*. Kata *entrepreneur*, secara tertulis digunakan pertama kali oleh Savary pada tahun 1723 dalam bukunya ‘Kamus Dagang’. Pembelajaran kewirausahaan diberikan pada jenjang kuliah. Adapun tujuannya untuk membentuk manusia secara utuh (*holistik*), sebagai bentuk insan yang memiliki karakter, pemahaman dan keterampilan sebagai wirausaha yang mandiri. Bahkan, juga meningkatkan jumlah para wirausaha yang memiliki kemampuan dalam hal berbisnis. Indikator penelitian menurut (Sinaga, Andriani, & Sibagariang, 2019) sumber materi mudah dipahami, meningkatkan kecerdasan dalam berwirausaha, cara penyampaian materi menarik, pembelajaran tidak teori saja tetapi dengan praktik.

Pengertian Enterpreneur

Arti *entrepreneur* yaitu seseorang atau pelaku usaha yang memiliki kemauan tenaga kerja, aset, dan materialnya secara langsung (Brata & Nurnida, 2021). Sangat sederhana, *entrepreneur* yakni pengusaha yang melakukan kegiatan wirausaha. Secara garis besar, *entrepreneur* adalah wirausahawan. *Entrepreneur* ialah pelaku wirausaha dengan memiliki keahlian serta kepandaian khusus. *Entrepreneur* adalah orang yang memiliki kemampuan seperti mengenali produk, menyusun cara produksi barang dan sistem manajemen operasi yang efisien, membuat strategi pemasaran, dan mengatur sistem permodalan bisnisnya. Indikatornya adalah ingin menjadi pengusaha yang sukses, yakin dengan kemampuan yang dimiliki, peluang yang menjanjikan, ingin membuka lapangan pekerjaan sendiri.

Pengertian Praktik Bisnis Gila Marketing

Praktik atau pratikum adalah strategi pembelajaran atau bentuk pengajaran yang dipergunakan untuk kemampuan psikomotori (keterampilan), pengertian (pengetahuan) dan afektif (sikap) menggunakan sarana laboratorium (Pramesti & Hendrik, 2021). Menurut KBBI, praktik adalah melaksanakan sesuatu secara nyata seperti apa yang disebutkan oleh teori. Praktik yang dimaksud dalam hal ini adalah praktik yang berkenaan dengan kewirausahaan. Praktik Bisnis Gila Marketing adalah kegiatan pembelajaran menjual barang-barang (produk) dengan menggunakan keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang telah dipelajari sebelumnya di bangku kuliah guna menciptakan nilai tambah barang dan jasa sebagai wujud strategi kegiatan pembelajaran yang secara nyata. Indikatornya adalah menjual produk sesuai trend yang diminati masyarakat, membuat

pelanggan tertarik serta merasa puas dengan produk, menjadi pengusaha yang berani dan tangguh, selalu melakukan menyampaikan informasi promosi kepada pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner, adapun kuesioner yang kembali hanya 120 kuesioner maka dilakukan tabulasi data lalu peneliti melakukan uji statistik pada hasil kuesioner, berikut hasil uji statistik yakni yang pertama Uji Validitas:

Tabel 1.

Variabel Pembelajaran Kewirausahaan (X)	Hasil SPSS
Pembelajaran Kewirausahaan 1	0.700
Pembelajaran Kewirausahaan 2	0.635
Pembelajaran Kewirausahaan 3	0.654
Pembelajaran Kewirausahaan 4	0.743

Sumber : Data diolah 2022

Tabel 2.

Variabel Minat Mahasiswa Menjadi Enterpreneur (Y)	Hasil SPSS
Minat Mahasiswa Menjadi Enterpreneur 1	0.670
Minat Mahasiswa Menjadi Enterpreneur 2	0.712
Minat Mahasiswa Menjadi Enterpreneur 3	0.713
Minat Mahasiswa Menjadi Enterpreneur 4	0.632

Sumber : Data diolah 2022

Tabel 3.

Variabel Praktik Bisnis Gila Marketing (Z)	Hasil SPSS
Praktik Bisnis Gila Marketing 1	0.718
Praktik Bisnis Gila Marketing 2	0.721
Praktik Bisnis Gila Marketing 3	0.677
Praktik Bisnis Gila Marketing 4	0.652

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan hasil uji validitas di atas untuk semua variabel untuk r tabel yang di dapat adalah 0,179. Sedangkan hasil r hitung dari output SPSS semua item pertanyaan di atas > dari 0,179. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan valid. Sehingga, dapat dilanjutkan ke uji selanjutnya. Adapun untuk uji selanjutnya yaitu Uji Reliabilitas:

Tabel 4.

Variabel	Cronbach Alpha
Pembelajaran Kewirausahaan (X)	0.617

Minat Mahasiswa Menjadi Enterpreneur (Y)	0.636
Praktik Bisnis Gila Marketing (z)	0.616

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, hasil *Cronbach alpha* nya > dari 0,60. Sehingga semua variabel dikatakan reliabel. Kemudian, selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik. Uji Asumsi klasik untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Tabel 5.

One- Sample Kolmogorov- Smirnov Test

		Pembelajaran Kewirausahaan	Praktek Bisnis Gila Marketing	PK*PBGM	Minat Mhs Menjadi Enterpreneur
N		120	120	120	120
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	16.33	16.49	271.28	16.50
	Std. Deviation	2.038	1.806	50.718	1.940
Most Extreme Differences	Absolute	.203	.201	.165	.223
	Positive	.122	.118	.108	.128
	Negative	-.203	-.201	-.165	-.223
Kolmogorov-Smirnov Z		.539	.483	.706	.813
Asymp. Sig. (2-tailed)		.933	.974	.701	.524

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan hasil output di atas, uji normalitas menunjukkan hasil signifikansi pada untuk variabel pembelajaran kewirausahaan 0,933, variabel praktik bisnis gila marketing 0,974, variabel minat mahasiswa menjadi *enterpreneur* 0,524. Sehingga dapat dikatakan pada semua variabel normal karena hasil signifikansinya > dari 0,05. Uji selanjutnya yaitu Uji Multikolinearitas. Uji Multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Tabel 6.

Coefficients^a

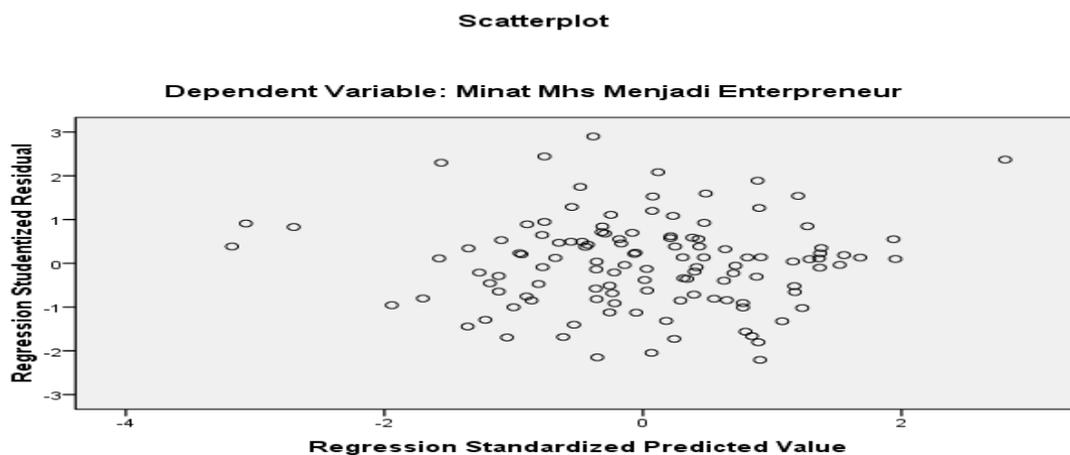
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pembelajaran Kewirausahaan	.965	1.036
	Praktek Bisnis Gila Marketing	.950	1.053
	PK*PBGM	.984	1.017

a. Dependent Variable: Minat Mhs Menjadi Enterpreneur

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan uji multikolinearitas di atas variabel pembelajaran kewirausahaan, dan praktik bisnis gila marketing nilai tolerance nya lebih besar 0,1 dan nilai VIF nya lebih kecil dari 10,00 artinya tidak ada masalah multikolinearitas. Yang terakhir adalah Uji Heteroskedastisitas yang artinya menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Gambar 2.



Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan dari hasil uji di atas terlihat bahwa titik – titik menyebar tidak merata, sehingga data berdistribusi normal.

Tabel 7.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-25.593	5.415		-4.726	.000
Pembelajaran Kewirausahaan	2.196	.366	2.306	6.006	.000
Praktek Bisnis Gila Marketing	2.528	.375	2.352	6.739	.000
PK*PBGM	-.131	.024	-3.415	-5.345	.000

a. Dependent Variable: Minat Mhs Menjadi Enterpreneur

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan hasil uji di atas maka H1 diterima, terlihat dari nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Artinya pembelajaran kewirausahaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi entrepreneur. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari (Sirait & Setyoningrum, 2022), (Restiadi, Karjono, & Setiawan, 2021), dan (Sinaga, Andriani, & Sibagariang, 2019). Hal ini dikarenakan mahasiswa selama di bangku kuliah sudah mendapatkan teori serta pemahaman tentang kewirausahaan. Kemudian untuk H2 juga diterima, karena terlihat nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Yang berarti praktik bisnis gila marketing memperkuat pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat mahasiswa menjadi entrepreneur. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yakni (Pramesti & Hendrik, 2021), (Sari & Rahmania, 2020), dan (Muzaaki, Sholah, & Irdianto, 2019). Hal ini disebabkan karena mahasiswa sudah mendapatkan pengalaman praktik bisnis sewaktu kuliah dan ini menumbuhkan motivasi, semangat, kemauan, keberanian bagi mahasiswa untuk memilih menjadi seorang entrepreneur.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian di atas, maka seluruh hipotesis diterima. Hal ini disebabkan karena materi tentang kewirausahaan yang didapatkan sangat bermanfaat dan berguna bagi para mahasiswa untuk berbisnis pada usia muda, ditambah dengan adanya dukungan dari perguruan tinggi, seperti memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk berkreasi, berinovatif dengan melakukan praktik berbisnis ini. Sehingga membuat mahasiswa lebih percaya diri dalam hal yang ditekuni selain itu juga membuat mahasiswa dapat meningkatkan ide-ide, dan menyalurkan bakat mahasiswa yang memang menyukai berbisnis. Untuk saran pada penelitian ini, diharapkan perguruan tinggi mana saja dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa seperti melakukan praktik kewirausahaan. Jadi yang didapatkan mahasiswa tidak hanya teori ataupun materi saja tetapi pengalaman inilah yang penting karena akan menjadi sumber bagi perguruan tinggi untuk menciptakan para lulusan yang mampu membuka tempat/lapangan kerja sendiri dan tidak tergantung kepada orang lain, dan menjadi sumber bagi mahasiswa untuk mengetahui minat/bakat yang ada di dalam dirinya, mengembangkan kemampuan serta melatih menjadi individu yang mandiri, dan berani.

Daftar Pustaka

- Aldilla, N. (2022, Januari 18). *ILO: Jumlah Pekerja pada 2022 Masih di Bawah Level Prapandemi*. Retrieved from Ekonomi dan Bisnis:
- Azjen. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes. Advances in Applied Sociology*, 179-211.
- Brata, M. R., & Nurnida, I. (2021). Pengaruh Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pada Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom. *e-Proceeding of Management*, 36-85.
- <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220118/620/1490286/ilo-jumlah-pekerja-pada-2022-masih-di-bawah-level-prapandemi>
- <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html>
- <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095432783>
- Muzaaki, Sholah, A., & Irdianto, W. (2019). Pengaruh Nilai Praktik Kerja Lapangan dan Praktik Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Teknik otomotif*, 45-50.

- Pramesti, D., & Hendrik, M. (2021). Praktik Berwirausaha Secara Daring dalam Pembelajaran Kewirausahaan pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4605-4613.
- Restiadi, A. F., Karjono, & Setiawan, Y. (2021). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Motivasi Berprestasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi FPEB Universitas Pendidikan Indonesia. *Jurnal Pendidikan, Akuntansi, dan Keuangan*, 2622-7037.
- Sari, W. P., & Rahmania, M. (2020). Pengaruh Pemahaman Kewirausahaan dan Praktik Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1-12.
- Sinaga, D., Andriani, M., & Sibagariang, S. (2019). Pengaruh Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan dan Praktik Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan.
- Sirait, E., & Setyoningrum, A. A. (2022). Pengaruh Modal Usaha dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Kemaritiman Di Masa Pandemi Covid-19. *Intelektiva*, 2686-5661.
- Tung, L. C. (2011). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention of Engineering Students. *University of Hongkong: Run Run Shaw Library*.
- Wijaya, T. (2007). Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha UMK DIY dan Jawa Tengah.