SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: p-ISSN 2615-3009
Economic, Accounting, Management and Business e-ISSN 2621-3389
Vol. 4, No. 1, January 2021

EFEKTIVITAS PEMBELAJARAN ENTREPRENEURSHIP DAN SEMINAR MOTIVASI UNTUK MENINGKATKAN MINAT MENJADI ENTREPRENEUR

Afridayani[1], Syamsul Mu'arif[2]
Universitas Pamulang, Banten
afridayanirayyan@gmail.com

Submitted: 19th Oct 2020/ **Edited**: 20th Dec 2020/ **Issued**: 01st Jan 2021
Cited on: Afridayani & Mu'arif, S. (2021). EFEKTIVITAS PEMBELAJARAN ENTREPRENEURSHIP DAN SEMINAR MOTIVASI UNTUK MENINGKATKAN MINAT MENJADI ENTREPRENEUR. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business, 4*(1), 160-169.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out 1.) Whether Entrepreneurship Learning has an effect on Increasing Interest in Entrepreneurship, 2.) Is it a Motivation Seminar to Increase Interest in Entrepreneurship 3.) Does Entrepreneurship Learning and Motivation Seminar to Increase Interest in Entrepreneurship. This research method uses a quantitative approach. The research method uses primary data to determine the variables of Entrepreneurship Learning and Motivation Seminar which can increase interest in becoming Entrepreneurship. The quantitative approach is used to examine a specific population or sample. The method used in sampling in this study is non-probability sampling using convenience sampling techniques. Data collection techniques use the questionnaire method, library research (Library Research), quantitative or statistical data analysis with the aim of testing the established hypothesis. Based on the research results, it shows that, 1) Entrepreneurship Learning has an effect on the Increased Interest of Being Entrepreneurship, 2) Motivation Seminar has an effect on Increasing Interest in Becoming Entrepreneurship, 3) Entrepreneurship Learning and Motivation Seminars have an effect on the Increased Interest of Being Entrepreneurship.

Keywords: Learning, Entrepreneurship, Motivation, Interest

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan titik sentral untuk mewujudkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang mampu untuk beradaptasi dengan segala zamannya. Karena pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan,

akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat bangsa dan negara Indonesia (Pasal 1 Ayat (1) UU Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional).

Metode pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi yang menerapkan pengalaman kegiatan-kegiatan praktis merupakan metode pembelajaran yang lebih baik yang dapat melibatkan mahasiswa untuk berpartisipasi aktif, berperan penting untuk pengembangan minat wirausaha mahasiswa, serta berpotensi mendorong mahasiswa membangun bisnisnya sekalipun mereka belum lulus kuliah (Olokundun, et.al., 2018). Menurut Kuckertz (2013), tujuan mendidik mahasiswa (individu) menjadi wirausaha adalah untuk mengubah persepsi mahasiswa sehingga mereka menganggap karier sebagai wirausaha sebagai sesuatu yang menarik. Hynnes (1996) dalam Kuckertz (2013) menambahkan, mempersiapkan dan memberikan pengetahuan kewirausahaan bagi masyarakat luas akan memberikan pengaruh positif bagi penciptaan lapangan pekerjaan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa kehadiran dan peranan wirausaha akan memberikan pengaruh terhadap kemajuan perekonomian dan perbaikan pada keadaan ekonomi di Indonesia, dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, meningkatkan pemerataan pendapatan, memanfaatkan dan memobilisasi sumber daya untuk meningkatkan produktivitas nasional, serta meningkatkan kesejahteraan pemerintahan (Wahyudi, 2018; Harras, et, al., 2020). Dengan demikian, meningkatnya perkembangan dunia usaha secara langsung dapat meningkatkan perekonomian nasional. Minat berwirausaha di Indonesia masihlah sangat rendah. Dibandingkan negara tetangga, Indonesia masih tertinggal jauh hanya sekitar 0,18% dari total 238 juta penduduk Indonesia. Jumlah wirausahawan Malaysia mencapai 4%, Thailand 4,1%, dan Singapura 7,2%. Agar bisa menggerakkan ekonomi nasional, jumlah wirausahawan minimal 2% (Widnyana, et, al., 2019).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, penilaian (perspektif) mahasiswa peserta pendidikan kewirausahaan, menunjukkan bahwa metode pembelajaran kewirausahaan untuk aktivitas membuat proyek dan kegiatan riil berupa praktek berjualan memberikan hasil positif dalam meningkatkan keterampilan, motivasi dan minat wirausaha. Terdapat 64,1% peserta menyatakan berkeinginan untuk menjadi wirausahawan secara aktif, 67% berkeinginan untuk belajar terus mengenai ilmu kewirausahaan (Harianti, et, al., 2020).

LANDASAN TEORI

Minat

Secara teoritis minat dapat diartikan sebagai rasa ketertarikan terhadap sesuatu dan umumnya, seseorang tertarik karena beragam alasan (bisa jadi karena kompetensi, karena ingin mencoba, karena punya pengalaman, karena ada peluang, dan sebagainya). Dalam arti yang lebih luas, minat adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri sendiri. Sedangkan minat menurut Witherington didefinisikan sebagai kesadaran seseorang bahwa suatu objek, seseorang, suatu soal atau suatu situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Minat terhadap suatu obyek, aktivitas, situasi maupun kepada orang lain, antara individu yang satu dengan individu yang lain dapat berbeda- beda, tergantung seberapa besar ketertarikannya terhadap suatu obyek, aktivitas, situasi ataupun orang lain tersebut (Aqmala, et, al., 2020; Wahyu & Salam, 2020).

Dalam konteks kewirausahaan, minat berarti keinginan untuk mendirikan suatu usaha. Selain itu, kata minat usaha merujuk pada permulaan, di mana seseorang karena alasan tertentu (pengetahuan, keadaan, atau alasan lain) untuk pertama kalinya mendirikan suatu usaha (Nisa & Murniawaty, 2020; Wahyuningsih, 2020). Dalam sebuah riset dijelaskan, minat kewirausahaan adalah komponen pertama di dalam mendirikan suatu bisnis (Prasetio, 2020).

Kewirausahaan

Kewirausahaan memiliki kandungan bahwa terdapat karakteristik dasar pada diri seseorang untuk mampu menghasilkan sesuatu yang berbeda dari yang lain disertai dengan keunikan dan inovasi-inovasi yang mampu menambah daya tarik orang lain sehingga dapat dijadikan sebagai peluang dan kesempatan untuk mengembangkan diri dan sumber daya yang ada yang belum tentu dapat dilihat atau dikembangkan orang lain, meskipun dalam pengembangan peluang tersebut harus dilalui dengan berbagai risiko dan ketidakpastian yang menyertainya (Purbaningrum, 2016).

Pengertian tersebut menegaskan bahwa kewirausahaan mampu menumbuhkan jiwa kreatif untuk menghasilkan hal-hal baru disertai dengan inovasi-inovasi guna mengikuti perkembangan zaman. Kewirausahaan juga digunakan sebagai media untuk mampu melihat peluang untuk memanfaatkan sumber daya yang ada sebagai kesempatan untuk dimanfaatkan sebagai bisnis yang menguntungkan dan bermanfaat.

Lebih lanjut, dijelaskan pula kewirausahaan sebagai rangkaian kegiatan untuk mendapatkan balasan dari pengguna atas sesuatu yang telah diciptakan dengan memanfaatkan waktu dan rangkaian proses yang harus dilalui dengan menggunakan modal, jasa dan segala risiko yang menyertainya. Balasan yang dimaksud ialah berupa penghargaan atas apa yang telah diciptakan, perasaan puas, dan balasan berupa dimilikinya pribadi yang bebas melakukan apapun sesuai keinginannya. (Saepudin, et, al., 2015).

Motivasi

Salah satu Faktor internal yang mempengaruhi minat berwirausaha seseorang adalah adanya motivasi (Mukrodi & Wahyudi, 2018). Motivasi atau dikenal dengan semangat berwirausaha adalah sebuah ungkapan terhadap suatu keadaan, di mana seseorang yang memiliki minat untuk berwirausaha, merasa antusias dan optimis atas suatu bisnis yang akan dijalaninya (Irawati & Fauziah, 2020). Dalam sebuah riset dijelaskan, motivasi usaha adalah modal moril di dalam merealisasikan usaha yang diminatinya (Tazkiyah & Yanto, 2020). Lebih lanjut, motivasi bisnis merupakan sikap gigih dan tekun di dalam menjalankan suatu usaha (Rachmawati, et, al., 2020). Wirausaha yang memiliki motif berprestasi tinggi pada umumnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Ingin mengatasi sendiri kesulitan yang timbul pada dirinya.
2. Memerlukan umpan balikyang segera untuk melihat keberhasilan dana kegagalan.
3. Memiliki tanggung jawab personalyang tinggi.
4. Berani menghadapi risiko denganpenuh perhitungan.
5. Menyukai dan melihat tantangan secara seimbang.

Sejalan dengan penjelasan di atas, untuk dapat meningkatkan semangat berwirausaha maka diperlukan suatu tindakan nyata, dalam hal ini misalnya mengikuti kegiatan seminar, pelatihan, diskusi, dan atau magang usaha. Hal ini dimaksudkan agar minat usaha tidak hanya sebatas keinginan, namun cenderung pada upaya merealisasikan. Dalam sebuah riset dijelaskan, jalan pintas menjadi pengusaha adalah menjadi pewaris, namun kemungkinannya kecil, akan tetapi hal tersebut dapat di atasi dengan mengikuti kegiatan-kegiatan kewirausahaan. Secara tidak disadari, kegiatan seperti seminat atau magang akan membentuk aspek moril seseorang, dalam hal ini emosinya terhadap bisnis menjadi lebih kuat. Tentu dengan perasaan tersebut akan

dimungkinkan melahirkan tindakan lain, seperti belajar, bertanya, diskusi, mencari produk, dan sebagainya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *convenience sampling* dengan teknik ini maka peneliti menentukan 141 sampel untuk di ambil datanya. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner, studi kepustakaan, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Adapun teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda mencakup uji parsial, uji simultan, dan uji kontribusi.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Analisis Regresi

Variabel	Koefisien Pengaruh	t
Konstanta	2,340	
Efektivitas Pembelajaran Enterpreneurship	0,525	19.606
Seminar Motivasi	0,530	19.796

Sumber: Data penelitian, 2020

Berdasarkan data di atas, diketahui nilai konstanta minat berwirausaha sangat tinggi, yakni sebesar 2,340. Dengan kata lain, responden dalam penelitian ini secara umum memiliki niat yang besar untuk berwirausaha. Bahkan di antaranya punya pengalaman melakukan bisnis, namun karena beberapa alasan, akhirnya bisnis tersebut tidak dapat berjalan sebagai mana diharapkan. Kendati demikian, fakta statistik ini menegaskan, sesungguhnya hampir setiap orang ingin memiliki suatu usaha. Mengingat usaha milik sendiri secara penuh berada di bawah kendali kita, di samping itu, jika berhasil maka potensi keuntungannya sangat besar. Dalam sebuah riset dikemukakan, sangat penting memupuk minat usaha, dengan belajar dan melihat pengalaman orang lain, maka besar kemungkinan dapat mewujudkan usaha tersebut.

Lebih lanjut, kita melihat bahwa keefektifan belajar usaha memiliki nilai signifikan yang besar, apa artinya? Maksudnya, untuk mewujudkan suatu usaha akan lebih baik jika melalui proses belajar yang intensif. Fakta lapangan kita melihat, banyak

orang berwirausaha karena sebelumnya telah memiliki latar belakang usaha (baik usaha keluarga, bekerja pada orang lain, atau memiliki teman yang berwirausaha). Adanya pembelajaran usaha tersebut, baik langsung atau tidak, atau disadari atau tidak, maka akan memperkuat minat usaha dan mewujudkan usahanya sendiri. Kondisi ini sejalan dengan kajian psikologi usaha, di jelaskan bahwa realisasi bisnis cenderung dipengaruhi oleh pengalaman terdahulu.

Selain itu, kita melihat kegiatan seminar memiliki nilai signifikansi yang tinggi pula terhadap minat usaha. Artinya, kegiatan-kegiatan kewirausahaan yang dilakukan secara terorganisasi dapat mendorong semangat untuk berwirausaha. Maka tidak heran, jika di zaman ini banyak sekali seminar-seminar yang menyelenggarakan kegiatan pelatihan dan pembelajaran kewirausahaan. Di sana banyak sekali informasi terkait kewirausahaan, bahkan para peserta mendapatkan pengetahuan tentang jenis usaha yang sesuai dengan karakteristik diri, sehingga pengaruhnya terhadap wirausaha sangat besar.

Tabel 2. Uji Simultan

Parameter	Koefisien Pengaruh
Chi Square	3.072
CMIN	1.536
F hitung	1346.500
Sig	0,000

Sumber: Data penelitian, 2020

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa :

1. Nilai signifikansi uji simultan lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Artinya, secara statistik sangat besar pengaruh seminar motivasi kewirausahaan dan model pembelajarannya yang efektif terhadap minat berwirausaha. Temuan ini menegaskan, bahwa secara teoritis atau alamiah, seseorang yang mendapatkan emosional tentang kewirausahaan baik melalui belajar atau mengikuti seminar usaha, maka akan meningkatkan semangat kewirausahaannya.
2. Secara eksplisit, temuan ini mengisyaratkan, hendaknya setiap orang sebelum menjalani suatu usaha terlebih dahulu belajar dan mengikuti beragam kegiatan seminar tentang kewirausahaan, sehingga tidak hanya mendapatkan pengetahuan, jaringan, dan pengalaman orang lain, lebih dari itu mendapatkan keyakinan dan tekad yang kuat untuk menjalani usaha dengan penuh semangat dan harapan.

Pengaruh Efektivitas Pembelajaran Entrepreneurship dalam Meningkatkan Minat menjadi Entrepreneurship

Hasil analisis regresi diketahui nilai pengaruh efektivitas pembelajaran entrepreneurship terhadap minat menjadi entrepreneurship sebesar 0,525. Artinya, jika seseorang belajar tentang kewirausahaan pada orang yang ahli dan mendapatkan pengetahuan yang luas dimungkinkan akan meningkatkan tekad berwirausaha sebesar 0,525. Dalam bahasa statistik, nilai 0,525 berarti peluang atau kemungkinan yang akan terjadi. Dengan kata lain, peluang menjadi wirausaha akan sangat besar jika selama proses belajar tercipta proses belajar yang baik (efektif), yakni:

1. Tenaga pengajar atau mentor adalah seorang wirausahawan berpengalaman
2. Materi praktek lebih dominan dari teori
3. Mendapatkan arahan yang relevan dengan keinginan berwirausaha

Lebih lanjut, secara teoritis hasil analisis di atas menunjukkan bahwa variabel Pembelajaran Entrepreneurship berpengaruh terhadap Minat menjadi Entrepreneurship. Hal ini dipengaruhi oleh model pembelajaran, teknik penyampaian dan tugas yang diberikan oleh para dosen dalam menyampaikan meteri pembelajaran, sehingga mahasiswa berminat menjadi pengusaha.

Seminar Motivasi untuk Meningkatkan Minat menjadi Entrepreneurship

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa seminar motivasi berpengaruh terhadap Minat menjadi Entrepreneur. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh seminar motivasi dengan memberikan contoh entrepreneur muda yang sukses dalam membangun usaha di masa muda, sehingga memberikan motivasi tersendiri kepada peserta.

Secara statistik dapat dijelaskan, bahwa nilai pengaruh variabel seminar motivasi terhadap minat berwirausaha sebesar 0,530. Artinya, peluang seseorang melakukan usaha sangat besar jika terlebih dahulu mengikuti kegiatan seminar tentang kewirausahaan. Kenapa demikian? Umumnya kegiatan seminar akan diisi oleh pengusaha-pengusaha berpengalaman, dan mereka telah melalui lika-liku berbisnis, sehingga banyak pengetahuan yang didapat. Selain itu, dalam kegiatan seminar sering kali diceritakan beragam inspirasi, kreativitas, dan inovasi sehingga dapat meningkatkan emosi diri terhadap keinginan berwirausaha.

Lebih lanjut, jika diamati bahwa pengaruh mengikuti seminar motivasi kewirausahawan sangat dominan. Hal ini sejalan dengan fakta lapangan, umumnya kita melihat di dalam kegiatan seminar para pembicaranya adalah pelaku bisnis berprestasi, sehingga dalam kesempatan penjelasan mereka akan banyak memberikan inspirasi dan

kreativitas, yang secara langsung dapat membangkitkan semangat berwirausaha. Maka tidak heran jika kita telah mengikuti seminar kewirausahaan sikap kita cenderung lebih mantap dan yakin akan menjalankan usaha.

Efektivitas Pembelajaran Entrepreneurship dan Seminar Motivasi untuk Meningkatkan Minat menjadi Entrepreneur

Hasil analisis simultan menunjukkan pengaruh yang signifikan antara efektivitas pembelajaran entrepreneurship dan seminar motivasi terhadap minat menjadi entrepreneur. Temuan ini memperkuat pernyataan teori, bahwa belajar bisnis dari sistem yang tepat akan memperkuat pengetahuan kewirausahaan. Sedangkan mengikuti kegiatan seminar kewirausahaan dapat memperkuat emosionalitas. Keduanya sangat berarti terhadap pembentukan minat menjadi pengusaha. Semakin intensif kedua variabel tersebut, maka secara alamiah akan terbentuk minat kewirausahaan, bahkan sangat dimungkinkan dalam waktu yang dekat dapat menjalankan kegiatan usaha.

Dalam sebuah penelitian dijelaskan, minat usaha identik dengan pra bisnis. Apa artinya? Artinya, jika seseorang telah tertanam sebuah keyakinan (dalam hal ini minat) untuk menjelakan suatu usaha, maka ia akan melakukan tindakan-tindakan persiapan berwirausaha, misalnya:

1. Mencari tahu jenis usaha yang akan ditekuni
2. Melakukan riset mini terhadap pasar
3. Melakukan perhitungan sederhana atas besaran modal yang diperlukan
4. Mengambil kursus atau belajar kepada pelaku usaha yang berpengalaman
5. Mengikuti kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan wirausaha

KESIMPULAN

Hal menarik yang dapat dikemukakan dari penelitian ini adalah bahwa menjadi pengusaha diperlukan kematangan jiwa, salah satunya minat atau tekad. Tekad adalah modal dasar untuk dapat merealisasikan bisnis. Selain itu, hasil penelitian menegaskan Untuk menumbuhkan minat berwirausaha pentingnya mengikuti kegiatan pembelajaran bisnis. Dan bagi penyelenggara hendaknya menghadirkan pembelajaran usaha yang efektif, seperti menghadirkan pemateri yang berpengalaman, menerapkan konsep praktek, menyediakan fasilitas yang memadai, dan sebagainya. Fakta statistik menunjukkan suatu model prioritas. Hendaknya aspek mengikuti seminar motivasi

tentang kewirausahaan memiliki porsi yang lebih banyak, dengan demikian minat yang sudah ada akan terpupuk dengan subur.

DAFTAR PUSTAKA

Akiel, A. (2017). EFEKTIVITAS PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN MINAT MAHASISWA TERHADAP DUNIA WIRAUSAHA (Studi kasus: Mahasiswa Universitas Indraprasta PGRI). *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, *1*(2), 92-105.

Aqmala, D., Putra, F. I. F. S., & Suseno, R. A. (2020). Faktor-Faktor yang Membentuk Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Dian Nuswantoro. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, *22*(1), 60-70.

Cay, S., & Irnawati, J. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (studi kasus UMKM di Tangerang Selatan). *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, *4*(2), 160-170.

Djaali. 2009. Pikologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.

Harianti, A., Malinda, M., Nur, N., Suwarno, H. L., Margaretha, Y., & Kambuno, D. (2020). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Motivasi, Kompetensi Dan Menumbuhkan Minat Mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, *16*(3), 214-220.

Harras, H., Sugiarti, E., & Wahyudi, W. (2020). Kajian Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Mahasiswa.

Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *2*(03), 291-314.

Irawati, M. D., & Fauziah, N. (2020). Hubungan antara kecerdasan emosional dengan motivasi berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. *Empati*, *7*(3), 897-906.

Mukrodi, M., & Wahyudi, M. (2018). PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA SERTA IMPLIKASINYA PADA KOMITMEN PEGAWAI DI KANTOR-KANTOR KEMENTRIAN AGAMA SE PROPINSI BANTEN. *Jurnal Ekonomi Efektif*, *1*(1).

Nisa, K., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Atribut Personal, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, *9*(1), 84-99.

Prasetio, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Serasi*, *18*(1), 35-46.

Purbaningrum, C. W. D. (2016). Pengembangan Model Pembelajaran Prakarya dan Kewirausahaan dengan Prinsip The Great Young Entrepreneur di SMK Untuk Kurikulum 2013. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, *6*(1), 15–23.

Rachmawati, P. S., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2020). KEWIRAUSAHAAN BERBASIS SOFT SKILLS DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP SIKAP ENTREPRENEURSHIP MAHASISWA DI MALANG (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi dan Manajemen Angkatan Tahun 2016-2019 Unisma). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, *9*(05).

Rahmania, M., & Effendi, Z. M. (2014). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Praktik Kerja Industri dan Motivasi Berprestasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII Kompetensi Keahlian Pemasaran SMK Negeri Bisnis dan Manajemen Kota Padang. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi*, *1*(2).

Rusilowati, U., & Wahyudi, W. (2020, March). The Significance of Educator Certification in Developing Pedagogy, Personality, Social and Professional Competencies. In *2nd Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2019)* (pp. 446-451). Atlantis Press.

Saepudin, A., Ardiwinata, J. S., & Ilfiandra, Sukarya, Y. (2015). Efektivitas Pelatihan dan Efikasi Diri dalam Meningkatkan Perilaku Berwirausaha pada Masyarakat Transisi. *Mimbar*, *31*(1), 93–102.

Tazkiyah, N. S., & Yanto, T. (2020). MOTIVASI SANTRI PONDOK DALAM BERWIRAUSAHA DI PONDOK PESANTREN HIDAYATUR RAHMAN, GEBANG BONANG, DEMAK. *Journal of Economic Education*, *1*(1), 29-33.

Wahyu, W., & Salam, R. (2020). KOMITMEN ORGANISASI (Kajian: Manajemen Sumber Daya Manusia).

Wahyudi, M. (2018). DETERMINAN KOMITMEN ORGANISASI DOSEN DI WILAYAH KOPERTIS IV. *Jurnal Ekonomi Efektif*, *1*(1).

Wahyuningsih, R. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STKIP PGRI Jombang. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran*, *6*(3), 512-521.

Widnyana, I. W., Widyawati, S. R., & Warmana, G. O. (2019). Pengaruh Pemberian Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pelatihan Wirausaha Terhadap Minat Wirausaha Ekonomi Kreatif Pada Mahasiswa Unmas Denpasar. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, *1*(1).

Yani, A., Margie, L. A., & Habibah, H. (2020). INFLUENCE OF MARKETING MANAGEMENT PRACTICUM AT KOPINMART UNPAM AGAINST STUDENT INTEREST BECOME ENTREPRENEURS. *EkoPreneur*, *1*(2), 147-155.