

ANTECEDENT KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA DI PROVINSI JAMBI

Ridho Akbar HZ, Fitriaty

Program Magister Manajemen FEB Universitas Jambi

Email: ridhoakbarhz@gmail.com

Abstrak

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, masih terdapat angka pengangguran yang tinggi, pertumbuhan ekonomi yang melambat, Indeks Pembangunan Manusia (IPM) berfluktuasi rendah, dan dominanitas usia produktif. Membuka akses lapangan pekerjaan dengan menghadirkan wirausaha muda baru dan bertahan merupakan salah satu langkah strategis, hanya saja saat ini wirausaha muda baru serta bertahan masih jauh dari target seharusnya. Menghadirkan dan perlu memperluas kerjasama lintas sektor antara pendidikan tinggi, kurikulum, pemerintah, stakeholder, serta unsur terkait lainnya untuk menciptakan program-program yang dapat menstimulasi faktor internal dan eksternal diri individu sehingga menimbulkan sikap positif serta niat untuk berwirausaha. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan desain penelitian korelasional. Pengumpulan data dengan survei menggunakan angket. Sampel pada penelitian ini sebanyak 310 mahasiswa negeri di Provinsi Jambi dengan kriteria populasi secara purposive sampling. Penelitian ini menunjukkan bahwa direct effect variabel berpengaruh positif signifikan dengan koefisien nilai p-value lebih kecil dari 0.05, Hanya variabel media sosial terhadap keputusan berwirausaha yang tidak signifikan dengan koefisien nilai p-value lebih besar dari 0.05. Secara indirect effect Keseluruhan Niat Berwirausaha dapat memediasi hubungan Media sosial dan Modal Psikologi terhadap Keputusan Berwirausaha berdasarkan koefisien nilai p-value dibawah 0.05. Modal psikologi dan media sosial yang dimediasi niat berwirausaha memberikan pengaruh terhadap sikap serta keputusan untuk berwirausaha sehingga perlunya menghadirkan kolaborasi lintas sektor serta kerjasama strategis untuk menciptakan program tepat sasaran terkait wirausaha untuk mahasiswa.

Kata Kunci : Modal Psikologi, Media Sosial, Niat berwirausaha, Keputusan Berwirausaha.

Abstract

Based on data from the Indonesian Central Statistics Agency (BPS), there remains a high unemployment rate, slowing economic growth, fluctuating Human Development Index (HDI), and dominance of the productive age group. Opening up job opportunities by fostering new and sustainable young entrepreneurs is a strategic step, yet the presence of and the sustainability of young entrepreneurs still fall short of the target. It is necessary to expand cross-sector collaboration between higher education, curriculum development, government, stakeholders, and other relevant entities to create programs that stimulate both internal and external factors within individuals, thus fostering a positive attitude and intention towards entrepreneurship. This study employs a descriptive quantitative method with a correlational research design. Data collection is done through survey using questionnaires. The sample consists of 310 public university students in Jambi Province selected purposively. The research shows that the direct effect variables have a significant positive influence with coefficients of p-value less than 0.05. Only the variable of social

media on entrepreneurial decision-making is not significant with a coefficient of p-value greater than 0.05. Indirectly, the Overall Entrepreneurial Intent can mediate the relationship between Social Media and Psychological Capital on Entrepreneurial Decision-Making based on coefficients of p-values below 0.05. Social media and psychological capital, mediated by entrepreneurial intention, have an influence on attitudes and decisions to engage in entrepreneurship, underscoring the need for cross-sector collaboration and strategic partnerships to create targeted entrepreneurship programs for students.

Keywords: *Psychological Capital, Social Media, Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Decision Making*

1. PENDAHULUAN

Keunggulan Indonesia dengan jumlah sumber daya manusia (SDM) yang cukup besar memunculkan tantangan baru terkait jumlah ketersediaan serta akses lapangan pekerjaan, berdasarkan data dari berita resmi statistik No. 77/11/Th. XXVI, 6 November 2023 tentang Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2023 bahwasanya Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur tenaga kerja yang tidak terserap oleh pasar kerja dan menggambarkan kurang termanfaatkannya pasokan tenaga kerja. TPT hasil Sakernas Agustus 2023 sebesar 5,32 persen. Hal ini berarti dari 100 orang angkatan kerja, terdapat sekitar 5 orang penganggur. Pada TPT per Agustus 2023, mengalami penurunan sebesar 0,54 persen poin dibandingkan dengan Agustus 2022. Menurut data BPS (2023) Pertumbuhan ekonomi global tahun 2023 diproyeksikan tumbuh melambat dari tahun 2022. Sementara itu, negara berkembang diproyeksikan tumbuh di atas pertumbuhan ekonomi global dan negara maju. Sedangkan di tengah melambatnya perekonomian global, perubahan iklim, dan menurunnya harga komoditas ekspor unggulan, perekonomian Indonesia tumbuh 4,94 % (y-on-y) pada triwulan yang sama tahun 2022 dan tumbuh 5,05 % (c-to-c) data ini tercatat pada triwulan ketiga 2023.

Indeks pembangunan manusia di Provinsi Jambi, mengalami penurunan pada tahun 2022 IPM Provinsi Jambi diangka 72.14% sebesar 0,49% dibandingkan tahun sebelumnya baik 2020 – 2021. Setiap kabupaten kota juga mengalami fluktuasi. IPM sendiri merupakan investasi jangka panjang yang telah dilakukan sebelumnya untuk memenuhi dan meningkatkan indikasi penting salah satunya peningkatan sumber daya manusia (SDM) di masa yang akan datang. Penyesuaian kurikulum dan regulasi pembelajaran juga menjadi salah satu aspek kunci dalam keberhasilan suatu negara dalam perekonomian termasuk investasi terhadap mencetak generasi yang mampu memainkan peran sosial dan berinovasi menghadirkan strategi perekonomian mandiri atau berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan dalam membentuk wirausahawan yang inovatif dapat memajukan serta mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara hal ini dapat dilakukan melalui pembelajaran dan keterampilan wirausaha yang memadai, pengembangan nilai-nilai dan jiwa kewirausahaan, dukungan untuk penciptaan dan mewujudkan usaha kecil hingga menengah (UKM), sehingga pendidikan kewirausahaan dapat menjadi salah satu katalisator kemajuan ekonomi (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2022).

Usia produktif dan tuntutan untuk mewujudkan strategi implementasi berwirausaha juga menasar mahasiswa sebagai dimensi kunci faktor yang telah dijelaskan hal ini diatur dalam kurikulum pembelajaran di Indonesia melalui Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dalam menjalankan Perpres nomor 2 tahun 2022. Wirausaha Merdeka

merupakan salah satu upaya dari Kemendikbudristek untuk mendukung penuh terciptanya wirausaha pada mahasiswa di Indonesia. Pemerintah Indonesia melalui Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 2 Tahun 2022 memiliki target pada tahun 2024 akan tercipta 1 juta wirausaha baru (wirausahamerdeka, 2022). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Jambi 2023 tentang provinsi jambi dalam angka, diperoleh gambaran jumlah mahasiswa yang ada di provinsi jambi. Jumlah universitas negeri di provinsi jambi sebanyak dua universitas dengan latar belakang universitas umum (Universitas Jambi) dan universitas berbasis agama (Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi) dengan jumlah mahasiswa Universitas Jambi pada tahun 2021 yakni 31.985 dan pada tahun 2022 sebesar 36.330 mahasiswa. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yakni dengan jumlah pada tahun 2021 sebesar 18.110 dan tahun 2022 16.737. hal ini membuat dua universitas ini memiliki jumlah mahasiswa terbesar di provinsi jambi yang mewakili separuh lebih dari jumlah populasi mahasiswa yang ada di provinsi jambi.

Pengembangan wirausaha juga tidak terlepas dari kemajuan teknologi dan akses yang lebih luas, kemampuan dalam memanfaatkan teknologi serta inovasi untuk berwirausaha. inovasi teknologi dan berwirausaha bahwa adopsi teknologi yang disruptif, transformasional, dan adaptif menjadi faktor dalam membentuk keberhasilan wirausaha sehingga Konsep tersebut menekankan nilai-nilai kreativitas, kemampuan adaptasi dengan perubahan teknologi yang terjadi, dan penerapan strategi berbasis teknologi dan digital dalam oprasional wirausaha (Eisenhardt, K. M., & Tabrizi, B. N., 2019). Bagaimana yang telah dibahas, besarnya usia produktif yang ada saat ini di Indonesia didukung dengan akses teknologi dan juga media sosial untuk mempermudah segala akses termasuk berwirausaha. Media sosial menjadi salah satu unit kerja dalam berwirausaha dan menghasilkan inovasi usaha baru (Tuten, T. L., & Solomon, M. R., 2017). Sehingga Anak muda memanfaatkan media sosial untuk mendukung wirausaha, membangun merek pribadi, dan meningkatkan peluang karir melalui strategi pemasaran kreatif. Dalam memulai suatu gerakan atau pun usaha baru dimensi ukur tidak hanya faktor eksternal saja tetapi juga faktor internal yang melibatkan dimensi yang lebih dalam.

Usia produktif dan tuntutan untuk mewujudkan strategi implementasi berwirausaha juga menyasar mahasiswa sebagai dimensi kunci faktor yang telah dijelaskan hal ini diatur dalam kurikulum pembelajaran di Indonesia melalui Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dalam menjalanaka Perpres nomor 2 tahun 2022. Perpres ini mengatur mengenai penetapan kebijakan pemerintah yang dijadikan sebagai pedoman bagi kementerian/lembaga, Pemerintah Daerah, dan Pemangku Kepentingan dalam melakukan Pengembangan Kewirausahaan Nasional yang ditetapkan untuk periode tahun 2021 sampai dengan tahun 2024. Variabel modal psikologi, media sosial, dan niat berwirausaha terhadap keputusan berwirausaha menjadi kajian menarik yang salah satunya sesuai dengan kebutuhan saat ini, melihat dimensi manusia sebagai individu yang dapat dipengaruhi oleh berbagai elemen internal serta eksternal sehingga hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsi terhadap keputusan-keputusan yang bersifat strategis terkait dengan penciptaan wirausaha baru, berkelanjutan, serta bertahan pada anak muda melalui dunia pendidikan tinggi dimasa yang akan datang.

2. KAJIAN PUSTAKA

Herbert A. Simon, seorang pemenang Nobel Ekonomi tahun 1978, merancang model proses pengambilan keputusan yang dikenal dengan tahap-tahap "*Intelligence*," "*Design*," dan "*Choice*" pada bukunya yang terkenal "*Models of Bounded Rationality*" yang diterbitkan pada tahun 1982 dan dijelaskan sebagai berikut : (a) *Intelligence*

(Intelektual): Tahap pertama dalam model pengambilan keputusan Herbert A, dalam tahap ini individu mampu melakukan identifikasi masalah, melakukan pengumpulan informasi serta melakukan analisis awal terhadap masalah. (b) *Design* (Desain) : fase di mana individu merancang berbagai alternatif atau solusi yang mungkin untuk mengatasi masalah atau memanfaatkan peluang yang telah diidentifikasi sebagai keputusan. (c) *Choice* (Pemilihan): Individu memilih satu dari alternatif yang telah dirancangnya. Keputusan ini didasarkan pada penilaian subjektif dan pertimbangan rasionalitas terbatas, implementasi terkait pilihan serta evaluasi berkelanjutan.

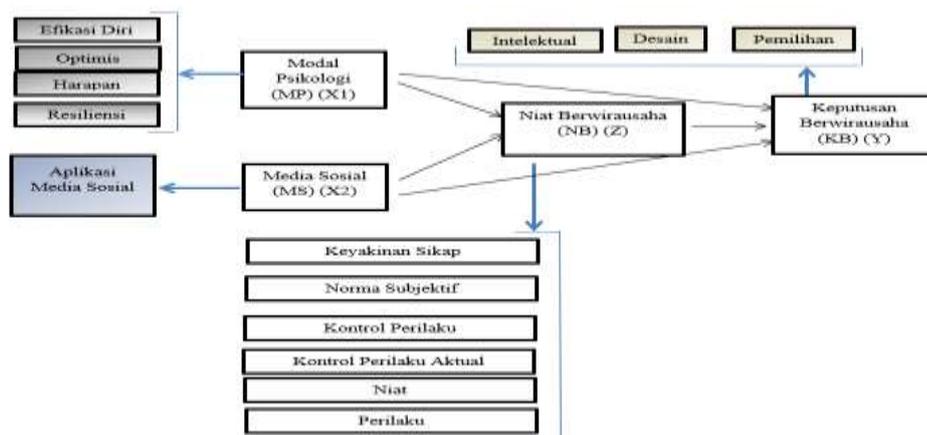
Manusia sebagai makhluk sosial memiliki ciri-ciri pendekatan terhadap tindakan yang beralasan atau sadar dengan apa yang akan dilakukan sebelum memunculkan perilaku sehingga diperlukannya riset mendalam (Shaw & Costanzo, 2012). "Teori Perilaku yang Direncanakan" atau "*Theory of Planned Behavior*" (TPB). TPB adalah sebuah kerangka kerja psikologis yang dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985. Teori ini bertujuan untuk memahami dan memprediksi perilaku manusia, terutama perilaku yang bersifat sukarela dan terencana. Teori ini mencakup Tentang Sikap (*Attitude*), Norma Subjektif (*Subjectif Norms*), Kontrol Perilaku yang dirasakan (*Perceived Behavioural Control*) dan Niat.

Modal Psikologi (*Psychological Capitals* atau *PsyCap*) adalah konsep yang berkembang dalam literatur manajemen dan psikologi organisasi. Ini merujuk pada kumpulan sumber daya psikologis individu yang meliputi harapan (*Hope*), efikasi diri (*Self-Efficacy*), harapan optimis (*Optimism*), dan ketahanan (*Resilience*) (Luthans et al., 2015). Konsep ini memberikan dasar untuk memahami bagaimana elemen-elemen psikologis ini dapat memengaruhi perilaku individu dalam memproses serta merespon sesuatu terkhusus dalam bidang wirausaha berdasarkan penelitian yang sedang dilakukan saat ini. modal sosial dan modal psikologis berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha melalui mediasi orientasi kewirausahaan (Anwar, K., Sari, N., Friyatmi, F., & Evanita, S., 2023).

Media sosial merupakan istilah yang merujuk pada platform-platform daring yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terlibat dalam aktivitas sosial secara elektronik. Media sosial memiliki peran yang signifikan dalam dunia berwirausaha modern. Sehingga dapat digunakan untuk membangun merek, berinteraksi dengan pelanggan, dan mempromosikan produk atau layanan. Media sosial memungkinkan pengusaha untuk memasarkan produk atau layanan individu kepada khalayak yang lebih luas, individu dapat membuat kampanye iklan yang ditargetkan dan berbagi konten yang menarik (Smith, A., & Johnson, B., 2020).

KERANGKA KONSEPTUAL

Dari pembahasan yang telah dilakukan terkait latar belakang, rumusan masalah, kajian teori dan penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan model penelitian yang akan dilakukan, yakni sebagai berikut:



Gambar. 1 Kerangka Konseptual

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menganalisa *Antecedent* Keputusan Berwirausaha Pada Mahasiswa di Provinsi Jambi dengan variabel penelitian yakni Modal Psikologi (X1) dan Media Sosial (X2) terhadap Keputusan Berwirausaha (Y) yang di Intervening oleh *Intention* (Z). Populasi dan objek penelitian adalah mahasiswa universitas negeri di Provinsi Jambi. Teknik penentuan populasi yang digunakan ialah *purposive* yaitu dengan pemilihan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan atau berdasarkan sifat populasi yang telah ditentukan. Adapun populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.623 mahasiswa negeri di Provinsi Jambi. Bersedia secara sukarela tanpa dorongan atau tekanan menjadi partisipan penelitian dengan *informed consent* yang telah disediakan. Penelitian menggunakan skala *likert* yang telah dibentuk dari variabel diturunkan menjadi aspek dan indikator perilaku. Analisa data dalam penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan alat bantu *software* PLS (*partial Least Square*). Penggunaan PLS dalam penelitian ini, karena data yang digunakan tidak terdistribusi normal dan cukup banyak jalur yang dianalisis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil dari 310 responden terdapat karakteristik responden yang telah di klasifikasikan dari usia responden, jenis kelamin, semester, dan Universitas Negeri responden. Dari 310 responden terdapat usia dominasi data ditunjukkan oleh usia 19 tahun dengan responden 96 atau sebesar 30.97%, diikuti usia 20 tahun sebesar 75 responden atau 24.20% dan usia 21 tahun 63 responden dengan besaran 20.32%. serta yang paling rendah dominasi usia yang di angka 17 tahun atau sebanyak 3 responden sebesar 0.97% dan 23 tahun 10 responden dengan besaran 3.22 %. Dominasi data tertinggi yakni pada usia 19—21 tahun dikarenakan pada saat ini usia tersebut rata-rata bergerak pada semester 1, semester 3, dan semester 5. Berdasarkan jenis kelamin terlihat dominasi data yakni Perempuan sebanyak 178 responden atau sebesar 57.40% dibandingkan laki-laki sebesar 132 responden atau 42.60 %. Perbedaan ini tidak memberikan gambaran perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan. Berdasarkan sebaran data dilihat dari latar belakang semester terlihat signifikan data pada semester 3 sebanyak 132 responden dengan besaran 42.58%. Sebaran responden berdasarkan dua universitas negeri ini sendiri telah ditentukan sebelumnya yakni Universitas Jambi sebesar 143 responden atau 46.12 % dan

NB separuh indikator dinyatakan tidak valid atau *loading factor* dibawah 0.70 yakni NB.3, NB.4, NB.6, NB.10, NB.11, dan NB.12.

Terakhir variabel Keputusan Berwirausaha (KB) yang memiliki 6 indikator indikator dengan *loading factor* terbesar dari variabel Keputusan Berwirausaha (KB) adalah indikator KB.3 (0,877) dan *loading factor* terkecil adalah KB.6 (0.832). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Keputusan Berwirausaha keseluruhannya valid.

Uji Reliability dan Validity

Uji *Reliability dan Validity* dilakukan untuk mengetahui nilai yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan mengukur tingkat keandalan dari konstruk atau skala yang terdiri dari beberapa item atau pertanyaan (Hair Jr., J.F., et al., 2014) Berdasarkan hasil olahan data yang telah dilakukan diperoleh hasil masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 5.6 sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Reliability dan Validity

Variabel	Cronbach's alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Modal Psikologi (X.1)	0.893	0.896	0.916	0.609
Media Sosial (X.2)	0.835	0.843	0.901	0.751
Keputusan Berwirausaha (Y)	0.928	0.930	0.943	0.736
Niat Berwirausaha (Z)	0.897	0.900	0.922	0.662

Sumber: Pengolahan Data dengan PLS, 2023.

Berdasarkan tabel 5.6 Hasil uji diperoleh hasil yakni nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Kemudian nilai *composite reliability* diatas > 0,70. Dan nilai *Average variance extracted (AVE)* Lebih dari 0,5. Dapat disimpulkan bahwa semua uji model terkait indikator telah terpenuhi mulai dari uji *Cronbach's alpha*, *Composite reliability (rho_a)*, *Composite reliability (rho_c)* dan *Average variance extracted (AVE)*.

Evaluasi Inner Model

Evaluasi inner model dilakukan dengan uji *bootstrapping* yang menghasilkan nilai koefisien determinasi *R-square*, *Q-square*, dan pengujian hipotesis. Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-Square* untuk setiap variabel *laten dependen*. Tabel 2 merupakan hasil *R-Square* dengan menggunakan SmartPLS 4.

Tabel 3. Nilai R-Square

Variabel	R-Square
Keputusan Berwirausaha (Y)	0.701
Niat Berwirausaha (Z)	0.729

Sumber: Data olah dengan PLS, 2023.

Tabel 5.7 menunjukkan hasil untuk nilai *R-Square* pada variabel Y sebesar 70.1 persen dan Variabel Z sebesar 72.9 persen. Nilai *R-Square* menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap dependen. Hal ini menunjukkan bahwa Modal Psikologi (X1) dan Media Sosial (X2) mampu mempengaruhi Niat Berwirausaha (Z). Kemudian Modal Psikologi (X1) dan Media Sosial (X2) yang dimediasi oleh Niat Berwirausaha (Z) mampu mempengaruhi Keputusan Berwirausaha (Y).

Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Pengujian ini bertujuan untuk melihat parameter signifikan terkait informasi mengenai hubungan antar variabel-variabel dalam penelitian (*direct effect*). Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adaka nilai yang terdapat pada *output result for inner weight*. Tabel 5.8 memberikan *output* estimasi untuk pengujian model *structural*.

Tabel 4. Result For Inner Weight (Direct Effect)

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistic (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Modal Psikologi (X1) -> Keputusan Berwirausaha (Y)	0.316	0.315	0.073	4,304	0.000
Modal Psikologi (X1) -> Niat Berwirausaha (Z)	0.801	0.801	0.028	29,062	0.000
Media Sosial (X2) -> Keputusan Berwirausaha (Y)	0.072	0.072	0.044	1,652	0.099
Media Sosial (X2) -> Niat Berwirausaha (Z)	0.095	0.096	0.036	2,658	0.008
Niat Berwirausaha (Z)-> Keputusan Berwirausaha (Y)	0.511	0.513	0.080	6,420	0.000

Sumber: Pengolahan Data dengan PLS, 2023

Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode *Bootstraping* terhadap sample. Pengujian dengan *Bootstraping* juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Hasil pengujian dengan *Bootstraping* dari analisis PLS adalah sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Modal Psikologi terhadap Keputusan Berwirausaha
 Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel Modal Psikologi terhadap Keputusan Berwirausaha menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.316. Nilai *P Values* nya adalah 0.000 lebih kecil dari 0.05. Maka dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Modal Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Maka dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.
- 2) Pengaruh Modal Psikologi terhadap Niat Berwirausaha
 Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel Modal Psikologi terhadap niat Berwirausaha menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.801. Nilai *P Values* nya adalah 0.000 lebih kecil dari 0.05. Maka dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Modal Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha. Maka dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.
- 3) Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Berwirausaha
 Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel Media Sosial terhadap Keputusan Berwirausaha menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.072. Nilai *P Values* nya adalah 0.099 lebih besar dari 0.05. Maka dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Media Sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Maka dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- 4) Pengaruh Media Sosial terhadap Niat Berwirausaha
 Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel Media Sosial terhadap Niat Berwirausaha menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.095. Nilai *P Values* nya adalah 0.008 lebih kecil dari 0.05. Maka dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha. Maka dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.
- 5) Pengaruh Niat Berwirausaha terhadap Keputusan Berwirausaha
 Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel Niat Berwirausaha terhadap Keputusan Berwirausaha menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.511. Nilai *P Values* nya adalah 0.000 lebih kecil dari 0.05. Maka dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Niat Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Maka dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

Pengujian ini bertujuan untuk melihat parameter signifikan terkait informasi mengenai hubungan antar variabel-variabel dalam penelitian melalui variabel mediasi (*indirect effect*). Menurut Haryono (2016) pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) adalah bertujuan untuk menganalisis seberapa kuat pengaruh suatu variabel dengan variabel lainnya baik antara eksogen dengan endogennya. Hasil dari pengujian pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) model struktural *partial least square* sebagai Berikut:

Tabel 5. Result For Inner Weight (indirect Effect)

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistic ((O/STDEV))</i>	<i>P Values</i>
Modal Psikologi -> Niat Berwirausaha -> Keputusan Berwirausaha	0.409	0.411	0.065	6,314	0.000
Media Sosial -> Niat Berwirausaha -> Keputusan Berwirausaha	0.049	0.049	0.020	2,372	0.018

Sumber: Pengolahan Data dengan PLS, 2023

1) Pengaruh Modal Psikologi terhadap Keputusan Berwirausaha Dimediasi Niat Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel Modal Psikologi terhadap Keputusan Berwirausaha Dimediasi Niat Berwirausaha menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.409. Nilai *P Values* nya adalah 0.00 lebih kecil dari 0.05. Maka dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Modal Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berwirausaha yang dimediasi oleh variabel Niat Berwirausaha. Maka dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.

2) Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Berwirausaha Dimediasi Niat Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel Media Sosial terhadap Keputusan Berwirausaha Dimediasi Niat Berwirausaha menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.409. Nilai *P Values* nya adalah 0.018 lebih kecil dari 0.05. Maka dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berwirausaha yang dimediasi oleh variabel Niat Berwirausaha. Maka dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian PLS bahwa variabel bahwa variabel Modal Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Modal Psikologi, yang mencakup *Hope* (Harapan), *Efficacy* (Efikasi), *Resilience* (Daya Tahan), dan *Optimism* (Optimisme), memiliki pengaruh positif dan signifikan pada mahasiswa dalam mengambil keputusan berwirausaha. Selanjutnya variabel Modal Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha. Modal Psikologi, yang mencakup *Hope* (Harapan), *Efficacy* (Efikasi), *Resilience* (Daya Tahan), dan *Optimism* (Optimisme), memiliki pengaruh positif dan signifikan pada mahasiswa secara internal yakni niat berwirausaha.

Berdasarkan hasil pengujian PLS bahwa variabel bahwa variabel Media Sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Dalam hal ini media sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk berwirausaha. Menimbulkan asumsi terkait kemungkinan yang muncul dari ketidak keterkaitan ini. Meskipun media sosial memberikan berbagai manfaat diantaranya aksesabilitas yang tinggi, konektivitas secara global, memungkinkan jangkauan terkait pangsa pemasaran, serta pertukaran informasi. Melalui hasil pengujian *Partial Least Squares* (PLS), terungkap bahwa variabel Media Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat

berwirausaha mahasiswa berdasarkan *The theory of planned behavior* (TPB). Melalui hasil pengujian PLS, terungkap bahwa mahasiswa yang menggunakan media sosial baik yang sudah memiliki usaha atau baru berniat juga cenderung memiliki niat berwirausaha yang lebih tinggi.

Hasil pengujian Partial Least Squares (PLS) mengungkapkan bahwa variabel Niat Berwirausaha, berdasarkan *The theory of planned behavior* (TPB), memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha pada mahasiswa. *The theory of planned behavior* (TPB) memberikan gambaran dan pemahaman lebih lanjut bagaimana niat berwirausaha menjadi faktor terhadap tindakan nyata untuk berwirausaha.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Persepsi responden yakni mahasiswa di Provinsi Jambi tentang Variabel modal psikologi kategori Baik. Kemudian variabel media sosial katagori sangat baik. Selanjutnya terkait variabel Niat Berwirausaha dengan katagori Baik. Serta variabel Keputusan Berwirausaha Katagori Baik.
2. Modal Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha pada mahasiswa di Provinsi Jambi
3. Modal Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha pada mahasiswa di Provinsi Jambi
4. Media Sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha pada mahasiswa di Provinsi Jambi
5. Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha pada mahasiswa di Provinsi Jambi
6. Niat Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha pada mahasiswa di Provinsi Jambi
7. Modal Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berwirausaha yang dimediasi oleh variabel Niat Berwirausaha pada mahasiswa di Provinsi Jambi
8. Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berwirausaha yang dimediasi oleh variabel Niat Berwirausaha pada mahasiswa di Provinsi Jambi
9. Modal Psikologi dan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berwirausaha yang dimediasi oleh Niat Berwirausaha pada mahasiswa di Provinsi Jambi

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, perlu memperluas kerjasama lintas sektor antara pendidikan tinggi, pemerintah, stakeholder, serta unsur terkait lainnya. Hal ini dapat melibatkan salah satunya area pelatihan dan pengembangan untuk membentuk lingkungan yang mendukung. Upaya ini dilakukan agar memunculkan niat pada diri mahasiswa untuk berwirausaha hingga lebih lanjut keputusan berwirausaha. Universitas dan unsur terkait dapat meningkatkan wawasan wirausaha pada mahasiswa dengan konten inspiratif yang dapat dijangkau mahasiswa baik secara langsung atau melalui media sosial seperti contohnya cerita sukses alumni yang berwirausaha, tips dan trick praktis wirausaha agar bertahan serta berkelanjutan, webinar tentang bagaimana memulai usaha hingga misalnya aspek pemasaran, dan selalu mengupdate infografis terkini tentang bagaimana situasi, peluang hingga langkah-langkah memulai bisnis. Melibatkan aspek media sosial dengan konten menarik merupakan sarana yang dapat menjangkau lebih banyak mahasiswa.

Universitas dan unsur terkait dapat memberikan wahana bagi mahasiswa yang berwirausaha agar dapat menampilkan produk mahasiswa misalnya dalam pameran yang

harus diagendakan secara rutin. Hal ini diharapkan untuk membantu mahasiswa mengenalkan produk serta membangkitkan semangat mahasiswa lain untuk berani memulai bisnis. Universitas dan unsur terkait juga dapat memberikan pendampingan baik secara langsung ataupun secara *online*. Selain itu juga dapat menyediakan atau menawarkan mentorship yang langsung diberikan oleh profesional dibidangnya seperti pengusaha sukses yang terus diagendakan. Menambah dan memberikan akses informasi ataupun kampanye positif terkait keberagaman model bisnis serta diskusikan terkait misalnya tantangan, dapat juga memberikan solusi bisnis melalui live Q&A dengan pakar secara langsung atau melalui media sosial.

Universitas dan unsur terkait dapat memfasilitasi kelompok diskusi dan komunitas terkait wirausaha baik secara langsung ataupun online hal ini dilakukan agar menciptakan lingkungan yang mendukung bagi mahasiswa untuk berbagi pengalaman, ide, gagasan, hingga inovasi serta lainnya. Membangun kolaborasi industri lokal atau UMKM, memberikan peluang yang lebih luas misalnya kesempatan magang di area usaha yang menarik sesuai dengan minat bakat dan memberikan sertifikasi bagi mahasiswa misalnya melalui kelas keterampilan untuk meningkatkan persiapan usaha bagi mahasiswa. Universitas dan unsur terkait dapat menghadirkan asesmen dan intervensi yang dapat membangun serta mengembangkan dimensi psikologis secara komprehensif, berkesinambungan, serta terintegrasi. Tujuannya memastikan mahasiswa mendapatkan modal yang baik secara fisik, emosional, kognitif, serta sosial. Melakukan evaluasi berkesinambungan dan terintegrasi untuk mengukur dampak jangka pendek serta jangka panjang untuk memastikan keberlanjutan, hingga menyesuaikan program agar relevan dengan perkembangan ekonomi dan teknologi terkini. Harapannya hal ini akan mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan dunia kerja serta tantangan lapangan pekerjaan baik di saat ini serta di masa yang akan datang..

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2009). *Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM dalam Penelitian Wirausaha*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Acemoglu, D., & Restrepo, P. (2018). "The Race between Man and Machine: Implications of Technology for Growth, Factor Shares, and Employment." *American Economic Review*, 108 (6): 1488-1542.
- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, January 2012, 438–459. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Amofah, K., & Saladrigues, R. (2022). Impact of attitude towards entrepreneurship education and role models on entrepreneurial intention. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11.
- Anwar, K., Sari, N., Friyatmi, F., & Evanita, S. (2023). The Influence Of Social Capital And Psychology Capital On Entrepreneurial Intention With Entrepreneurial Orientation As A Mediating Variable In Vocational Education Students At Man 1 Bukittinggi. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*.
- Arroyo-Barrigüete, J.L., Escudero-Guirado, C., & Minguela-Rata, B. (2023). Factors influencing the social perception of entrepreneurs in Spain: A quantitative analysis from secondary data. *PLOS ONE*, 18.
- Autor, D., & Acemoglu, D. (2022). Technology and the Future of Economic Growth. *Journal of Economic Perspectives*, 36(1), 3-26. <https://doi.org/10.1257/jep.36.1.3>

- Badan Pusat Statistik (2019) Laporan Perekonomian Indonesia Tahun 2019. Diakses dari <https://www.bps.go.id/publication/2019/09/16/7cc68afc43aa0d8b9e8eaf47/laporan-perekonomian-Indonesia-2019.html>
- Badan Pusat Statistik (2022) Indeks Pembangunan Manusia (IPM) . Diakses pada website resmi pada tanggal 11/11/23 pukul 21.00 WIB <https://www.bps.go.id/publication/2023/05/16/ef80bec78ab91cb5b703b943/indeks-pembangunan-manusia-2022.html>
- Badan Pusat Statistik (2023) Provinsi Jambi dalam Angka 2023. <https://jambi.bps.go.id/publication/2023/02/28/c08fe50438279b275b30fcf6/provinsi-jambi-dalam-angka-2023.html>
- Badan Pusat Statistik (2023). Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2023. Berita Resmi Statistik No. 77/11/Th. XXVI, 6 November 2023. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/11/06/2002/>
- Badan Pusat Statistik (2023). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. Diakses pada website resmi pada tanggal 11/11/23 pukul 20.30 WIB https://www.bps.go.id/website/materi_ind/materiBrsInd-20231106141642.pdf
- Badan Pusat Statistik (2023). Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022. Diakses dari <https://www.bps.go.id/publication/2023/>
- Badan Pusat Statistik.(2021). Sensus Penduduk Indonesia Tahun 2020. Diakses dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020>
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., Bantu, E., & Otto, K. (2018). Psychological capital and entrepreneurial outcomes: the moderating role of social competences of owners of micro-enterprises in East Africa. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0113-7>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W H Freeman/Times Books/Henry Holt & Co.
- Boehm, N. (2019). Stuck on social media: Predicting young adults' Niat Berwirausaha to limit social media use. *The Journal of Social Media in Society*, 8(2), 143–166. <https://thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/506/317%0Ahttps://thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/506>
- Bronfenbrenner, U. (1995). Developmental ecology through space and time: A future perspective. In P. Moen, G. H. Elder, Jr., & K. Lüscher (Eds.), *Examining lives in context: Perspectives on the ecology of human development* (pp. 619–647). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10176-018>
- Brown, C., & Williams, S. (2019). Social Media and Customer Relationship Management in Small Businesses. *International Journal of Business Studies*, 8(3), 45-58.
- Carvalho, L.M., Mavlutova, I., Lešinskis, K., & Dias, R. (2021). Entrepreneurial perceptions of students regarding business professional career: The study on gender differences in Latvia. *Economics & Sociology*.
- Chen, M., Mi, X. M., Xue, J., Li, Y., & Shi, J. (2023). The impact of entrepreneurial team psychological capital on innovation performance: The mediating role of knowledge sharing and knowledge hiding. *Frontiers in Psychology*, 14(March), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1133270>
- Chen, M., Mi, X., Xue, J., Li, Y., & Shi, J. (2023). The impact of entrepreneurial team psychological capital on innovation performance: The mediating role of knowledge sharing and knowledge hiding. *Frontiers in Psychology*, 14.

- Coduras, A., Velilla, J., & Ortega, R. (2018). Age of the entrepreneurial decision: Differences among developed, developing, and non- developed countries. *Economics and Business Letters*, 7, 36-46.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Fifth edition. Los Angeles, SAGE.
- Cui, J. (2021). The Influence of Entrepreneurial Education and Psychological Capital on Entrepreneurial Behavior Among College Students. *Frontiers in Psychology*, 12.
- Dhir, A., Kaur, P., & Rajala, R. (2018). Why do people use location-based dating apps? A hedonic framework. *Computers in Human Behavior*, 76, 130–137. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.025>
- Eisenhardt, K. M., & Tabrizi, B. N. (2019). Accelerating Adaptive Strategy Execution: Agile Practices for Transformation. *California Management Review*, 61(2), 57–83. <https://doi.org/10.1177/0008125618824715>
- Entrialgo, M., & Iglesias, V. (2020). Entrepreneurial Niat Berwirausaha among University Students: The Moderating Role of Creativity. *European Management Review*.
- Exakusto, T.V., Kibalchenko, I., & Kompaniets, V.S. (2015). Personality Profiles of Young People-Potential Entrepreneurs. *Mediterranean journal of social sciences*, 6, 640.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to design and evaluate research in education*. McGraw-Hill.
- Gao, Y., & Qin, X. (2022). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention of Chinese college students: Evidence from a moderated multi-mediation model. *Frontiers in Psychology*, 13.
- Garcia, R., & Rodriguez, J. (2019). Social Media as a Tool for Innovation and Collaboration in Entrepreneurship. *International Journal of Innovation Management*, 6(2), 87-104.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2022). *Global Report*. <https://www.gemconsortium.org/report>
- Hair Jr., J.F., et al. (2014) Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research. *European Business Review*, 26, 106-121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-012>
- Haryono, (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Jakarta : PT Intermedia Personalia Utama.
- Holm, C., & Martinsen, A. (2015). Mapping the Relationship Between Higher Education and Sustainable Development. *Studia Paedagogica*, 20, 71-84.
- Hossain, M.I., Tabash, M.I., Siow, M.L., Ong, T.S., & Anagreh, S. (2023). Entrepreneurial Niat Berwirausaha of Gen Z university students and entrepreneurial constraints in Bangladesh. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12.
- Husein Umar. (2005), *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Wirausaha*, Jakarta: Grafindo
- Indonesia.go.id portal informasi Indonesia (2022). *Wirausaha Mapan Indoensia Kuat* (2023) diakses dari <https://Indonesia.go.id/kategori/perdagangan/4994/wirausahawan-mapan-ekonomi-nasional-kuat?lang=1>
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of Entrepreneurial Education, Mindset, and Creativity on Entrepreneurial Intention: Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12.

- Jones, C. I. (2016). The Facts of Economic Growth. *Handbook of Macroeconomics*, 2, 3-69. <https://doi.org/10.1016/bs.hesmac.2016.03.002>
- Kampus Merdeka (2020). Merdeka Belajar – Kampus Merdeka. Diakses pada website resmi pada tanggal 11/11/23 pukul 21.10 WIB <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/web/about/sambutan-dirjen-dikti>
- Kaur, M., & Chawla, S. (2023). Understanding the relationship between entrepreneurship education, entrepreneurial attitudes, and entrepreneurial Niat Berwirausaha among engineering graduates: the moderating role of gender. *Journal of Work-Applied Management*.
- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial Niat Berwirausaha and actions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39(3), 655–674. <https://doi.org/10.1111/etap.12056>
- Kementrian Kelautan dan Perikanan (2020). Konservasi Perairan Sebagai Upaya menjaga Potensi Kelautan dan Perikanan Indonesia (2023). Diakses dari <https://kkp.go.id/djprl/artikel/21045-konservasi-perairan-sebagai-upaya-menjaga-potensi-kelautan-dan-perikanan-Indonesia>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610. doi:10.1177/001316447003000308
- Leong, L. Y., Hew, T. S., Ooi, K. B., Metri, B., & Dwivedi, Y. K. (2022). Extending the Theory of Planned Behavior in the Social Commerce Context: A Meta-Analytic SEM (MASEM) Approach. In *Information Systems Frontiers* (Issue 0123456789). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10337-7>
- Li, Y., Cao, K., & Jenatabadi, H.S. (2023). Effect of entrepreneurial education and creativity on entrepreneurial intention in college students: mediating entrepreneurial inspiration, mindset, and self-efficiency. *Frontiers in Psychology*, 14.
- Liu, X., Lin, C., Zhao, G., & Zhao, D. (2019). Research on the Effects of Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Self-Efficacy on College Students' Entrepreneurial Intention. *Frontiers in Psychology*, 10.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2015). *Psychological capital and beyond*. Oxford University Press, 317.
- Lv, Y., Chen, Y., Sha, Y., Wang, J., An, L., Chen, T., Huang, X., Huang, Y., & Huang, L. (2021). How Entrepreneurship Education at Universities Influences Entrepreneurial Intention: Mediating Effect Based on Entrepreneurial Competence. *Frontiers in Psychology*, 12.
- Martinez, D., & Davis, R. (2021). The Role of Social Media in Brand Building for Startups. *Journal of Business Branding*, 25(4), 287-302.
- McLaughlin, C., & Stephens, S. (2019). The theory of planned behavior: the social media Niat Berwirausaha of SMEs. *Irish Academy of Management*, September 2015, 1–30. https://www.researchgate.net/publication/330412288_The_theory_of_planned_behavior_the_social_media_Niat_Berwirausaha_of_SMEs
- Mei, H., Lee, C., & Xiang, Y. (2020). Entrepreneurship Education and Students' Entrepreneurial Intention in Higher Education. *Education Sciences*, 10, 257.
- Meltwater.com (2023). Trend Pengguna Internet dan Media Sosial Indonesia Tahun 2023. Diakses dari <https://www.meltwater.com/en>

- Morales, M., & Velilla, J. (2021). The effect of cultural environment on entrepreneurial decisions. *International Journal of Social Economics*.
- OECD. (2021). *Skills Outlook 2021: Skills for a Resilient Recovery and a Digital Future*.
<https://www.oecd.org/skills/outlook/>
- Olanrewaju, A. S. T., Hossain, M. A., Whiteside, N., & Mercieca, P. (2020). Social media and entrepreneurship research: A literature review. *International Journal of Information Management*, 50(May 2019), 90–110.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.011>
- Pemerintah Provinsi Jambi (2022). Laporan Kinerja Provinsi Jambi. Diakses pada website resmi pada 11/11/23 pukul 18.35 WIB
[https://jambiprov.go.id/files/LKj%20PEMROV%20JAMBI%20TAHUN%202022%20\(CETAK\).pdf](https://jambiprov.go.id/files/LKj%20PEMROV%20JAMBI%20TAHUN%202022%20(CETAK).pdf)
- Rundle-Thiele, S., & Kuhn, R. (2017). Generation Z: Detaching from Social Media. *Journal of Consumer Behaviour*, 16(3), 213–222. <https://doi.org/10.1002/cb.1633>
- Sahputri, R.A., Mawardi, M.K., Yumarni, T., & Sujarwoto, S. (2023). Entrepreneurship education, family entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention among students in Indonesia. *Journal of International Education in Business*.
- Saifuddin Azwar, (2018) *Metode Penelitian Psikologi*, Edisi 2, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Seligman, M. E. (2007). *Learned Optimism: How to Change Your Mind and Your Life* (3rd ed.). New York, NY: Vintage Books.
- Shaw, M. E., & Costanzo, P. R. (Duke U. (2012). *Theories of Social Psychology*, second edition (Vol. 1).
- Simon, H. A. (1982). *Models of Bounded Rationality*. MIT Press.
- Smith, A., & Johnson, B. (2020). The Impact of Social Media Marketing on Small Business. *Journal of Entrepreneurship*, 15(2), 112-130.
- Snyder, C. R. (1994). *The Psychology of Hope: You Can Get There from Here*. New York, NY: Free Press.
- Technology for Growth, Factor Shares, and Employment. *American Economic Review*, 108(6), 1488–1542. <https://doi.org/10.1257/aer.20160696>
- Teori, J.M., Terapan, D., & Widjojo, H. (2023). A Comprehensive Entrepreneurship Education Model Based on Social Cognitive Theory. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing*. SAGE Publications.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang penelitian bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0 / Gendro Wiyono*.
- Wirausaha Merdeka Kampus Merdeka Kemendikbudristek (2022) Tentang Wirausaha Merdeka Indonesia. Diakses pada website resmi pada tanggal 11/11/23 pukul 21.18 WIB <https://wirausahamerdeka.kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/info/>
- Zhang, H., & Chen, H. (2023). Sustainable entrepreneurship out of entrepreneurial opportunity identification: The mediating role of psychological capital. *Frontiers in Psychology*, 14.
- Zhao, J., Wei, G., Chen, K., & Yien, J. (2020). Psychological Capital and University Students' Entrepreneurial Intention in China: Mediation Effect of Entrepreneurial Capitals. *Frontiers in Psychology*, 10.