

Literasi Digital, Bazar (*Market Day*) dan Lomba *Entrepreneurship* Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Oleh: Zahrudin Hodsay¹, Nuryanti Permatasari², Hendri Gunawan^{3*}

¹²³(Program Studi Pendidikan Akuntansi, FKIP Universitas PGRI Palembang)

Email: ¹zhodsay@gmail.com, ²atiekalex83@gmail.com, ³jayasampurna85@gmail.com

Diterima: 11 November 2024 | Revisi: 20 Desember 2025 | Diterbitkan: 31 Desember 2025

Abstrak—Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh literasi digital, bazar (*market day*) dan lomba *entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas PGRI Palembang. Populasi penelitian ini mahasiswa FKIP Universitas PGRI Palembang semester genap tahun akademik 2023/2024 yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan sebanyak 750 orang. Sampel berjumlah 260 orang. Metode yang digunakan adalah metode diskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi, observasi dan angket (kuesioner). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Demikian juga terdapat pengaruh lomba *entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Namun, bazar (*market day*) tidak memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Secara simultan ada pengaruh literasi digital, bazar (*market day*) dan lomba *entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas PGRI Palembang.

Kata Kunci: *Literasi Digital; Bazar; Lomba Entrepreneurship; Minat Berwirausaha*

Abstract—This study aims to determine the effect of digital literacy, bazaars (*market days*), and entrepreneurship competitions on the entrepreneurial interest of FKIP students at PGRI University of Palembang. The population of this study was FKIP students at PGRI University of Palembang in the even semester of the 2023/2024 academic year who had taken entrepreneurship courses totaling 750 people. The sample size was 260 people. The method used was a quantitative descriptive method. This study used documentation, observation, and questionnaire data collection techniques. The study's results showed that digital literacy affected students' entrepreneurial interests. Likewise, entrepreneurship competitions affect students' entrepreneurial interests. However, bazaars (*market days*) did not affect students' entrepreneurial interests. Simultaneously, digital literacy, bazaars (*market days*), and entrepreneurship competitions affected students' entrepreneurial interest in FKIP University of Palembang.

Keywords: *Digital Literacy; Bazaar; Entrepreneurship Competition; Interest in Entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Pada setiap lembaga pendidikan tinggi minimal terdapat 3 (tiga) sumber daya manusia yang berlaku sebagai dan

pelaku dan penggerak inti dalam proses belajar mengajar yang umumnya disebut civitas akademik. Mereka adalah mahasiswa, pegawai dan dosen. Dosen

adalah unsur penting yang memiliki hak dan kewajiban untuk melaksanakan tri darma perguruan tinggi. Diantaranya pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

Mata kuliah kewirausahaan adalah salah satu mata kuliah yang wajib dilalui oleh mahasiswa, demikian juga di Universitas PGRI Palembang. Walaupun dengan sebutan mata kuliah yang berbeda-beda pada berbagai program studi seperti Kewirausahaan, Sport Entrepreneur. Studi dan Praktik Kewirausahaan, Digital Business, Manajemen Pemasaran, dan lainnya. Mahasiswa dan dosen harus memanfaatkan berbagai sumber belajar, salah satunya adalah sumber belajar digital. Literasi digital menjadi bagian penting yang tidak terpisahkan dalam proses pembelajaran, termasuk kewirausahaan. Literasi digital atau *digital literacy* diartikan sebagai kemampuan mengetahui dan memanfaatkan peralatan digital pada beragam aspek di kehidupan keseharian (Almi & Rahmi, 2020).

Pemerintah saat ini melalui Kemdikbudristek RI sangat mendukung kegiatan di sekolah dan di kampus kegiatan-kegiatan yang bersifat *entrepreneurship*, terlebih melalui Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Apalagi kondisi exiting saat ini di negara Indonesia jumlah wirausaha masih kurang dari 2 %, sedangkan indikator majunya suatu negara bila jumlah wirausaha lebih dari 2 % dari jumlah penduduk.

Aktivitas bazar adalah bentuk konkrit sebagai sarana mahasiswa untuk mempraktekkan pembelajaran kewirausahaan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bazar diartikan

pasar yang sengaja dilaksanakan dengan waktu beberapa hari, pameran dan/atau penjualan benda-benda kerajinan, makanan dan lainnya dimana hasil penjualan digunakan untuk pasar amal atau amal. Dengan kegiatan bazar, mencakup berbagai praktek materi perkuliahan seperti, rekayasa produk, strategi promosi dan pemasaran, perhitungan laba rugi, etika wirausaha dan lainnya.

Pelaksanaan bazar yang diiringi dengan penilaian dalam berbagai lomba *entrepreneurship* merupakan bentuk sinergisitas dan kolaborasi antar sub system yang ada dalam kampus. Oleh karenanya ditujukan dengan kegiatan seperti ini dapat menimbulkan minat, kreatifitas dan motivasi mahasiswa dalam kewirausahaan, selain dari melahirkan ekosistem wirausaha dalam suatu kampus. Hasil penelitian (Nurilhuda & Fauziah, 2023) menunjukkan bahwa dengan mengadakan perlombaan, maka anak-anak akan memiliki semangat dalam meraih sesuatu.

Berdasarkan dari pertimbangan di atas, maka kami tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Literasi Digital, Bazar (*Market Day*) dan Lomba *Entrepreneurship* Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FKIP Univesitas PGRI Palembang ”.

KBBI mengungkapkan bahwa literasi merupakan kemampuan menulis dan membaca, atau juga pengetahuan dan keterampilan serta kemampuan seseorang untuk mengolah informasi juga pengetahuan menghadapi kecakapan hidup. Menurut (Alhababy, 2016) literasi adalah kemampuan seseorang untuk memahami dan mengolah informasi pada

saat melakukan kegiatan menulis dan membaca.

Literasi digital adalah suatu kesatuan sikap, keterampilan dan pemahaman dalam menyelesaikan dan menyampaikan informasi dan menggunakan pengetahuan secara efektif pada beragam media dan format (Feri Sulianta, 2020).

Dari berbagai pendapat dan gambaran tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa literasi digital pengetahuan, pemahaman, kemampuan dan keterampilan seseorang untuk mendapatkan dan memanfaatkan informasi melalui berbagai media dengan menggunakan teknologi digital.

Menurut (Amihardja & Muda, 2022) kompetensi literasi digital terdiri dari 8 macam, yaitu akses, seleksi, paham, analisis, verifikasi, evaluasi, distribusi dan produksi.

KBBI mengungkapkan bahwa bazar merupakan suatu pasar yang dilaksanakan pada jangka waktu beberapa hari. Bazar juga dimaknakan sebagai aktivitas untuk menjual beragam barang kerajinan, minuman, makanan, dan sebagainya dimana sebagian hasilnya untuk kegiatan amal. Menurut (Wahyuni et al., 2022) *market day* adalah pembelajaran berbasis proyek yang melibatkan peserta didik untuk memasarkan produknya kepada teman, guru dan orang sekitar dengan kegiatan bazar atau pasar yang dilaksanakan oleh sekolah.

Menurut (Wafa et al., 2023) metode kompetisi atau perlombaan merupakan metode yang bisa digunakan dalam menambah minat belajar peserta didik di suatu pelajaran. Pada dunia pendidikan, cara perlombaan adalah metode yang

efektif pada pembelajaran (Baehaqi, 2020). Sehingga, metode kompetisi adalah cara yang efektif diterapkan pada pembelajaran (proses belajar mengajar) di berbagai tingkat satuan pendidikan.

Minat jika dihubungkan dengan berwirausaha berarti bahwa sejauhmana seseorang memiliki rasa suka dan/atau tertarik pada suatu rangsangan agar mau melakukan aktivitas wirausaha (Dosen & Kewirausahaan, n.d.). Untuk mencapai kepuasan, seseorang harus terus memperhatikan kegiatan yang diminatinya dan menikmatinya. Selanjutnya literasi bidang ekonomi yang digunakan secara simultan memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berwirausaha seseorang. (Purnama et al., 2024).

Beranjak dari pengertian yang diungkapkan di atas, dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha merupakan rasa tertarik, minat dan keinginan untuk bekerja, serta keinginan dan fokus secara kontinu berwirausaha dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup tidak adanya rasa ragu dan khawatir dengan risiko kegagalan berwirausaha pada masa yang akan datang.

Untuk menumbuhkan minat berwirausaha terdapat dua faktor yang memberi pengaruh terhadap yaitu, faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar).

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh literasi digital, bazar (*market day*) dan lomba *entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas PGRI Palembang.

Mengutip Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyatakan bahwa

literasi adalah kemampuan membaca dan menulis, dengan kata lain suatu pengetahuan, keterampilan dan kemampuan seseorang mengolah informasi untuk kecakapan hidup. Menurut (Alhababy, 2016). literasi adalah kemampuan orang mengolah dan memahami informasi pada saat melaksanakan proses menulis dan membaca.

Pada konteks sekarang literasi mempunyai arti luas dimana meliputi kemampuan membaca kata serta kemampuan membaca perkembangan di dunia. Menurut (Daniel Ginting, Delli Sabudu, Dian Indrianis Fitri, Fahmi, Nining Ismiyani, 2021) menyatakan bahwa literasi adalah kemampuan yang melibatkan keterampilan (*skill*) dan pengetahuan (*knowledge*).

Literasi digital adalah kesatuan pemahaman, sikap dan keterampilan untuk menyelesaikan dan menyampaikan informasi yang selanjutnya memanfaatkan pengetahuan secara efektif pada beragam media dan format (Feri Sulianta, 2020).

Gagasan digital literacy awalnya dikenalkan oleh Paul Gilster sekitar pada tahun 1997, yaitu kemampuan dalam menguasai dan menggunakan informasi dari sumber digital (Nurjanah et al., 2017). Selanjutnya (Benaziria, 2018) mengungkapkan bahwa orang yang melek digital dianggap sebagai seseorang yang memiliki kemampuan mengidentifikasi hingga mensintesis sumber daya digital secara menyeluruh. Selain itu, literasi digital dimaknakan sebagai gabungan dari keterampilan teknologi informasi dan komunikasi, berpikir kritis, keterampilan kolaborasi, dan kesadaran sosial. (Ramadhan, 2021)

Dari berbagai pendapat dan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan literasi digital merupakan pengetahuan, pemahaman, keterampilan dan kemampuan seseorang untuk mendapatkan dan memanfaatkan informasi melalui berbagai media dengan menggunakan teknologi digital.

Menurut (Amihardja et al., 2022) kompetensi literasi digital terdiri dari 8 macam, yaitu : akses, paham, seleksi, verifikasi, analisis, distribusi, produksi dan evaluasi.

Dikutip dari KBBI mengungkapkan bahwa bazar adalah suatu pasar yang dilaksanakan pada beberapa hari. Bazar juga dapat dimaknai sebagai suatu kegiatan untuk menjual beragam barang kerajinan, minuman, makanan dan lainnya yang sebagian hasilnya digunakan untuk amal.

Menurut (Suryana, 2003) *market day* adalah suatu pendidikan bertujuan memberikan pemahaman dan kesadaran yang utuh tentang kehidupan, membentuk struktur emosi dan mentalitas stabil, serta membangun sikap sehari-hari agar lebih tercerahkan dari masa ke masa.

Menurut (Wahyuni et al., 2022) *market day* adalah model pembelajaran proyek dengan melibatkan siswa dalam membangun pengetahuan keterampilan dan mengakumulasikan dalam produk nyata yang selanjutnya memasarkan produknya terhadap guru, teman, dan masyarakat sekitar melalui kegiatan bazar atau pasar yang digelar oleh sekolah.

Dari beberapa pandangan tersebut dapat disimpulkan bahwa bazar atau istilah lainnya *market day* merupakan kegiatan di sekolah atau kampus yang dilaksanakan untuk menjual berbagai

produk atau jasa dalam rangka menumbuhkan jiwa dan motivasi berwirausaha peserta didik. Bazar secara luas juga mencakup pembelian bahan baku, pembuatan barang / jasa (produksi), kegiatan mempromosikan produk, membuat dan menyebarkan media promosi, melakukan penjualan langsung atau tidak langsung hingga mendapatkan omzet penjualan yang menghasilkan keuntungan.

Perlombaan asalnya dari bahasa Arab yaitu *musabaqah* berarti lomba atau perlombaan. Pada Kamus Bahasa Indonesia perlombaan itu berasal dari kata “lomba” berarti adu kecepatan (berlari, berenang, dan sebagainya), Sedangkan secara terminologi, perlombaan adalah suatu kegiatan yang diadakan dalam mencari pemenang yang diberikan hadiah.

Menurut (Wafa et al., 2023) metode perlombaan/kompetisi adalah metode yang dapat dipakai untuk meningkatkan minat belajar siswa pada sebuah mata pelajaran. (Baehaqi, 2020). Keberadaan metode kompetisi yang tidak hanya sebagai metode pembelajaran pada siswa, tetapi dapat dimanfaatkan guru sebagai metode pengukur hasil belajar siswa (Budimanr, 2011).

Berdasarkan kesepakatan para ulama, perlombaan (*musabaqah*) tanpa adanya pertarungan diperbolehkan. Perlombaan dengan pertarungan dibagi menjadi 2 bagian, yaitu:

1. Perlombaan Berhadiah yang Diperbolehkan

Perlombaan yang membawa kebaikan dan tidak mengandung bahaya dan bersih dari kemungkarannya.(Al-Fauzan, 2006) .

2. Perlombaan Berhadiah yang Dilarang

Perlombaan yang mengandung bahaya dalam agama karena meninggalkan kewajiban dan melakukan keharaman atau bahaya dalam dunia baik badan, harta, dan kehormatan. (Ummah, 2019) .

Minat dalam kaitan dengan berwirausaha berarti seberapa besar seorang merasa suka dan tertarik kepada sesuatu rangsangan untuk mau melakukan kegiatan berwirausaha (Dosen & Kewirausahaan, n.d.).

Menurut (Dinar, et al., 2020) memiliki minat berwirausaha berarti memiliki ketertarikan, keinginan, dan kesediaan bekerja atau berkemauan keras untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, tanpa khawatir dengan risiko, dan terus belajar dari kegagalan.

Jika seseorang memiliki minat dan ketertarikan untuk mendirikan usaha sendiri, mereka akan semakin serius dan memanfaatkan peluang dengan inovasi dan kreativitas mereka. Menurut (Maulana, 2022) minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir namun tumbuh dan berkembang tapi dengan faktor yang mempengaruhi.

Berdasarkan definisi yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan minat berwirausaha adalah perasaan ketertarikan, minat dan kemauan bekerja, serta kemauan dan fokus yang terus-menerus berwirausaha dalam usaha memenuhi kebutuhan tanpa adanya rasa ragu dan takut dengan risiko gagal di masa depan.

Dalam menumbuhkan minat berwirausaha ada beragam faktor yang mempengaruhi seseorang agar berminat menjadi seorang wirausaha. Faktor yang

mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa antara lain keinginan, perhatian, perasaan senang, giat belajar perasaan tertarik, mengerjakan tugas, taat aturan, suka berwirausaha, kesiapan berwirausaha, pertimbangan yang matang untuk berwirausaha, memutuskan untuk berwirausaha, tidak ada ketergantungan pada orang lain, dapat membantu lingkungan social. (Zunaedy et al., 2021).

Adapun indikator dalam menumbuhkan minat berwirausaha sebagai berikut:

1. Membuat pilihan aktivitas
 - a. Berwirausaha merupakan keinginan sendiri
 - b. Berwirausaha berdasarkan keinginan orang lain
2. Merasa tertarik untuk berwirausaha
 - a. Terdorong untuk berwirausaha
 - b. Tertantang untuk berwirausaha
3. Merasa senang berwirausaha
 - a. Perasaan yang timbul setelah berwirausaha
 - b. Berkeinginan untuk berwirausaha
 - c. Timbulnya niat untuk memulai berwirausaha
 - d. Berani memulai usaha untuk berwirausaha
4. Berani mengambil resiko
 - a. Resiko menjadi kesuksesan
 - b. Resiko gagal (Fadhila ALya Herdianty, 2024)

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode diskriptif

kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism.

Variabel adalah apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2013). Adapun variabel dalam penelitian ini adalah literasi digital, bazar (market day), dan lomba entrepreneurship sebagai variable bebas, serta minat berwirausaha sebagai variable terikat.

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FKIP Universitas PGRI Palembang semester genap tahun akademik 2023/2024 yang mengambil mata kuliah kewirausahaan dan sejenisnya. Mata kuliah ini pada beberapa program studi ditawarkan pada semester ganjil. Dari data Bagian Pengajaran FKIP UPGRIP ditemukan bahwa populasi dalam penelitian ini sebanyak 750 orang.

Sampel diambil dengan teknik *Simple Random Sampling*. Simple ialah (sederhana) hal ini dikarena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2019).

Perhitungan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Taro Yamane, dan diperoleh sebanyak 260 orang sebagai sampel. Adapun rincian sampel dalam penilian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Sampel dalam Penelitian

No	Program Studi	Jumlah Sampel
1	Pendidikan Matematika	17
2	Pendidikan Fisika	10
3	Pendidikan Bahasa Indonesia	25
4	Pendidikan Akuntansi	17
5	Bimbingan dan Konseling	17
6	Pendidikan Seni Pertunjukan	30
7	Pendidikan Jasmani	32
8	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	94
9	Pendidikan Anak Usia Dini	18
	Jumlah	260

Sumber: (Data Diolah, 2024)

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengetahui atau memperoleh data-data tentang mahasiswa yang mengampu mata kuliah Kewirausahaan dan sejenisnya pada semester genap tahun akademik 2023/2024. Dokumentasi juga digunakan untuk mendapatkan data nilai hasil lomba *Entrepreneurship*.

2. Observasi

Observasi yaitu cara yang digunakan untuk memperoleh data yang akan diolah penulis. Dimana peneliti terlibat langsung dengan kegiatan bazar (*market day*) yang diamati atau yang dijadikan sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, juga melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data.

3. Angket (*Kuestionnaire*)

Tujuan penyebaran angket ialah mencari informasi tentang literasi digital dan minat berwirausaha mahasiswa. Penyebaran, pengisian dan pengumpulan angket dilaksanakan melalui daring

(online) dengan menggunakan aplikasi Google Form.

Uji coba instrumen bertujuan untuk mendapatkan alat ukur yang benar-benar mampu menjangkau data yang akurat agar kesimpulan yang diambil sesuai dengan kenyataan. Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya lebih baik dalam artian, lengkap dan sistematis sehingga mudah diolah.

Analisis regresi ganda, digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat di dalam penelitian. dalam penelitian ini analisis regresi linier menggunakan bantuan program *IBM SPSS Statistics 26*.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan korelasi parsial. Menurut (Sugiono, 2019) “korelasi parsial untuk pengujian hipotesis bila peneliti bertujuan mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independent dengan dependen, Dimana salah satu independennya dikendalikan (dibuat tetap).”

Pada penelitian ini Uji t menggunakan bantuan program *IBM SPSS Statistics 26*. Kriteria uji hipotesis secara parsial, sebagai berikut :

$t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. (Siregar, 2014)

Dalam penelitian ini Uji F menggunakan bantuan program *IBM SPSS Statistics 26*.

Kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a di tolak.

Koefisien determinasi disimbolkan dengan R^2 (RSquare) adalah “ukuran penting yang sering digunakan pada analisis regresi” (Sutriyawan, et al. 2023, 124). Determinasi dimanfaatkan untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel depeden (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independent (X). besaran nilai R^2 adalah antara 0-1 atau antara 0%-100%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari angket yang terkumpul, diketahui bahwa responden dari program studi Pendidikan Matematika terdapat 17 orang atau setara 6,5 %, program studi Pendidikan Fisika sebanyak 10 orang atau setara 3,8 %, program studi Pendidikan Bahasa Indonesia sebanyak 25 orang atau setara 9,6 %, program studi Pendidikan Akuntansi sebanyak 17 orang atau setara 6,5 % dan program studi Bimbingan dan Konseling sebanyak 17 orang atau setara 6,5 %.

Selanjutnya responden berasal dari program studi Pendidikan Seni Pertunjukan sebanyak 30 orang atau setara 11,5 %, program studi Pendidikan Jasmani sebanyak 32 orang atau setara 12,3 %, program studi Pendidikan Guru SD sebanyak 94 orang atau setara 36,2 % dan program studi Pendidikan Anak Usia Dini sebanyak 18 orang atau setara 6,9 %.

Berdasarkan tabel distribusi hasil angket mahasiswa tentang minat berwirausaha berdasar asal prodi di atas ternyata sebagian besar berada di kategori tinggi. Hanya 1 program studi yang berkategori sangat tinggi, yaitu PGSD.

Selanjutnya data dari dokumentasi yang diperoleh berupa omzet penjualan (bazar / *market day*) dan nilai lomba produk kreatif dan inovatif (lomba *entrepreneurship*) bagi mahasiswa yang sudah melalui mata kuliah Kewirausahaan di semester genap tahun akademik 2023 / 2024 FKIP Universitas PGRI.

Dari data diketahui bahwa nilai rata-rata lomba *entrepreneurship* (lomba produk kreatif inovatif) mahasiswa pada 9 program studi terbagi menjadi 2 kelompok, yaitu kategori cukup dan baik. Terdapat 3 prodi yang nilai rata-rata mahasiswanya berada di kategori cukup, yaitu program studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Pendidikan Seni Pertunjukan dan Pendidikan Jasmani. Sedangkan 6 program studi dengan nilai rata-rata di kategori baik, yaitu program studi Pendidikan Matematika, Fisika, Akuntansi, Bimbingan dan Konseling, PGSD dan PAUD.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda pada penelitian ini, analisis data untuk mengetahui ada atau tidak

pengaruh literasi digital (X_1), bazar (*market day*) (X_2) dan lomba *entrepreneurship* (X_3) terhadap minat berwirausaha (Y) melalui analisis regresi linear berganda menggunakan program

IBM SPSS Statistics 26. Hasil perhitungannya seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Berganda menggunakan SPSS

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32,512	6,354		5,116	0,000
	Literasi Digital	0,543	0,048	0,571	11,199	0,000
	Bazar (<i>Market Day</i>)	-0,013	0,066	-0,010	-0,201	0,841
	Lomba <i>Entrepreneurship</i>	0,101	0,047	0,110	2,150	0,033

Sumber: (Data Diolah, 2024)

Berdasarkan hasil di atas didapatkan nilai koefisien terbentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = 32,512 + 0,543 X_1 + -0,013 X_2 + 0,101 X_3$$

1. Nilai konstanta sebesar **32,512** bersimbol positif menunjukkan literasi digital, bazar (*market day*), dan lomba *entrepreneurship* dianggap konstan, maka minat berwirausaha akan meningkat
2. Nilai koefisien regresi variabel literasi digital (X_1) sebesar **0,543** bersimbol positif, yang menunjukkan literasi digital memiliki hubungan positif terhadap minat berwirausaha. Jika literasi digital meningkat maka minat wirausaha akan meningkat demikian juga sebaliknya.
3. Nilai koefisien regresi variabel bazar *market day* (X_2) sebesar **-0,013** bertanda negatif, menunjukkan jika variabel independen meningkat

maka akan menurunkan minat berwirausaha, sebaliknya apabila variabel independen turun maka akan meningkatkan minat berwirausaha.

4. Nilai koefisien regresi variabel lomba *entrepreneurship* (X_3) sebesar **0,101** bertanda positif, menunjukkan bahwa lomba *entrepreneur* memilih hubungan positif terhadap minat berwirausaha. Apabila minat lomba *entrepreneurship* meningkat minat wirausaha akan meningkat demikian juga sebaliknya.

Uji Parsial (Uji t)

Dalam penelitian ini untuk melakukan uji t menggunakan bantuan program *IBM SPSS Statistics 26*. Karena hasil uji normalitas diketahui bahwa data tidak berdistribusi normal dan adanya

salah satu variable terdapat gejala heteroskedastisitas, maka pengolahan data SPSS menggunakan analisis nonparametric tests. Adapun kriteria uji hipotesis secara parsial dengan melalui hipotesis, sebagai berikut :

1. $t_{hitung} > t_{tabel}$, dengan taraf sig yaitu 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, dengan taraf sig 5% maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (t) Menggunakan SPSS
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32,512	6,354		5,116	0,000
	Literasi Digital	0,543	0,048	0,571	11,199	0,000
	Bazar (<i>Market Day</i>)	-0,013	0,066	-0,010	-0,201	0,841
	Lomba <i>Entrepreneurship</i>	0,101	0,047	0,110	2,150	0,033

a. Dependent Variable: Minat

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14743,384	3	4914,461	43,341	.000 ^b
	Residual	29028,062	256	113,391		
	Total	43771,446	259			

Sumber: (Data Diolah, 2024)

Untuk melihat secara parsial pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat seperti berikut ini :

1. Nilai t hitung dari literasi digital (X_1) sebesar 11,199 > nilai t_{tabel} 1,969 dengan ($dk = n - 3 - 1 = (260 - 3 - 1 = 256)$) dengan taraf kesalahan 5 %. Nilai sig, yaitu 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya literasi digital berpengaruh terhadap minat berwirausaha.
2. Nilai t hitung bazar *market day* (X_2) sebesar -0,201 < nilai t_{tabel} 1,969 dengan nilai sig 0,841 > 0,05, oleh

karena itu H_a ditolak dan H_0 diterima, ini artinya bazar (*market day*) tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

3. Nilai t hitung lomba *entrepreneurship* (X_3) sebesar 2,150 > nilai t_{tabel} 1,969 dengan nilai sig 0,033 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya lomba *entrepreneurship* berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk membuktikan hipotesis keseluruhan yaitu pengaruh literasi digital (X_1) dan bazar

market day (X_2) dan lomba *entrepreneurship* (X_3) terhadap minat berwirausaha (Y) menggunakan program *IBM SPSS Statistics 26*. Dengan kriteria uji F adalah jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5 % maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Demikian pula sebaliknya, jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5 % maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dari tabel di atas diperoleh nilai F_{hitung} 43,341 dengan nilai probabilitas sig 0,000. Nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau $13,487 > 2,663$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa literasi digital, bazar (*market day*) dan lomba *entrepreneurship* berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah untuk melihat besarnya kontribusi seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) secara keseluruhan untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan literasi digital (X_1) dan bazar *market day* (X_2) dan lomba *entrepreneurship* (X_3) terhadap minat berwirausaha (Y) mahasiswa FKIP Universitas PGRI Palembang. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.580 ^a	0,337	0,329	10,649

Sumber: (Data Diolah, 2024)

Dari hasil perhitungan koefisien determinasi (*adjusted R square*) sebesar 0,329 yang berarti variabel independen literasi digital, bazar (*market day*) dan lomba *entrepreneurship* dapat berkontribusi sebesar 32,9% terhadap minat wirausaha. Sisanya yaitu sebesar 67,1 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Setelah data omzet penjualan bazar dikoversi dalam rentang angka 1 sampai 100, diketahui bahwa terdapat 4 prodi yang nilai rata-rata mahasiswanya berada pada kategori cukup, sedangkan 5 program studi dengan nilai rata-rata mahasiswanya berada di kategori baik.

Dengan kata lain bahwa separuh lebih rata-rata omzet penjualan mahasiswa dalam kegiatan bazar dalam kategori baik. Adapun kurang dari 50 % rata-rata omzet penjualan berada pada kategori cukup.

Untuk data nilai lomba produk kreatif inovatif, terdapat 3 prodi yang nilai rata-rata mahasiswanya berada pada kategori cukup. Sedangkan 6 program studi dengan nilai rata-rata mahasiswanya pada kategori baik. Ini artinya dua pertiga mahasiswa dalam penelitian ini mempunyai nilai lomba produk kreatif inovatif dalam kategori baik. Dengan demikian, sebagian besar mahasiswa pada

penelitian ini mempunyai kemampuan membuat produk kreatif inovatif.

Data yang diperoleh dari angket (kuesioner) adalah data literasi digital dan minat berwirausaha. Terungkap bahwa tingkat literasi digital mahasiswa yang mengambil mata kuliah kewirausahaan pada semester genap tahun akademik 2023 / 2024, semuanya berada pada kategori tinggi. Sedangkan untuk minat berwirausaha juga sama, 88 % mempunyai minat untuk berwirausaha berada pada kategori tinggi. Hal ini berarti terdapatnya 12 % minat untuk berwirausaha mahasiswa berada pada kategori sangat tinggi.

Observasi juga peneliti lakukan dalam proses pengumpulan data

penelitian. Peneliti bersama dosen lainnya dan mahasiswa melakukan peninjauan dan pemantauan langsung di lapangan lokasi dilaksanakan kegiatan bazar (*market day*) yang sekaligus diiringi dengan kegiatan berbagai lomba *entrepreneurship*, salah satunya adalah lomba produk kreatif inovatif. Kegiatan observasi dilaksanakan menggunakan lembar check list yang berisi beberapa indikator penilaian terhadap peserta bazar.

Berikut ini ditampilkan beberapa dokumentasi kegiatan bazar (*market day*) dan lomba *entrepreneurship* yang digelar pada semester genap tahun akademik 2023/2024 lalu :



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan
Sumber: (Hasil Dokumentasi Penelitian, 2024)

Pengaruh Literasi Digital (X_1) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Memperhatikan hasil perhitungan uji t, nilai t-hitung sebesar 11,199 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,969. Sedangkan nilai signifikansi 0,000 lebih

kecil dari 0,05. Hal ini mengungkapkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima., yang berarti literasi digital (X_1) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Y).

Jadi dengan semakin tinggi tingkat literasi digital mahasiswa, semakin besar minat mereka untuk berwirausaha. Literasi digital yang baik dapat meningkatkan keterampilan dalam menjalankan usaha, seperti pemasaran online, penggunaan teknologi untuk efisiensi, dan pemahaman tentang dunia digital yang semakin relevan di era sekarang.

Literasi digital juga berhubungan kompetensi digital yang dimiliki mahasiswa, khususnya dalam bidang kewirausahaan. Kompetensi digital dimaksud diantaranya adalah kompetensi akses, kompetensi seleksi, kompetensi paham, kompetensi analisis, kompetensi verifikasi, kompetensi evaluasi, kompetensi distribusi dan kompetensi produksi. Beragam kompetensi tersebut akan memberikan dampak atau pengaruh terhadap tingkat penguasaan dan pemahaman kewirausahaan seseorang, yang pada muaranya berujung pada tumbuhnya minat dan/atau motivasi seorang untuk berwirausaha di waktu mendatang.

Hasil penelitian Imjai dkk menyatakan bahwa *it was revealed that digital literacy is a pivotal driver for nurturing an agile mindset* (Imjai et al., 2024). Hasil penelitian senada dari (Hisanan & Wati, 2024) mengungkapkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat untuk berwirausaha para mahasiswa. Hasil riset lain menyimpulkan bahwa literasi digital dan kuliah kewirausahaan secara simultan memberikan pengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. (Zunaedy et al., 2021).

Pengaruh Bazar *Market Day* (X₂) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa t-hitung sebesar -0,201 lebih kecil daripada t-tabel sebesar 1,969 dengan nilai signifikansi 0,841 lebih besar dari 0,05. Kesimpulannya bahwa H₀ diterima dan H_a ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bazar atau *market day* (X₂) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Y). Nilai t-hitung yang sangat kecil (negatif) dan nilai signifikansi yang jauh lebih besar dari 0,05 membuktikan bahwa bazar (*market day*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha.

Pada kenyataannya sudah banyak hasil penelitian tentang pengaruh bazar (*market day*) yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Antara lain bahwa variabel x₁ dan x₂ secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel y yaitu minat berwirausaha. Secara bersama variabel dependent minat berwirausaha dapat mempengaruhi variabel independent yang signifikan (Yanny, 2023).

Sedangkan hasil penelitian (Nurhayati & Nurhayati, 2018) bahwa kegiatan *market day* (bazar) berpengaruh terhadap jiwa wirausaha mahasiswa. Dibuktikan bahwa pemberian kegiatan *market day* (bazar) (X) mampu memberikan pengaruh pembangunan jiwa wirausaha mahasiswa 58%. Sisanya 42% disebabkan oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti. *Thus, this knowledge is a predictor (a mean of predicting) for our urban designers and government to give spaces for bazaar activity.* (Rukayah, 2012).

Pengaruh Lomba *Entrepreneurship* (X₃) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Kemudian untuk variabel lomba *entrepreneurship* (X₃), t-hitung sebesar 2,150 lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,969, dengan nilai signifikansi (0,033) lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H₀ ditolak dan H_a diterima. Ini berarti lomba *entrepreneurship* (X₃) memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Y). Nilai t-hitung yang lebih besar dari t-tabel menunjukkan bahwa partisipasi dalam lomba *entrepreneurship* dapat meningkatkan minat berwirausaha dimana hal ini diakui secara statistik.

Kegiatan lomba *entrepreneurship* yang sering kali menguji ide, kreativitas dan inovasi mahasiswa dalam dunia kewirausahaan, terbukti dapat meningkatkan minat individu untuk terjun ke dunia wirausaha. Kegiatan seperti ini memberikan kesempatan bagi individu untuk belajar langsung, mendapatkan pengalaman praktis, serta memperoleh apresiasi atas ide-ide kewirausahaan mereka, yang dapat memperkuat motivasi untuk memulai usaha.

Hasil penelitian (Nurilhuda & Fauziah, 2023) menunjukkan bahwa dengan mengadakan perlombaan, maka anak-anak akan memiliki semangat dalam meraih sesuatu. *the positive impact of PMC on VC staging is also more pronounced when entrepreneurial firms are younger* (Cumming et al., 2022) .

Pengaruh Literasi Digital, Bazar (*Market Day*) dan Lomba *Entrepreneurship* Terhadap Minat Berwirausaha

Beranjak dari hasil uji F yang mengungkapkan F-hitung sebesar 43,341 dan nilai signifikansi 0,000, dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama), variabel literasi digital, bazar (*market day*), dan lomba *entrepreneurship* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian literasi digital (X₁), bazar (*market day*) (X₂) dan lomba *entrepreneurship* (X₃) memberikan kontribusi yang cukup besar dalam mempengaruhi minat berwirausaha.

Hasil F-hitung lebih besar dari F-tabel menunjukkan bahwa kombinasi ketiga variabel independen ini mampu menjelaskan variabilitas minat berwirausaha dalam model regresi yang digunakan. Dengan nilai signifikansi yang sangat rendah (0,000), kita dapat meyakini bahwa hubungan antara ketiga variabel independen dengan minat berwirausaha bukanlah kebetulan atau tidak berarti secara statistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk mengembangkan program dan kebijakan yang efektif dalam meningkatkan minat berwirausaha siswa dan mempersiapkan mereka menjadi wirausaha muda sukses di masa depan (Paramitasari et al., 2024). Hal senada juga sebagaimana hasil penelitian (Rahman, 2024) bahwa literasi digital, pendidikan kewirausahaan dan kompetensi diri dapat berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa.

Hasil Riset Lacinia discusses learning that one has an entrepreneurial personality and the fun and satisfaction it brings for such a person to act creatively in a leading role. (Schmitt-rodermund, 2004). Selanjutnya (Olokundun et al.,

2018) notes that the data presented was based on a study examining the effect of experiential teaching methods and university entrepreneurial interest on students' business startups.

KESIMPULAN

Secara parsial hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital (X_1) dan lomba *entrepreneurship* (X_3) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sedangkan bazar *market day* (X_2) tidak memberikan pengaruh yang signifikan dan positif. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama), variabel literasi digital, bazar (*market day*), dan lomba *entrepreneurship* memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian literasi digital (X_1), bazar (*market day*) (X_2) dan lomba *entrepreneurship* (X_3) memberikan kontribusi yang cukup besar dalam mempengaruhi minat berwirausaha. Dari hasil tersebut disarankan mahasiswa agar dapat meningkatkan budaya literasi, khususnya literasi digital yang berhubungan dengan kewirausahaan. Bagi Program Studi agar terus memfasilitasi dan mendukung kegiatan kewirausahaan mahasiswa, khususnya dalam hal kegiatan bazar (*market day*) dan lomba *entrepreneurship*. Peneliti yang tertarik dapat melakukan penelitian lanjutan sejenis dan/atau pengembangan lainnya (termasuk novelty) yang mana hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu sumber referensi.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Fauzan, S. (2006). *Fiqih Sehari-Hari*. Gema Insani Press.

- Almi, S. N., & Rahmi, E. (2020). Pengaruh Digital Literacy Terhadap Kesiapan Berwirausaha di Era-digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(2), 242. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i2.8829>
- Amihardja, S., Kurnia, N., & Muda, Z. (2022). *Lentera Literasi Digital Indonesia: Panduan Literasi Digital Kaum Muda Indonesia Timur* (Issue March 2022).
- Arikunto, S. (2013). *Manajemen penelitian Edisi Revisi*. Rineka Cipta.
- Baehaqi, I. (2020). Metode Perlombaan dalam Pembelajaran Menurut Perspektif Islam. *Annual Conference on Islamic Education and Thought*, 1(1), 74–93.
- Benaziria, B. (2018). Pengembangan Literasi Digital pada Warga Negara Muda dalam Pembelajaran PPKn melalui Model VCT. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 11. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v10i1.8331>
- Budimanr, A. (2011). *Arif Budiman*. <https://lib.unnes.ac.id/5448/>
- Cumming, D. J., Nguyen, G., & Nguyen, M. (2022). *Product market competition, venture capital, and the success of entrepreneurial firms R*. 144. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2022.106561>
- Daniel Ginting, Delli Sabudu, Dian Indrianis Fitri, Fahmi, Nining Ismiyani, Y. S. M. (2021). *Literasi Digital Dalam Dunia Pendidikan Abad ke - 21*. MNC Publishing.
- Dinar, M., M. S., Dr. M. Ihsan Said Ahmad, S.E., M. S., & Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M. P. (2020). *Kewirausahaan*. Penerbit Media Sains Indonesia.

- Dosen, T. I. M., & Kewirausahaan, M. K. (n.d.). *Tim Dosen Mata Kuliah Kewirausahaan Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang*.
- Fadhila ALya Herdianty, D. P. dan S. (2024). *Neraca*. 1192(2023), 304–317.
- Feri Sulianta. (2020). *Buku Literasi Digital, Riset dan Perkembangannya dalam Perspektif Social Studies oleh Feri Sulianta. June*.
<https://www.researchgate.net/publication/341990674>
- Hisanan, H., & Wati, F. W. (2024). *Economics and Digital Business Review Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar*. 5(2), 721–728.
- Imjai, N., Promma, W., Usman, B., & Aujirapongpan, S. (2024). International Journal of Information Management Data Insights, 4(2), 100244. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100244>
- Maulana, R. dan A. (2022). *Kewirausahaan, Merubah Permasalahan Menjadi Tantangan, Peluang dan Solusi*. Grup Penerbit Yayasan Azka Hafidz Maulana.
- Nurhayati, E. C., & Nurhayati, E. C. (2018). *Pengaruh Market Day (Bazar) Terhadap Membangun Jiwa Wirausaha Mahasiswa Unsiq Jawa Tengah Di Wonosobo*. 1(2), 1–16.
- Nurilhuda, I. F., & Fauziah, S. (2023). Menanamkan Jiwa Kewirausahaan melalui Sosialisasi Kewirausahaan dan Lomba Kreativitas Wirausaha tingkat SD/MI di Desa Pakel. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2141–2146.
- Nurjanah, E., Rusmana, A., & Yanto, A. (2017). Hubungan Literasi Digital dengan Kualitas Penggunaan E-Resources. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 3(2), 117. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v3i2.16737>
- Olokundun, M., Moses, C. L., Iyiola, O., Ibidunni, S., Ogbari, M., Peter, F., & Borishade, T. (2018). Data in Brief The effect of non traditional teaching methods in entrepreneurship education on students entrepreneurial interest and business startups: A data article. *Data in Brief*, 19, 16–20. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2018.04.142>
- Paramitasari, N., Emilia, P., Yusendra, M. A. E., & Asnusa, S. (2024). The Effect of Entrepreneurial Literacy, Digital Literacy and Social Media Use on the Entrepreneurial Interest of High School Students. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 302. <https://doi.org/10.31000/combis.v6i2.11336>
- Purnama S. P., Hodsay, Z., & Aradea, R. (2024). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa di SMA N 8 Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 8(1), 74–83. <https://doi.org/10.31851/neraca.v8i1.15690>
- Rahman, R. (2024). Pengaruh Literasi Digital, Pendidikan Kewirausahaan, dan Kompetensi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Berbasis Digital. *Edunomics Journal*, 5(1), 126–138. <https://e->

- journal.upr.ac.id/index.php/edu/article/view/14643%0Ahttps://e-journal.upr.ac.id/index.php/edu/article/download/14643/6076
- Ramadhan, G. M. . (2021). Pengaruh Kompetensi Literasi Digital Mahasiswa PGSD dalam Memanfaatkan Google Apps Terhadap Perilaku Conten Evaluation. *Journal of Elementary Education, 04(06)*, 958–967.
- Rukayah, R. S. (2012). *Bazaar in Urban Open Space as Contain and Container Case study: A lun-alun Lama and Simpang Lima Semarang , Central Java , Indonesia. 50(July)*, 741–755.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.08.077>
- Schmitt-rodermund, E. (2004). *Pathways To Successful Entrepreneurship : Parenting, Personality, Early Entrepreneurial Competence, And Interests. 65*, 498–518.
<https://doi.org/10.1016/j.jvb.2003.10.007>
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Tindakan)*. Alfabeta.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Ummah, M. S. (2019). Fikih Kontemporer. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regeciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Wafa, H., Jannah, F., Andayani, S., Tjahyadi, I., & Sutrisno, A. (2023). Pemanfaatan Metode Kompetisi dalam Meningkatkan Minat Belajar Bahasa Inggris Siswa Pendidikan Anak Usia Dini. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(2)*, 4430–4434.
- Wahyuni, R. S., Juniarti, A., & ... (2022). Pengaruh Kegiatan Market Day Sejak Dini Terhadap Minat Entrepreneur di Sekolah Dasar Islam Terpadu Cendekia Taka. *4874*, 15–18.
<http://jurnal.fakultasekonomiunikaltar.ac.id/index.php/inkam/article/view/4%0Ahttp://jurnal.fakultasekonomiunikaltar.ac.id/index.php/inkam/article/download/4/5>
- Yanny, A. (2023). *Pengaruh Bazar dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Budi Darma. 03*, 212–220.
- Zunaedy, M., Aisyah, S., & Ayuningtyas, T. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 STKIP PGRI Lumajang Tahun Akademik 2020/2021. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi, 6 (1)*, 47–59.
<https://doi.org/10.21067/jrpe.v6i1.5294>