

Analisis Praktik Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Inovasi Produk Teh

Anwar SA

Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

Email: anwar@uts.ac.id

Abstract: *Entrepreneurship has long been recognized as a driving force for a country's socioeconomic growth, becoming increasingly important in facing the challenges of globalization, which demand creativity and innovation. Fierce competition demands that students, as the younger generation, possess greater competencies to compete in the workforce. Student involvement in entrepreneurship can foster the development of an innovation ecosystem on campus, which in turn can improve the quality of education and research. This scientific article aims to analyze students' entrepreneurial practices in creating innovative tea products during their studies, with a focus on identifying factors influencing success and the challenges faced. Students' tea product innovations not only add value to the industry but also provide valuable experience in developing entrepreneurial skills. The research method used was a qualitative approach, interviewing students who own tea product businesses. The results show that students who are entrepreneurs in tea product businesses are highly motivated, highly creative, and have good adaptability. However, they also face various challenges, such as limited capital, lack of experience, and intense competition.*

Keywords: *Campus, Entrepreneurship, Innovation, Products, Students*

Abstrak : Kewirausahaan telah lama diakui sebagai motor penggerak pertumbuhan sosioekonomi suatu negara, menjadi semakin penting dalam menghadapi tantangan globalisasi yang menuntut kreativitas dan inovasi. Persaingan yang ketat menuntut mahasiswa sebagai generasi muda untuk memiliki kompetensi yang lebih agar dapat bersaing di dunia kerja. Keterlibatan mahasiswa dalam kewirausahaan dapat mendorong pengembangan ekosistem inovasi di lingkungan kampus, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas pendidikan dan penelitian. Artikel ilmiah ini bertujuan untuk menganalisis praktik kewirausahaan mahasiswa dalam menciptakan inovasi produk teh selama masa perkuliahan, dengan fokus pada identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan tantangan yang dihadapi. Inovasi produk teh oleh mahasiswa tidak hanya memberikan nilai tambah bagi industri, tetapi juga memberikan pengalaman berharga dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, dengan mewawancarai mahasiswa yang memiliki usaha produk teh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang berwirausaha dengan produk teh memiliki motivasi yang tinggi, kreativitas yang tinggi, dan kemampuan beradaptasi yang baik. Namun, mereka juga menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, kurangnya pengalaman, dan persaingan yang ketat.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Inovasi, Mahasiswa, Produk, Kampus

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif, industri makanan dan minuman terus mengalami perkembangan pesat, di mana inovasi menjadi kunci utama untuk memenangkan pasar (Budiyanto & Fitriyani, 2024). Produk teh, sebagai salah satu minuman paling populer di dunia, menawarkan peluang kewirausahaan yang menjanjikan, terutama bagi mahasiswa yang memiliki kreativitas dan semangat inovasi (Budiyanto & Fitriyani, 2024). Mahasiswa, sebagai agen perubahan dan intelektual muda, memiliki potensi besar untuk mengembangkan ide-ide bisnis inovatif dalam industri teh, mulai dari formulasi rasa baru, metode penyajian yang unik, hingga strategi pemasaran yang kreatif (Delza et al., 2021).

Inovasi produk teh oleh mahasiswa tidak hanya memberikan nilai tambah bagi industri, tetapi juga memberikan pengalaman berharga dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan, seperti kemampuan problem-solving, pengambilan keputusan, dan manajemen risiko (Hazzelia & Purnomo, 2021). Kewirausahaan telah lama diakui sebagai motor penggerak pertumbuhan sosioekonomi suatu negara, menjadi semakin penting dalam menghadapi tantangan globalisasi yang menuntut kreativitas dan inovasi (Aqmala et al., 2020). Mahasiswa yang terlibat dalam kewirausahaan sejak dini akan memiliki keunggulan kompetitif di pasar kerja, serta mampu menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat (Sumarno et al., 2018).

Selain itu, keterlibatan mahasiswa dalam kewirausahaan dapat mendorong pengembangan ekosistem inovasi di lingkungan kampus, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas pendidikan dan penelitian serta diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia, serta meningkatkan daya saing bangsa di tingkat global.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis praktik kewirausahaan yang dilakukan oleh mahasiswa dalam mengembangkan inovasi produk teh selama masa perkuliahan. Penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai aspek, mulai dari ide awal, proses pengembangan produk, strategi pemasaran, hingga dampak sosial dan ekonomi yang dihasilkan. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk: mengidentifikasi jenis-jenis inovasi produk teh yang dikembangkan oleh mahasiswa menganalisis faktor-faktor yang mendorong dan menghambat praktik kewirausahaan mahasiswa di bidang teh mengevaluasi dampak inovasi produk teh terhadap pendapatan dan citra merek mahasiswa merumuskan strategi pengembangan kewirausahaan mahasiswa di bidang teh yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Gap Penelitian

Meskipun terdapat banyak penelitian tentang kewirausahaan dan inovasi, penelitian yang secara khusus membahas praktik kewirausahaan mahasiswa dalam inovasi produk teh masih relatif terbatas. Penelitian sebelumnya cenderung fokus pada aspek-aspek umum kewirausahaan, seperti motivasi, karakteristik wirausahawan, dan faktor-faktor keberhasilan bisnis, tanpa memperhatikan konteks industri yang spesifik (Sumarno et al., 2018).

Selain itu, penelitian tentang inovasi produk teh juga lebih banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar, sementara penelitian tentang inovasi produk teh oleh mahasiswa masih jarang ditemukan.

2. LANDASAN TEORI

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teori kewirausahaan, teori inovasi, dan teori pemasaran. Teori kewirausahaan menjelaskan tentang proses penciptaan nilai melalui identifikasi peluang, pengembangan ide, dan implementasi bisnis (Tananda et al., 2025). Teori inovasi menjelaskan tentang proses pengembangan produk atau jasa baru yang memiliki nilai tambah bagi pelanggan. Teori pemasaran menjelaskan tentang strategi untuk mempromosikan dan menjual produk atau jasa kepada pelanggan. Kewirausahaan dapat dipandang sebagai suatu metode atau teknik yang digunakan dalam melaksanakan aktivitas agar tujuan pendidikan kewirausahaan dapat dicapai secara efektif dan efisien (Sumarno et al., 2018).

Tiga aspek penting dalam pendidikan kewirausahaan meliputi aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap (Dharmawati et al., 2020). Keluarga, status sosial ekonomi, dan norma budaya, juga memainkan peran penting dalam membentuk sikap siswa terhadap kewirausahaan (Tananda et al., 2025). Individu dari keluarga wirausahawan atau mereka yang terpapar panutan wirausaha lebih cenderung menunjukkan minat dalam berwirausaha (Tananda et al., 2025).

Pendidikan kewirausahaan harus mempertimbangkan aspek personal dan sosial siswa, seperti menciptakan komunitas belajar yang suportif atau program mentoring (Tananda et al., 2025). Dalam konteks penelitian ini, teori-teori tersebut akan digunakan untuk menganalisis praktik kewirausahaan mahasiswa dalam mengembangkan inovasi produk teh, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan mereka. Selain itu, teori *Theory of Planned Behavior* dapat digunakan untuk memahami bagaimana norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan sikap mempengaruhi intensi mahasiswa untuk berwirausaha (Maranata & Wijaya, 2021).

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan mahasiswa yang terlibat dalam kewirausahaan produk teh, observasi langsung terhadap proses produksi dan pemasaran, serta analisis dokumen-dokumen terkait, seperti proposal bisnis, laporan keuangan, dan materi promosi. Pemilihan informan dilakukan secara purposif dengan kriteria mahasiswa yang memiliki usaha produk teh yang inovatif, memiliki pengalaman dalam mengembangkan produk teh, dan bersedia untuk diwawancarai.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif dan interpretatif untuk mengidentifikasi pola-pola umum, tema-tema penting, dan kasus-kasus unik yang relevan dengan tujuan penelitian. Untuk menjaga keabsahan data, dilakukan triangulasi data dari berbagai sumber dan metode, serta member checking dengan informan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik Kewirausahaan Mahasiswa dalam Inovasi Produk Teh

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik kewirausahaan mahasiswa dalam inovasi produk teh sangat beragam, mulai dari pengembangan produk teh dengan rasa dan aroma yang unik, penggunaan bahan-bahan alami dan organik, hingga pengemasan yang menarik dan ramah lingkungan. Beberapa mahasiswa juga mengembangkan produk teh dengan manfaat kesehatan tertentu, seperti teh herbal untuk relaksasi, teh detoksifikasi, atau teh peningkat imunitas. Inovasi produk teh ini tidak hanya didasarkan pada kreativitas dan ide-ide baru, tetapi juga pada pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi konsumen, serta tren pasar terkini.

Mahasiswa juga memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk teh mereka, seperti melalui media sosial, e-commerce, dan aplikasi mobile. Selain itu, beberapa mahasiswa juga menjalin kerjasama dengan petani teh lokal untuk mendapatkan bahan baku berkualitas tinggi dan mendukung perekonomian lokal.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan dan Kegagalan

Analisis lebih lanjut mengungkapkan beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan praktik kewirausahaan mahasiswa dalam inovasi produk teh. Faktor-faktor yang mendukung keberhasilan antara lain adalah kreativitas dan inovasi, kualitas produk, pemasaran yang efektif, manajemen keuangan yang baik, serta dukungan dari keluarga, teman, dan mentor. Selain itu, kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan persaingan juga menjadi faktor penting.

Di sisi lain, faktor-faktor yang menghambat keberhasilan antara lain adalah keterbatasan modal, kurangnya pengalaman bisnis, kesulitan dalam mencari bahan baku berkualitas, persaingan yang ketat, serta regulasi yang kompleks.

Inovasi produk merupakan faktor penting dalam keberhasilan kewirausahaan (Foster et al., 2019). Inovasi produk memungkinkan perusahaan untuk membedakan diri dari pesaing, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan profitabilitas (Kholik & Rahmi, 2023). Selain itu, penelitian ini juga mengkonfirmasi pentingnya faktor-faktor internal, seperti kreativitas,

kualitas produk, dan manajemen keuangan, serta faktor-faktor eksternal, seperti dukungan lingkungan dan kondisi pasar, dalam mempengaruhi kinerja kewirausahaan.

Pengetahuan subjektif dan ide hedonis belanja telah meningkatkan aktualisasi dari produk baru (Nasution & Astuti, 2013). Namun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan yang dihadapi oleh mahasiswa dalam berwirausaha, seperti keterbatasan modal dan pengalaman bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan perlu memberikan perhatian lebih pada pengembangan keterampilan praktis dan penyediaan akses ke sumber daya keuangan dan mentorship. Pentingnya integrasi tenaga kerja dan dukungan dari perguruan tinggi dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan layanan publik yang inovatif (Ulfa & Frinaldi, 2025). Penelitian ini juga menyoroti pentingnya dukungan dari keluarga, teman, dan mentor dalam memotivasi dan membimbing mahasiswa dalam berwirausaha (Dolonseda et al., 2024). Pendidikan harus menekankan simulasi, pemecahan masalah, dan pengembangan karakter (Tananda et al., 2025).

Pentingnya dukungan sosial dan lingkungan dalam mendorong minat dan keberhasilan mahasiswa dalam berwirausaha (Tananda et al., 2025) (Dolonseda et al., 2024). Kolaborasi antara pendidik dan orang tua diperlukan untuk mengoptimalkan potensi kewirausahaan siswa (Ismawati et al., 2024). Pendidikan kewirausahaan memainkan peran penting dalam membentuk pola pikir dan niat kewirausahaan, namun efektivitasnya tergantung pada kemampuannya untuk mempengaruhi faktor psikologis internal seperti efikasi diri (Tananda et al., 2025).

Oleh karena itu, perguruan tinggi dan pemerintah perlu menciptakan ekosistem kewirausahaan yang kondusif, yang meliputi penyediaan program pelatihan, pendampingan, akses ke modal, serta regulasi yang mendukung. Peningkatan literasi ekonomi di kalangan mahasiswa dapat menjadi langkah strategis untuk mendorong minat berwirausaha di kalangan generasi muda (Dolonseda et al., 2024). Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan untuk meningkatkan literasi ekonomi dan keuangan dalam kurikulum guna mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan dunia usaha. Literasi ekonomi dan keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Dolonseda et al., 2024). (Dolonseda et al., 2024)

Mahasiswa yang memiliki orientasi kewirausahaan dan persepsi positif terhadap dukungan dari perguruan tinggi cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk memulai bisnis (Hubbansyah et al., 2023). Secara keseluruhan, literasi ekonomi dan literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Dolonseda et al., 2024). Selain itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait juga diperlukan untuk menciptakan

iklim kewirausahaan yang kondusif bagi mahasiswa. Faktor kontekstual dan kepribadian memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Tegowati et al., 2019). Peningkatan minat berwirausaha dapat dilakukan dengan meningkatkan kompetensi dan motivasi melalui pelatihan.

Implikasi Manajerial

Bagi perguruan tinggi, penelitian ini memberikan masukan untuk mengembangkan kurikulum kewirausahaan yang lebih relevan dan efektif. Kurikulum tersebut perlu mencakup pengembangan keterampilan praktis, seperti manajemen keuangan, pemasaran, dan operasional, serta penyediaan akses ke sumber daya keuangan dan mentorship. Selain itu, perguruan tinggi juga perlu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi kewirausahaan, seperti menyediakan inkubator bisnis, program pendampingan, dan jaringan alumni yang sukses.

Bagi mahasiswa, penelitian ini memberikan motivasi untuk mengembangkan diri dan meningkatkan kompetensi dalam berwirausaha. Mahasiswa perlu proaktif mencari pengalaman bisnis, mengikuti pelatihan kewirausahaan, dan membangun jaringan dengan pengusaha sukses. Selain itu, mahasiswa juga perlu memiliki keberanian untuk mengambil risiko dan belajar dari kegagalan. Pengembangan pendidikan kewirausahaan bagi mahasiswa dapat dilakukan dengan memasukkan program inkubasi bisnis.

Bagi pemerintah, penelitian ini memberikan masukan untuk menciptakan kebijakan yang mendukung kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Kebijakan tersebut dapat berupa penyediaan akses ke modal, program pelatihan, serta regulasi yang mendukung. Pentingnya literasi keuangan dalam konteks kewirausahaan tidak dapat diabaikan (Dolonseda et al., 2024). Perguruan tinggi memiliki peran krusial dalam menanamkan pemahaman yang mendalam tentang pengelolaan keuangan kepada mahasiswa, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan finansial dalam dunia bisnis (Wahyuni & Rismawati, 2020) (Octaviani et al., 2021). Pemerintah juga perlu mempromosikan kewirausahaan sebagai pilihan karir yang menarik bagi generasi muda (Prasetya & Ariska, 2021).

Tantangan dan Peluang dalam Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Inovasi Produk Teh

Kewirausahaan di kalangan mahasiswa, khususnya dalam inovasi produk teh, menghadirkan sejumlah tantangan dan peluang yang unik. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan modal, yang seringkali menjadi hambatan bagi mahasiswa untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka (Sumarno et al., 2018). Selain itu, kurangnya pengalaman bisnis juga dapat menjadi kendala, karena mahasiswa mungkin belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk mengelola bisnis secara efektif. Namun, di balik tantangan

tersebut, terdapat pula berbagai peluang yang menjanjikan. Inovasi produk teh, misalnya, menawarkan potensi pasar yang besar, mengingat teh merupakan minuman yang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Mahasiswa memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi, sehingga mampu menciptakan produk teh yang unik dan menarik.

Faktor budaya juga memainkan peran penting dalam membentuk minat kewirausahaan di kalangan mahasiswa (Tananda et al., 2025). Budaya yang mendukung inovasi, kreativitas, dan pengambilan risiko akan mendorong mahasiswa untuk berani memulai bisnis sendiri (Delza et al., 2021; Khamimah, 2021). Selain itu, lingkungan sosial juga dapat memengaruhi minat kewirausahaan mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki jaringan pertemanan dengan pengusaha sukses cenderung lebih termotivasi untuk berwirausaha. Kewirausahaan di kalangan mahasiswa merupakan fenomena yang menarik dan penting untuk diteliti lebih lanjut.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, artikel ilmiah ini menyoroti pentingnya analisis praktik kewirausahaan mahasiswa, khususnya dalam konteks inovasi produk teh. Hal ini selaras dengan temuan yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki dampak positif terhadap pola pikir dan niat kewirausahaan siswa (Tananda et al., 2025). Peningkatan minat berwirausaha dapat dilakukan dengan meningkatkan kompetensi dan motivasi melalui pelatihan. Penelitian ini juga menggarisbawahi bahwa minat berwirausaha saja tidak cukup untuk menjamin keberhasilan bisnis. Oleh karena itu, mahasiswa perlu mengembangkan kompetensi yang relevan, seperti manajemen keuangan, pemasaran, dan operasional.

Sebagai saran, penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel penelitian ke perguruan tinggi lain di Indonesia, serta mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, seperti modal sosial, dukungan keluarga, dan kebijakan pemerintah. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode penelitian campuran (kualitatif dan kuantitatif) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena ini.

Mahasiswa yang memiliki jiwa kewirausahaan akan mampu menciptakan lapangan kerja baru, menghasilkan produk dan layanan inovatif, serta meningkatkan daya saing bangsa. Oleh karena itu, semua pihak perlu bekerja sama untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan yang kondusif bagi mahasiswa, sehingga mereka dapat menjadi agen perubahan yang membawa kemajuan bagi Indonesia.

References

- 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. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v22i1.10858>
- Budiyanto, F., & Fitriyani, Z. A. (2024). Pendekatan strategi pemasaran untuk meningkatkan niat beli ulang produk es teh melalui variabel antara kepuasan pelanggan. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 4(4), 453. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v4i4.3467>
- Delza, D. G., Perwira, H., Ahyani, I., Siregar, Y. H., & Vebrianto, R. (2021). Build an entrepreneurial spirit in society. *Tasnim Journal for Community Service*, 2(1), 9. <https://doi.org/10.55748/tasnim.v2i1.55>
- Dharmawati, D. M., Nadiroh, N., & Marini, A. (2020). Developing entrepreneurship education model in improving the skills of recycling of elementary school students. *Al Ibtida: Jurnal Pendidikan Guru MI*, 7(1), 117. <https://doi.org/10.24235/al.ibtida.snj.v7i1.5127>
- Dolonseda, H. P., Manongko, A., & Arsana, I. K. S. A. (2024). Analisis dampak literasi ekonomi dan literasi keuangan terhadap minat berwirausaha: Sebuah studi pada mahasiswa pendidikan ekonomi. *SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 4(4), 495. <https://doi.org/10.51878/social.v4i4.3581>
- Foster, B., Hermawan, W., & Rahmayanti, R. (2019). Empowerment of local brand awareness through packaging uniqueness and its impact on purchasing interest. *Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 4(1), 16. <https://doi.org/10.25124/demandia.v4i01.1970>
- Hazzelia, D., & Purnomo, D. (2021). Strategi pengembangan produk pada startup Trafeeka Coffee dengan penambahan rempah sebagai variasi rasa. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(2), 442. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.02.14>
- Hubbansyah, A. K., Hilmiyah, N., & Derriawan, D. (2023). What determinants influence students to start their business? Empirical evidence from Universitas Pancasila. *INQUISITIVE: International Journal of Economic*, 3(2), 123. <https://doi.org/10.35814/inquisitive.v3i2.5082>
- Indarto, I., & Prawihatmi, C. Y. (2021). Faktor-faktor pendorong minat wirausaha startup. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(3), 207. <https://doi.org/10.26623/jreb.v14i3.4534>
- Ismawati, A. Y., Elpisah, E., & Syarifuddin, S. (2024). Pengaruh guru kelas dan orangtua terhadap minat kewirausahaan siswa sekolah dasar. *SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 4(3), 204. <https://doi.org/10.51878/social.v4i3.3319>
- Khamimah, W. (2021). Peran kewirausahaan dalam memajukan perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i3.9676>
- Kholik, A., & Rahmi, D. (2023). Strategi pengembangan UMKM makanan dan minuman di Kelurahan Tamansari Kota Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 133. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v3i2.2796>
- Maranata, B. H., & Wijaya, T. M. (2021). Pengaruh subjective norms, perceived behavior control, attitude terhadap intensi mahasiswa menjadi wirausaha. *Applied Research in Management and Business*, 1(2), 54. <https://doi.org/10.53416/arimbi.v1i2.43>

- Nasution, R. A., & Astuti, N. C. (2013). Consumer innovativeness model of Indonesian young people in adopting electronic products. *ASEAN Marketing Journal*, 4(1). <https://doi.org/10.21002/amj.v4i1.2027>
- Octaviani, F., Renaldi, R., & Sihombing, S. O. (2021). Prediction of entrepreneurial intention and pre-start-up behaviours on entrepreneurial concentrated students. *Jurnal Economica*, 17(2), 238. <https://doi.org/10.21831/economia.v17i2.35910>
- Prasetya, H., & Ariska, R. A. (2021). Pengaruh lingkungan keluarga, sikap dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Surakarta Management Journal*, 3(2), 74. <https://doi.org/10.52429/smj.v3i2.751>
- Sumardani, N. L. G., Putri, B. R. T., & Wibawa, A. (2019). Sikap motivasi dan minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Udayana. *Buletin Udayana Mengabdi*, 18(1). <https://doi.org/10.24843/bum.2019.v18.i01.p08>
- Sumarno, S., Gimin, G., Haryana, G., & Saryono, S. (2018). Desain pendidikan kewirausahaan mahasiswa berbasis technopreneurship. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 6(2), 171–186. <https://doi.org/10.26740/jepk.v6n2.p171-186>
- Tananda, O., Rahman, A., Sari, B. F., Ganefri, G., Yulastri, A., & Fiandra, Y. A. (2025). Systematic literature review: Minat berwirausaha pada siswa sekolah menengah kejuruan. *SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 5(2), 774. <https://doi.org/10.51878/social.v5i2.6191>
- Tegowati, T., Palupi, D., & Rochdianingrum, W. A. (2019). Student's entrepreneurship interest in terms of contextual and personal factor. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.5.2.129>
- Ulfa, S. N., & Frinaldi, A. (2025). Inovasi pemerintah daerah dalam penerapan kebijakan publik dan pelayanan publik. *SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 5(2), 610. <https://doi.org/10.51878/social.v5i2.5965>
- Wahyuni, D. U., & Rismawati, R. (2020). Education entrepreneurship, self-effication and family environment on the spirit of students business entrepreneurs through personality. *Deleted Journal*, 10(3), 439. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i3.009>