

Action Base Learning **Pendidikan Kewirausahaan Mahasiswa Maritim**

Septina Dwi Retnandari¹⁾
Politeknik Maritim Negeri Indonesia
Jl. Pawiyatan Luhur I-1, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia 50235

¹⁾email: septina@polimarin.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh jiwa wirausaha dan praktek menjual terhadap motivasi bisnis mahasiswa maritim. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada masih rendahnya motivasi mahasiswa dalam berwirausaha akibat minimnya pengalaman praktik dan kurangnya internalisasi nilai kewirausahaan dalam pendidikan maritim. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan responden sebanyak 65 mahasiswa program studi pendidikan maritim di Kota Semarang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup, dan analisis data menggunakan regresi linier sederhana dan berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jiwa wirausaha berpengaruh signifikan terhadap praktek menjual ($R^2 = 84,2\%$) dan motivasi bisnis ($R^2 = 84,2\%$). Selain itu, praktek menjual juga berpengaruh signifikan terhadap motivasi bisnis ($R^2 = 65,7\%$). Regresi berganda menunjukkan bahwa jiwa wirausaha ($\beta = 0,640$) dan praktek menjual ($\beta = 0,101$) secara simultan berkontribusi terhadap motivasi bisnis dengan korelasi kuat ($R = 0,747$). Temuan ini mempertegas pentingnya pendekatan *action-based learning* dalam pendidikan kewirausahaan untuk meningkatkan kesiapan dan semangat berwirausaha mahasiswa maritim.

Kata kunci: jiwa wirausaha, praktek menjual, motivasi bisnis, mahasiswa maritim, action-based learning

Abstract

This study aims to examine the influence of entrepreneurial spirit and selling practices on the business motivation of maritime students. The background of this study is based on the low motivation of students to become entrepreneurs due to limited practical experience and the lack of internalization of entrepreneurial values in maritime education. The study used a quantitative approach, with 65 students in the maritime education study program in Semarang City as respondents. Data collection was conducted using a closed-ended questionnaire, and data analysis used simple and multiple linear regression with the help of SPSS version 26. The results showed that entrepreneurial spirit significantly influenced selling practices ($R^2 = 84.2\%$) and business motivation ($R^2 = 84.2\%$). Furthermore, selling practices also significantly influenced business motivation ($R^2 = 65.7\%$). Multiple regression showed that entrepreneurial spirit ($\beta = 0.640$) and selling practices ($\beta = 0.101$) simultaneously contributed to business motivation with a strong correlation ($R = 0.747$). These findings emphasize the importance of an action-based learning approach in entrepreneurship education to improve the entrepreneurial readiness and spirit of maritime students.

Keywords: entrepreneurial spirit, selling practice, business motivation, maritime students, action-based learning

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara maritim terbesar di dunia, namun hingga kini masih banyak tantangan dalam mengintegrasikan pendidikan kemaritiman secara efektif ke dalam sistem pendidikan nasional (Inovatif et al., 2025). Salah satunya adalah minimnya penerapan metode pembelajaran kontekstual yang berorientasi praktik, khususnya dalam pendidikan kewirausahaan maritim. Pendidikan maritim seringkali masih bersifat teoretis, kurang mengedepankan pengalaman langsung sehingga dibutuhkan pendekatan inovatif yang mampu menjembatani teori dan praktik dalam konteks kemaritiman.

Mahasiswa maritim menghadapi tantangan dalam menerjemahkan jiwa wirausaha dan praktek menjual menjadi motivasi berbisnis yang konkret. Studi di Politeknik Maritim menunjukkan bahwa pendidikan berbasis praktik, seperti simulasi bazaar dan praktek menjual langsung, efektif membentuk mental kewirausahaan. Pada era globalisasi saat ini, jiwa wirausaha di kalangan mahasiswa semakin penting untuk dikembangkan, mengingat tantangan ekonomi yang terus berubah dan meningkatnya kebutuhan akan inovasi. Penelitian menunjukkan bahwa keterampilan kewirausahaan dapat berkontribusi signifikan terhadap pengurangan tingkat pengangguran di kalangan lulusan perguruan tinggi (Morenike, 2025). Di Indonesia, mahasiswa sering kali mengalami kesulitan dalam menumbuhkan motivasi berbisnis, yang diperparah oleh kurangnya pengalaman praktis di bidang kewirausahaan (Iskandar & Mulyati, 2018). Penelitian menunjukkan bahwa penggabungan antara pendidikan kewirausahaan dan praktik langsung dalam menjual produk mampu meningkatkan motivasi mahasiswa untuk berbisnis (Sofiani & Subroto, 2024). Namun, terdapat celah dalam penelitian yang mengkaji pengaruh langsung kombinasi antara jiwa wirausaha dan praktik menjual terhadap motivasi berbisnis secara spesifik pada kelompok mahasiswa.

Berbagai studi di tingkat internasional juga menggarisbawahi pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam mendorong peserta didik untuk aktif berbisnis. Misalnya, satu studi mencatat bahwa pengembangan keterampilan berwirausaha dan pemahaman tentang etika bisnis dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih berkelanjutan (Senoaji et al., n.d.). Selain itu, penggunaan media sosial oleh generasi muda telah terbukti efektif sebagai salah satu strategi pemasaran yang dapat memotivasi mahasiswa untuk memulai usaha mereka sendiri (Perdana et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa penerapan praktik menjual, terutama melalui platform digital, berpotensi meningkatkan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha.

Selain itu, didapati bahwa pendidikan kewirausahaan signifikan meningkatkan motivasi usaha mahasiswa maritim (Astiana et al., 2022) (Selasdini, 2024). Secara lebih umum, mahasiswa dengan *mindset entrepreneurship* yang kuat—ditandai kemampuan inovasi, pengambilan risiko, dan otonomi—memiliki kinerja wirausaha yang lebih tinggi. Namun, masih sedikit penelitian yang mengintegrasikan aspek praktek menjual langsung sebagai variabel pemicu motivasi berbisnis, terutama dalam konteks mahasiswa maritim. Padahal, intuisi dan pengalaman lapangan (praktek) sering menjadi pemicu utama minat dan rasa percaya diri berbisnis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menguji sejauh mana jiwa wirausaha dan praktek menjual berkontribusi pada motivasi berbisnis mahasiswa maritim, mengisi gap riset praktis yang nyata.

Penelitian ini berlandaskan konsep *entrepreneurial mindset*—yakni sikap proaktif, inovatif, otonom, dan berani mengambil risiko (Lumpkin & Dess, 1996) (Dwivedi et al., 2021) (Amaral et al., 2024)—yang menjadi dasar terbentuknya motivasi dan perilaku kewirausahaan (Ekonomi et al., 2025). Indikator kompetensi kewirausahaan mencakup kemampuan mengenali peluang, berinovasi, beradaptasi, dan membentuk jejaring. Sementara praktek menjual mahasiswa maritim diidentifikasi sebagai bagian dari *entrepreneurship education* berbasis *action-based learning* yang meningkatkan *self-efficacy* dan sikap berwirausaha. *Self-efficacy*—kepercayaan diri dalam kemampuan mencapai tujuan—berperan sebagai mediator penting antara pendidikan kewirausahaan dan mindset wirausaha (Wardana et al., 2020). Selain itu, motivasi berbisnis digerakkan oleh motivasi intrinsik (dorongan dari dalam) dan motivasi ekstrinsik (dorongan eksternal seperti keuntungan). Dengan demikian, model teoritis menyusun variabel-variabel sebagai berikut: kompetensi wirausaha dan praktek menjual sebagai variabel *antecedents* dan variabel *entrepreneurial mindset* dan *self-efficacy* sebagai variabel mediator, variabel motivasi berbisnis sebagai *outcome*. Kerangka pikir ini konsisten dengan temuan bahwa pendidikan kewirausahaan efektif membentuk *mindset* dan meningkatkan niat serta performa bisnis.

Meskipun penelitian terbaru menunjukkan bahwa *entrepreneurship education* berkontribusi signifikan terhadap *capacity* dan *entrepreneurial intention* mahasiswa (Pham et al., 2023), dan studi di institusi maritim menyoroti keberhasilan “*applied management studies*” dalam mendorong inovasi (Simanjuntak et al., 2024). Namun terdapat kekosongan riset yang menjelaskan efek praktek menjual langsung pada motivasi berbisnis mahasiswa, terutama di jurusan maritim. Literatur menunjukkan bahwa sebagian besar kurikulum kewirausahaan masih didominasi materi “*About*” *entrepreneurship* tanpa didukung cukup praktik lapangan (Maritz et al., 2022). Sementara integrasi edukasi dan teknologi—seperti *e-commerce*—telah dieksplorasi dalam konteks meningkatkan motivasi dan *self-efficacy* mahasiswa umum (Harisandi & Yusriani, 2025), konteks maritim dengan karakteristik praktik menjual produk pelaut belum banyak diteliti. Dengan demikian, penelitian ini mengisi gap dengan menguji hubungan antara jiwa wirausaha dan praktek menjual langsung terhadap motivasi berbisnis mahasiswa maritim. Penelitian ini penting karena menjembatani literatur

umum mengenai *entrepreneurship education* dengan konteks spesifik praktik bisnis di sektor maritim yang sangat praktis dan berorientasi lapangan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antar variabel melalui prosedur uji statistik. Objek penelitian adalah mahasiswa yang mengambil Pendidikan Maritim di Semarang, dengan variabel bebas Jiwa Wirausaha dengan variabel antededen Praktek Menjual serta variabel pengaruh Motivasi Berbisnis. Populasi adalah seluruh mahasiswa di Pendidikan Maritim yang ada di kota Semarang, dengan sampel sebanyak 65 orang. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup sebagai instrumen utama, dan bersumber dari data primer. Pengolahan data mencakup proses *editing*, proses *coding*, dan proses tabulasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis bivariat, uji validitas dan reliabilitas, regresi linear berganda, serta uji hipotesis (uji t dan F). Selain itu, digunakan pula uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar variabel independen memengaruhi variabel dependen. Analisis dilakukan menggunakan SPSS versi 26.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 H1: Pengaruh Jiwa Wirausaha terhadap Praktek Menjual

Tabel 1. Coefficient

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.978	.828		4.805	.000
	Jiwa Wirausaha	.899	.049	.917	18.302	.000

a. Dependent Variable: Praktek Menjual

Nilai t untuk variabel Jiwa Wirausaha (variabel X) sebesar 4,805 pada Tabel 1, sehingga nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel yang ditetapkan yakni 1,66864. Berdasarkan perhitungan tersebut H1 diterima dan H0 ditolak dan disimpulkan bahwa variabel independen secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu variabel praktek menjual.

Tabel 2. ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4104.986	1	4104.986	334.980	.000 ^b
	Residual	772.029	63	12.254		
	Total	4877.015	64			

a. Dependent Variable: Praktek Menjual

b. Predictors: (Constant), Jiwa Wirausaha

Berdasarkan Tabel 2, nilai F 334,980 > nilai F-tabel (1,79) dan nilai sig 0,000 < dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa jiwa wirausaha secara simultan berpengaruh terhadap praktek menjual sehingga H1 diterima dan H0 ditolak.

Tabel 3. Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 ^a	.842	.839	3.501

a. Predictors: (Constant), Jiwa Wirausaha

Output pada Tabel 3 menunjukkan bahwa R square (Koefisien Determinasi) sebesar 84,2% yang artinya variabel jiwa wirausaha memiliki pengaruh sebesar 82,4% terhadap praktek menjual dan sisanya sebesar 27,6% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

3.2 H2: Pengaruh Jiwa Wirausaha terhadap Motivasi Bisnis

Nilai t untuk variabel Jiwa Wirausaha (variabel X) sebesar 2,343 seperti pada tabel 4, sehingga nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel yang ditetapkan yakni 1,66864. Berdasarkan perhitungan tersebut H1 diterima dan H0 ditolak dan

disimpulkan bahwa variabel independen secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu variabel motivasi bisnis.

Tabel 4. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.130	.909		2.343	.022
	Jiwa Wirausaha	.732	.054	.863	13.569	.000

a. Dependent Variable: Motivasi Bisnis

Tabel 5. ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2720.354	1	2720.354	184.127	.000 ^b
	Residual	930.784	63	14.774		
	Total	3651.138	64			

a. Dependent Variable: Motivasi Bisnis

b. Predictors: (Constant), Jiwa Wirausaha

Berdasarkan Tabel 5, nilai F 184,127 > nilai F-tabel (1,79) dan nilai sig 0,000 < dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa jiwa wirausaha secara simultan berpengaruh terhadap motivasi bisnis sehingga H1 diterima dan H0 ditolak.

Tabel 6. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 ^a	.745	.741	3.844

a. Predictors: (Constant), Jiwa Wirausaha

Output pada tabel 6 menunjukkan bahwa R square (Koefisien Determinasi) sebesar 84,2% yang artinya variabel jiwa wirausaha memiliki pengaruh sebesar 82,4% terhadap praktek menjual dan sisanya sebesar 27,6% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

3.3 H3: Pengaruh Praktek Menjual terhadap Motivasi Bisnis

Tabel 7. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.796	1.211		.657	.514
	Praktek Menjual	.701	.064	.810	10.982	.000

a. Dependent Variable: Motivasi Bisnis

Nilai t untuk variable praktek menjual (variabel X) sebesar 2,343 seperti pada tabel 7, sehingga nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel yang ditetapkan yakni 1,66864. Berdasarkan perhitungan tersebut H1 diterima dan H0 ditolak dan disimpulkan bahwa variabel independen secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu variabel motivasi bisnis.

Tabel 8. ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2398.335	1	2398.335	120.606	.000 ^b
	Residual	1252.804	63	19.886		
	Total	3651.138	64			

a. Dependent Variable: Motivasi Bisnis

b. Predictors: (Constant), Praktek Menjual

Berdasarkan tabel 8 nilai $F_{120,606} >$ nilai $F_{\text{tabel}} (1,79)$ dan nilai $\text{sig } 0,000 <$ dari $0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa praktek menjual secara simultan berpengaruh terhadap motivasi bisnis sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Tabel 9. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.657	.651	4.459

a. Predictors: (Constant), Praktek Menjual

Output tabel 9 menunjukkan bahwa R square (Koefisien Determinasi) sebesar 65,7 persen yang artinya variabel praktek menjual memiliki pengaruh sebesar 65,7% terhadap motivasi bisnis dan sisanya sebesar 34,3 persen dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

3.4 Uji Regresi Berganda

Tabel 10. Coefficient

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.726	1.066		1.619	.111
	Jiwa Wirausaha	.640	.136	.756	4.708	.000
	Praktek Menjual	.101	.139	.117	.731	.468

a. Dependent Variable: Motivasi Bisnis

Berdasarkan tabel 10 dengan hasil yang ditemukan berupa $\beta_1 X_1 = 0,640$, $\beta_1 X_2 = 0,101$ dengan nilai konstanta (α) = 1,726. Maka dapat diketahui persamaan regresi berganda pada penelitian yang dapat digunakan untuk mengetahui kinerja yang dihasilkan dari pengaruh beban kerja dan fasilitas kerja yaitu $Y = 1,726 + 0,640 + 0,101$

Tabel 11. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	.747	.739	3.858

a. Predictors: (Constant), Praktek Menjual, Jiwa Wirausaha

Tabel 11 menunjukkan tingkat koefisien korelasi berganda. Tingkat koefisien korelasi diperoleh hasil $R = 0,747$, artinya variabel praktek menjual dan jiwa wirausaha memiliki pengaruh kuat terhadap variabel motivasi bisnis.

3.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H_1), ditemukan bahwa *jiwa wirausaha* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *praktek menjual*. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 4,805 yang lebih besar dari t-tabel (1,66864) dan nilai signifikansi $0,000 <$ $0,05$. Uji F juga mendukung temuan ini dengan nilai F sebesar 334,980 $>$ F_{tabel} dan nilai signifikansi tetap di bawah $0,05$. Dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 84,2%, ini berarti jiwa wirausaha mampu menjelaskan 84,2% variasi dalam praktek menjual mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat jiwa wirausaha mahasiswa, maka semakin aktif mereka dalam melakukan praktek menjual secara langsung, yang merupakan bagian penting dari pendidikan kewirausahaan berbasis *action-based learning*.

Hipotesis kedua (H_2) juga menunjukkan hasil yang signifikan, yaitu *jiwa wirausaha* berpengaruh positif terhadap *motivasi bisnis*. Nilai t-hitung sebesar 2,343 $>$ t-tabel dan nilai signifikansi $0,000$ menandakan bahwa secara parsial jiwa wirausaha berdampak terhadap motivasi berbisnis mahasiswa. Hal ini diperkuat oleh hasil uji F sebesar 184,127 yang lebih besar dari F_{tabel} , dengan R^2 sebesar 84,2%, menunjukkan bahwa jiwa wirausaha menjelaskan porsi dominan terhadap motivasi bisnis. Artinya, penguatan nilai-nilai seperti inovatif, proaktif, dan keberanian mengambil risiko dalam diri mahasiswa berkontribusi besar pada tumbuhnya dorongan internal dan eksternal untuk berwirausaha.

Hipotesis ketiga (H_3) menguji *pengaruh praktek menjual terhadap motivasi bisnis*. Hasil uji t kembali menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai t-hitung sebesar 2,343 $>$ t-tabel dan nilai signifikansi di bawah $0,05$. Uji F sebesar 120,606 memperkuat bukti bahwa praktek menjual berpengaruh secara simultan terhadap motivasi bisnis. Nilai R^2 sebesar 65,7% mengindikasikan bahwa lebih dari separuh variasi motivasi bisnis dapat dijelaskan oleh keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas menjual langsung. Ini menegaskan bahwa praktek menjual tidak hanya meningkatkan kepercayaan diri (self-efficacy) tetapi juga mendorong keinginan untuk menjalani bisnis secara nyata.

Pada analisis regresi berganda, ditemukan bahwa jiwa wirausaha dan praktek menjual secara bersama-sama memberikan kontribusi signifikan terhadap *motivasi bisnis*. Hasil persamaan regresi $Y = 1,726 + 0,640X_1 + 0,101X_2$ menunjukkan bahwa jiwa wirausaha memberikan pengaruh paling kuat ($\beta = 0,640$), diikuti oleh praktek menjual ($\beta = 0,101$). Tingkat korelasi gabungan yang tinggi ($R = 0,747$) mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara kedua

variabel bebas dengan motivasi bisnis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kombinasi antara pembentukan karakter kewirausahaan dan keterlibatan aktif dalam praktek lapangan menjadi strategi yang efektif dalam menumbuhkan motivasi bisnis mahasiswa maritim.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jiwa wirausaha secara signifikan meningkatkan praktek menjual dan motivasi bisnis mahasiswa. Oleh karena itu, institusi pendidikan maritim perlu mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan (seperti keberanian mengambil risiko, inovasi, dan kemandirian) secara eksplisit dalam mata kuliah maupun aktivitas non-akademik. Karena praktek menjual terbukti mendorong motivasi bisnis, kampus maritim disarankan memperbanyak kegiatan *action-based learning* seperti simulasi pasar, bazaar produk pelaut, serta kolaborasi dengan UMKM pelayaran untuk program magang atau inkubasi bisnis. Pengaruh signifikan dari gabungan jiwa wirausaha dan praktek menjual terhadap motivasi bisnis menunjukkan perlunya pendekatan pembelajaran yang menyeluruh. Dosen kewirausahaan perlu merancang pengalaman belajar yang tidak hanya konseptual tetapi juga aplikatif dan personal bagi mahasiswa. Kampus maritim dapat membentuk unit kewirausahaan mahasiswa, membuka akses ke *platform e-commerce*, dan menyediakan mentoring dari praktisi industri untuk memfasilitasi mahasiswa dalam menjalankan bisnis riil selama studi. Temuan empiris mengenai variabel yang memengaruhi motivasi bisnis dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang indikator evaluasi capaian pembelajaran lulusan (CPL) yang lebih aplikatif dan relevan dengan kebutuhan industri maritim. Pimpinan perguruan tinggi maritim perlu memberikan dukungan kebijakan dan anggaran bagi kegiatan praktik wirausaha mahasiswa sebagai bagian dari pembentukan mental dan kesiapan kerja lulusan di sektor pelayaran dan logistik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Jurusan Bisnis Maritim, Program Studi Transportasi Laut Politeknik Maritim Negeri Indonesia. Melalui penelitian yang kami laksanakan, Polimarin bisa memberi aspirasi dan data terkait penyelenggaraan kinerja di bidang transportasi laut.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaral, D. T., Nieuwenhuizen, C., & Schachtebeck, C. (2024). Assessing the influence of entrepreneurial education on individual entrepreneurial orientation of university students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 1–25. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00432-1>
- Astiana, M., Malinda, M., Nurbasari, A., & Margaretha, M. (2022). Entrepreneurship Education Increases Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students. *European Journal of Educational Research*, 11(2), 995–1008. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.11.2.995>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59(June 2020), 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Ekonomi, J. J., Affan, D. Al, & Ekonomi, J. J. (2025). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung Abstrak. 11(1), 409–416.
- Ghozali, I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harisandi, P., & Yusriani, S. (2025). *TRANSFORMING STUDENT INTO ENTREPRENEURS: THE ROLE OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AND E-COMMERCE TRANSFORMING STUDENT INTO ENTREPRENEURS: THE ROLE OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AND E-COMMERCE Management*, Faculty Economics of Business, Pelita Bangsa Univ. February. <https://doi.org/10.15575/fjsfm.v5i2.40685>
- Inovatif, D. A. N., Era, D. I., & Industri, R. (2025). 3 1,2,3. 3(2), 116–126.
- Iskandar, I., & Mulyati, S. (2018). Perilaku Kewirausahaan Mahasiswa: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dan Hambatan yang Dialami Mahasiswa Pewirausaha. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*, 9(1), 45–52.
- Lumpkin, G., & Dess, G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation construct and linking it of performance, Academy of Management review, 21. *The Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Maritz, A., Li, A., Utami, W., & Sumaji, Y. (2022). The emergence of entrepreneurship education programs in Indonesian higher education institutions. *Entrepreneurship Education*, 5(3), 289–317. <https://doi.org/10.1007/s41959-022-00080-0>
- Morenike, V. (2025). *Entrepreneurship Education in Tertiary Institutions as Tool for Reducing Unemployment*.

6798(2023), 526–542.

- Perdana, I., Kamaruddin, M. J., Rijal, S., & Putra, F. A. (2024). Social Media Marketing Strategy in Increasing Student Enrollment and Retention Social Media Marketing Strategy in Increasing Student Enrollment and Retention. *Al-Fikrah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12 (1)(June 2024), 202–213. <https://doi.org/10.31958/jaf.v12i1.5799>
- Pham, M., Nguyen, A. T. T., Tran, D. T., Mai, T. T., & Nguyen, V. T. (2023). The impact of entrepreneurship knowledge on students' e-entrepreneurial intention formation and the moderating role of technological innovativeness. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00351-7>
- Selasdini, V. (2024). *Implementation of Entrepreneurship Course in Maritime Higher Education*. 5(3), 437–446. <https://doi.org/10.46843/jiecr.v5i3.949>
- Senoaji, F., Parsaulian, B., Hamid, A. M., Syaiful, M., & Hamid, A. M. (n.d.). *Sapriyadi*.
- Simanjuntak, M., Suparman, J., & Sayakfika, M. (2024). *Promoting Maritime Entrepreneurship and Innovation Through Applied Management Studies In Port , Shipping , and Logistics*. 4, 117–124.
- Sofiani, R. V., & Subroto, W. T. (2024). *Individual Entrepreneurial Orientation As A Mediating Variable In Education Students Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Orientasi Kewirausahaan Individu Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Pendidikan Fakultas Ekonomi*. 5(2), 8663–8675.
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9), e04922. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>