

Peran Intensi Berwirausaha dan Kecerdasan Emosional Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Diri dan Motivasi Berwirausaha Mahasiswa

The Influence of Entrepreneurial Intention and Emotional Intelligence on University Students' Self-Confidence and Motivation to Become Entrepreneur

Romansyah Sahabuddin^{1*}, Azlan Azhari¹, Rahmat Burhamzah¹

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar, Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90222, Indonesia

Abstrak.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara intensi berwirausaha dan kecerdasan emosional terhadap efikasi diri dan motivasi berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar. Jumlah populasi penelitian sebanyak 409 mahasiswa dari angkatan 2021, dengan jumlah sampel yang ditentukan menggunakan rumus Slovin sebanyak 202 mahasiswa yang tersebar di sembilan kelas rombongan belajar. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, observasi, dan wawancara. Untuk menjawab hipotesis, penelitian ini menggunakan alat analisis Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensi berwirausaha dan kecerdasan emosional memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap efikasi diri dan motivasi berwirausaha mahasiswa. Kesimpulan dari penelitian ini menyarankan pentingnya penguatan kecerdasan emosional dan intensi berwirausaha dalam meningkatkan efikasi diri dan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha.

Kata kunci: Efikasi Diri; Kecerdasan Emosional; Motivasi Berwirausaha; Niat Berwirausaha

Abstract.

The purpose of this study was to analyze the relationship of entrepreneurial intention and emotional quotient on the effect on self efficacy and entrepreneurial motivation of students. This research was conducted at the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Makassar. The total population of 2021 students is 409. The number of samples is determined using the Slovin equation and is known to be 202 students in the class of 2021 who are in nine study group classes. Data collection techniques using questionnaires, observation and interview techniques. The analytical tool used to answer the hypothesis in this study is Structural Equation Modeling analysis.

Keywords: Emotional Quotient; Entrepreneurial motivation; Entrepreneurial Intention; Self efficacy

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan populasi terbesar keempat di dunia, tentunya dengan kondisi seperti itu, membuat negara ini menghadapi tantangan sekaligus peluang dalam mengembangkan potensi sumber daya manusia untuk kemajuan ekonomi. Berdasarkan data Administrasi Kependudukan (Admuduk) per Juli 2023, jumlah penduduk Indonesia mencapai lebih dari 272 juta jiwa. Kondisi demografis ini menempatkan Indonesia dalam posisi strategis untuk menjadi kekuatan ekonomi global, utamanya melalui penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan kewirausahaan. Namun, realitas menunjukkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat dalam dunia kewirausahaan masih tergolong rendah, menjadi

* Korespondensi Penulis
romansyah@unm.ac.id

salah satu hambatan utama dalam memaksimalkan potensi ekonomi nasional.

Dibandingkan dengan negara-negara tetangga di kawasan Asia Tenggara, seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand, tingkat kewirausahaan Indonesia masih tertinggal. Data terkini mengungkapkan bahwa hanya sekitar 3,47% dari total penduduk Indonesia yang berprofesi sebagai wirausahawan (Aputra *et al.*, 2022). Angka ini lebih rendah dibandingkan Malaysia dengan 4,74%, Thailand 4,26%, dan Singapura yang mencapai 8,76%. Ketimpangan ini mencerminkan perlunya strategi yang lebih efektif dan terstruktur untuk mendorong peningkatan jumlah wirausahawan, khususnya di kalangan generasi muda.

Potensi terbesar dalam meningkatkan jumlah wirausahawan terdapat pada kelompok usia produktif, termasuk mahasiswa sebagai bagian dari generasi milenial dan generasi Z. Mahasiswa merupakan populasi yang memiliki akses pada pendidikan tinggi, teknologi informasi, dan keterampilan digital (Aswan, 2023). Kondisi ini memberikan mereka keunggulan dalam menghadapi tantangan dunia usaha yang semakin kompleks. Oleh karena itu, perguruan tinggi memiliki tanggung jawab besar dalam membentuk mindset kewirausahaan, yang tidak hanya berorientasi pada pencarian kerja, tetapi juga pada penciptaan lapangan kerja baru.

Merespons kebutuhan ini, pemerintah Indonesia telah menginisiasi berbagai program untuk mendorong semangat dan kapasitas kewirausahaan di kalangan masyarakat, termasuk mahasiswa. Salah satu program unggulan adalah e-Smart IKM, yang bertujuan mengintegrasikan pelaku industri kecil dan menengah dengan platform digital untuk meningkatkan daya saing mereka. Program ini juga berperan dalam mendorong pelaku usaha pemula untuk lebih adaptif terhadap transformasi digital yang sedang berlangsung.

Keberhasilan e-Smart IKM, yang hingga saat ini telah menjaring sekitar 4.000 pelaku usaha dengan total omzet Rp13 miliar, menunjukkan bahwa dukungan yang tepat dari pemerintah dapat menciptakan dampak signifikan terhadap ekosistem kewirausahaan. Program ini menandakan pentingnya peran negara dalam menciptakan lingkungan yang mendukung bagi pertumbuhan wirausaha baru, khususnya dari kalangan pemuda dan mahasiswa. Selain itu, upaya ini menjadi cerminan bahwa kewirausahaan bukan sekadar inisiatif individu, tetapi hasil sinergi dari berbagai pihak.

Selain program digitalisasi, pemerintah juga menyediakan dukungan dalam

bentuk akses permodalan melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR), pelatihan kewirausahaan, serta program magang industri. Semua inisiatif tersebut dirancang untuk mengatasi hambatan klasik yang sering dihadapi oleh wirausahawan pemula, seperti keterbatasan modal, kurangnya jejaring, dan minimnya pengetahuan pasar. Mahasiswa, dengan bimbingan yang tepat, dapat memanfaatkan fasilitas ini untuk mulai merintis usaha dan menumbuhkan kepercayaan diri dalam berwirausaha.

Kepercayaan diri merupakan salah satu komponen psikologis penting yang menentukan keberhasilan seseorang dalam menjalankan usaha. Mahasiswa yang memiliki kepercayaan diri tinggi cenderung lebih berani mengambil risiko, lebih tangguh dalam menghadapi kegagalan, dan lebih persisten dalam mengembangkan ide-ide kreatif mereka. Kepercayaan diri ini tidak hadir secara otomatis, melainkan terbentuk dari berbagai faktor, termasuk pengalaman, dukungan lingkungan, dan kecerdasan emosional.

Kecerdasan emosional, sebagai kemampuan mengenali, memahami, dan mengelola emosi diri dan orang lain, juga memainkan peran krusial dalam kesuksesan berwirausaha. Mahasiswa dengan tingkat kecerdasan emosional yang tinggi cenderung lebih mampu menghadapi tekanan, membangun hubungan interpersonal yang positif, dan mengelola konflik dalam dunia bisnis (Hanif & Junaidi, 2025). Penguatan aspek emosional ini menjadi penting dalam program pengembangan kewirausahaan mahasiswa. Di samping itu, niat atau intensi berwirausaha menjadi faktor psikologis awal yang mendorong seseorang untuk terlibat dalam kegiatan bisnis. Intensi berwirausaha sering kali menjadi indikator awal dari tindakan nyata dalam membangun dan mengelola usaha. Oleh karena itu, memahami bagaimana intensi terbentuk dan bagaimana kaitannya dengan motivasi serta kepercayaan diri sangat penting untuk strategi pendidikan kewirausahaan yang lebih efektif.

Motivasi berwirausaha yang kuat akan mendorong individu untuk bertindak, menetapkan tujuan, dan terus maju meskipun menghadapi hambatan. Mahasiswa yang memiliki motivasi tinggi dalam berwirausaha akan lebih gigih dalam mengejar peluang, serta tidak mudah menyerah ketika menghadapi kegagalan. Motivasi ini, bila dikombinasikan dengan kepercayaan diri dan kecerdasan emosional, akan menghasilkan wirausahawan yang tangguh dan inovatif. Melihat pentingnya faktor-faktor seperti intensi berwirausaha, kecerdasan emosional, kepercayaan diri, dan motivasi, maka perlu dilakukan kajian yang mendalam mengenai bagaimana

hubungan antarvariabel tersebut, khususnya dalam konteks mahasiswa. Kajian ini akan memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan model pendidikan kewirausahaan yang tidak hanya menekankan aspek teknis, tetapi juga psikologis dan emosional. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika psikologis yang memengaruhi niat dan motivasi mahasiswa dalam berwirausaha.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian survei yang bertujuan untuk mengungkap fakta-fakta terkait fenomena tertentu dengan menggunakan kuesioner sebagai alat utama untuk mengumpulkan data primer. Data tersebut kemudian dievaluasi untuk menarik kesimpulan mengenai sikap dan perilaku mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Negeri Makassar. Desain penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif dan *ex post facto*, yang dirancang untuk mendeskripsikan karakteristik variabel terkait dengan fenomena yang terjadi secara faktual berdasarkan persepsi mahasiswa terhadap intensi kewirausahaan (X1), kecerdasan emosional (X2), keyakinan diri (Y), dan motivasi berwirausaha (Z). Untuk menguji hipotesis penelitian, pendekatan *explanatory research* diterapkan guna menganalisis hubungan antara variabel-variabel tersebut, sesuai dengan metode yang diuraikan oleh (Sofya et al., 2024).

Penelitian ini melibatkan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara langsung dengan responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari Bagian Administrasi dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar, yang relevan dengan variabel yang dikaji dalam penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada tabel 1 dibawah ini, menyajikan statistik deskriptif dari 205 responden mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Negeri Makassar yang mencakup empat variabel utama: minat menabung, pengetahuan, religiusitas, dan uang saku. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pengetahuan menempati posisi tertinggi dengan nilai mean 84.09 (SD=4.976), diikuti oleh religiusitas (mean=65.18; SD=4.816), minat menabung (mean=63.71; SD=5.391), dan uang saku (mean=53.24; SD=4.953). Distribusi nilai yang relatif tinggi pada

variabel pengetahuan dengan range 24 (min=71; max=95) mengindikasikan bahwa secara umum mahasiswa memiliki tingkat pemahaman yang memadai tentang materi perkuliahan atau literasi keuangan, yang merupakan modal penting dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics								
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	mean	Std. Deviation	Variance
Saving Interest	205	26	49	75	13060	63.71	5.391	29.061
Knowledge	205	24	71	95	17238	84.09	4.976	24.757
Religiosity	205	24	51	75	13362	65.18	4.816	23.198
Pocket money	205	24	41	65	10915	53.24	4.953	24.528
Valid N (listwise)	205							

Variabel minat menabung menunjukkan distribusi yang cukup merata dengan range 26 poin (min=49; max=75). Nilai mean 63.71 yang berada di atas midpoint skala mengindikasikan kecenderungan positif mahasiswa terhadap perilaku menabung, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan. Hal ini diperkuat oleh nilai variansi 29.061 yang menunjukkan keragaman yang cukup tinggi dalam minat menabung di antara responden. Temuan ini relevan dengan konteks pendidikan ekonomi dimana pemahaman tentang pentingnya menabung seharusnya telah tertanam melalui proses pembelajaran, namun implementasinya masih bervariasi dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti pola konsumsi dan gaya hidup.

Religiusitas sebagai variabel moderasi menunjukkan distribusi yang stabil dengan mean 65.18 (SD=4.816) dan variansi 23.198. Nilai ini mencerminkan karakteristik responden yang relatif konsisten dalam praktik keagamaan, yang dalam konteks keuangan Islam dapat memengaruhi keputusan menabung atau berinvestasi. Sementara itu, variabel uang saku dengan mean terendah (53.24) dan range 24 poin (min=41; max=65) menunjukkan keterbatasan sumber daya finansial mahasiswa. Nilai variansi 24.528 pada uang saku mengindikasikan disparitas ekonomi yang cukup signifikan di antara responden, yang berpotensi memengaruhi perilaku keuangan mereka secara berbeda.

Hasil statistik deskriptif ini memberikan dasar penting untuk pengembangan program pendidikan keuangan yang lebih efektif di lingkungan perguruan tinggi. Tingginya tingkat pengetahuan yang tidak selalu diikuti oleh minat menabung yang optimal menunjukkan perlunya pendekatan pembelajaran yang lebih aplikatif dan kontekstual. Disparitas dalam uang saku mahasiswa menyarankan pentingnya program bantuan keuangan dan literasi yang inklusif. Sementara konsistensi nilai religiusitas membuka peluang untuk pengembangan produk keuangan syariah yang sesuai dengan nilai-nilai responden. Temuan ini secara keseluruhan menyoroti perlunya strategi diferensiasi dalam pendidikan keuangan yang mempertimbangkan heterogenitas karakteristik mahasiswa.

Tabel 2. Tanggapan Responden Terhadap Intensi Kewirausahaan

Keterangan	SS	S	CS	KS	TS	Jumlah
Hasrat atau Keinginan (<i>desires</i>)	146	405	40	3	6	600
Pilihan (<i>preferences</i>)	154	360	76	5	5	600
Rencana (<i>plans</i>)	170	385	38	4	3	600
Jumlah	470	1150	153	12	14	1800

Berdasarkan tabel 2 diatas, menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa merespons positif terhadap ketiga dimensi intensi kewirausahaan, yaitu hasrat atau keinginan (*desires*), pilihan (*preferences*), dan rencana (*plans*). Sebanyak 1.150 responden (63,89%) menyatakan setuju (S), sementara 470 responden (26,11%) sangat setuju (SS). Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki keinginan, preferensi, dan rencana yang kuat untuk terjun ke dunia kewirausahaan. Hasil ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa intensi kewirausahaan terbentuk melalui tiga tahapan psikologis tersebut, yang menjadi fondasi bagi munculnya niat untuk berwirausaha (RAHMA, 2023).

Meskipun demikian, terdapat sebagian kecil mahasiswa yang kurang setuju (KS) atau tidak setuju (TS) dengan pernyataan tentang intensi kewirausahaan. Sebanyak 153 responden (8,5%) memilih KS, dan hanya 26 responden (1,44%) yang memilih TS. Angka ini menunjukkan bahwa tidak semua mahasiswa tertarik untuk berwirausaha, dan hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor eksternal. Salah satunya adalah keterdesakan ekonomi atau tekanan sosial, di mana seseorang mungkin merasa "terpaksa" memilih wirausaha sebagai jalan hidup tanpa didasari oleh minat atau passion yang mendalam.

Faktor lingkungan, terutama keluarga, juga dapat memengaruhi intensi kewirausahaan mahasiswa. Tidak jarang, mahasiswa yang berasal dari latar belakang keluarga pengusaha merasa "dituntut" untuk melanjutkan bisnis keluarga, meskipun sebenarnya mereka tidak memiliki ketertarikan di bidang tersebut (Rahmalia, 2022). Fenomena ini menjelaskan mengapa sebagian kecil responden memilih KS atau TS, karena keterlibatan mereka dalam wirausaha lebih didorong oleh faktor eksternal daripada motivasi intrinsik. Dengan kata lain, intensi kewirausahaan tidak selalu muncul dari dalam diri, tetapi bisa juga dibentuk oleh tekanan atau harapan dari lingkungan sekitar.

Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan program kewirausahaan di perguruan tinggi. Selain mempromosikan manfaat berwirausaha, institusi pendidikan juga perlu memperhatikan faktor-faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi minat mahasiswa. Program mentoring atau pelatihan kewirausahaan sebaiknya tidak hanya fokus pada pembangunan keterampilan, tetapi juga pada penguatan motivasi intrinsik dan pemahaman terhadap pilihan karir yang sesuai dengan passion masing-masing individu. Dengan demikian, intensi kewirausahaan yang terbentuk akan lebih autentik dan berkelanjutan.

Tabel 3. Tanggapan Responden Terhadap Kecerdasan Emosional

Keterangan	SS	S	CS	KS	TS	Jumlah
Manajemen Diri (<i>Self management</i>)	160	390	46	2	2	600
Kepekaan sosial (<i>Social awareness</i>)	169	392	35	3	1	600
Manajemen Hubungan (<i>Relationship management</i>)	183	366	49	0	2	600
Jumlah	512	1148	130	5	5	1800

Berdasarkan tabel 3 diatas, menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Manajemen FEB UNM angkatan 2021 memiliki tingkat kecerdasan emosional (EQ) yang tinggi, terutama dalam aspek kesadaran diri (self-awareness), manajemen diri (self-management), kepekaan sosial (social awareness), dan manajemen hubungan (relationship management). Sebanyak 1.148 responden (63,78%) menyatakan setuju (S) dan 512 responden (28,44%) sangat setuju (SS) terhadap pernyataan terkait komponen EQ. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa telah memiliki fondasi emosional yang kuat, yang merupakan faktor kunci dalam menghadapi tantangan

kewirausahaan, seperti pengambilan keputusan, manajemen stres, dan interaksi sosial.

Aspek manajemen diri (self-management) dan kepekaan sosial (social awareness) memperoleh respon yang sangat positif, dengan 392 responden (65,33%) setuju dan 366 responden (61%) setuju secara berturut-turut. Tingginya persentase ini mencerminkan bahwa mahasiswa mampu mengendalikan emosi, memotivasi diri, serta memahami dinamika sosial di sekitar mereka. Kemampuan ini sangat relevan dalam dunia wirausaha, di mana pengelolaan emosi dan empati terhadap pelanggan atau mitra bisnis dapat menentukan kesuksesan suatu usaha. Dengan demikian, penguatan EQ melalui pendidikan kewirausahaan dapat membantu mahasiswa mengembangkan ketahanan mental dan adaptabilitas dalam menghadapi persaingan bisnis.

Meskipun demikian, masih terdapat sebagian kecil mahasiswa yang kurang setuju (KS) atau tidak setuju (TS) dengan pernyataan terkait kecerdasan emosional, masing-masing sebanyak 130 responden (7,22%) dan 10 responden (0,56%). Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua mahasiswa memiliki tingkat kesadaran emosional yang sama, yang mungkin dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang, pengalaman, atau kurangnya pelatihan soft skills. Untuk itu, program pengembangan kewirausahaan perlu menyertakan pelatihan khusus, seperti emotional intelligence training atau team-building workshops, guna membantu mahasiswa meningkatkan kemampuan interpersonal dan intrapersonal mereka.

Temuan ini memperkuat pentingnya integrasi pengembangan kecerdasan emosional dalam kurikulum kewirausahaan. Dengan memperkuat aspek-aspek EQ seperti kesadaran diri, pengaturan emosi, dan keterampilan sosial, mahasiswa tidak hanya akan menjadi calon wirausaha yang kompeten secara teknis, tetapi juga pemimpin yang mampu membangun relasi bisnis yang efektif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, kolaborasi antara dunia pendidikan dan industri dapat menjadi solusi untuk menciptakan generasi wirausaha yang tidak hanya inovatif, tetapi juga memiliki kematangan emosional dalam menghadapi dinamika pasar yang kompleks.

Tabel 4. Tanggapan Responden Terhadap Keyakinan Diri

Keterangan	SS	S	CS	KS	TS	Jumlah
Pengalaman Sukses	114	420	61	2	3	600
Pengamatan Secara Langsung	161	387	49	0	3	600
Persuasi Sosial	140	387	68	4	1	600
Jumlah	415	1194	178	6	7	1800

Berdasarkan tabel 4 diatas, menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki keyakinan diri yang tinggi, terutama yang bersumber dari pengalaman sukses dan pengamatan langsung. Sebanyak 420 responden (70%) setuju (S) dan 114 responden (19%) sangat setuju (SS) bahwa pengalaman sukses meningkatkan keyakinan diri mereka. Sementara itu, 387 responden (64,5%) setuju dan 161 responden (26,8%) sangat setuju bahwa pengamatan secara langsung terhadap keberhasilan orang lain juga berkontribusi pada keyakinan diri mereka. Temuan ini sejalan dengan teori self-efficacy Bandura yang menyatakan bahwa keyakinan diri dibangun melalui pengalaman pribadi dan pembelajaran sosial (vicarious experience) (Nulhakim, 2022). Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa yang telah merasakan keberhasilan atau menyaksikan keberhasilan orang lain cenderung lebih percaya diri dalam mengambil langkah kewirausahaan.

Persuasi sosial juga turut memengaruhi keyakinan diri mahasiswa, meskipun dengan intensitas yang sedikit lebih rendah dibanding dua sumber lainnya. Sebanyak 387 responden (64,5%) setuju dan 140 responden (23,3%) sangat setuju bahwa dukungan atau dorongan dari orang sekitar dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka. Namun, terdapat 68 responden (11,3%) yang memilih cukup setuju (CS), menunjukkan bahwa tidak semua mahasiswa mudah terpengaruh oleh faktor eksternal seperti persuasi sosial. Hal ini menggarisbawahi bahwa keyakinan diri bersifat multidimensi dan dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal (pengalaman pribadi) dan eksternal (lingkungan sosial). Dalam konteks kewirausahaan, mahasiswa dengan keyakinan diri tinggi cenderung lebih tahan terhadap tekanan dan lebih mampu memanfaatkan jaringan sosial untuk mengembangkan bisnis mereka.

Meskipun demikian, terdapat sebagian kecil mahasiswa yang kurang setuju (KS) atau tidak setuju (TS) dengan pernyataan tentang keyakinan diri, masing-masing sebanyak 6 responden (1%) dan 7 responden (1,2%). Kelompok ini mungkin cenderung ragu-ragu atau pesimis terhadap kemampuan mereka sendiri, yang dapat

menjadi penghambat dalam memulai atau mengembangkan usaha. Rendahnya keyakinan diri ini bisa disebabkan oleh kurangnya pengalaman, ketakutan akan kegagalan, atau minimnya dukungan social (Arsini et al., 2025). Salah satu dalam menangani hal ini melalui program kewirausahaan di perguruan tinggi perlu menyediakan lebih banyak kesempatan bagi mahasiswa untuk merasakan keberhasilan kecil (small wins), misalnya melalui proyek bisnis simulasi atau kompetisi kewirausahaan, sehingga mereka dapat membangun keyakinan diri secara bertahap.

Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan pendidikan kewirausahaan. Keyakinan diri yang tinggi tidak hanya mendorong mahasiswa untuk mengambil inisiatif dalam berwirausaha, tetapi juga membantu mereka menghadapi tantangan dan kegagalan dengan sikap yang positif. Oleh karena itu, kurikulum kewirausahaan sebaiknya tidak hanya fokus pada pengembangan keterampilan teknis, tetapi juga pada pembangunan mindset dan keyakinan diri melalui metode pembelajaran berbasis pengalaman (experiential learning) (Sangapan et al., 2025). Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya memiliki pengetahuan teoritis, tetapi juga keberanian dan ketahanan mental yang dibutuhkan untuk menjadi wirausaha yang sukses di masa depan.

Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Motivasi Berwirausaha

Keterangan	SS	S	CS	KS	TS	Jumlah
Kemandirian	139	403	54	1	3	600
Percaya Diri	141	390	67	2	0	600
Mengambil Risiko	86	403	89	19	3	600
Jumlah	415	1194	178	6	7	1800

Berdasarkan tabel 5 diatas, menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Manajemen FEB UNM angkatan 2021 memiliki motivasi berwirausaha yang kuat, dengan kemandirian sebagai faktor pendorong utama. Sebanyak 403 responden (67,2%) menyatakan setuju (S) dan 139 responden (23,2%) sangat setuju (SS) bahwa kemandirian menjadi alasan mereka berwirausaha. Tingginya persentase ini menunjukkan bahwa mahasiswa menganggap kewirausahaan sebagai jalan untuk mencapai kebebasan finansial dan otonomi dalam bekerja. Hal ini sejalan dengan karakteristik generasi muda modern yang cenderung lebih menghargai fleksibilitas

dan kemandirian dalam berkarir dibandingkan bekerja dengan struktur yang kaku di perusahaan.

Faktor percaya diri juga menjadi motivasi penting, dengan 390 responden (65%) setuju dan 141 responden (23,5%) sangat setuju. Namun, terdapat perbedaan yang menarik dalam respons terhadap aspek pengambilan risiko. Meskipun 403 responden (67,2%) setuju bahwa mereka termotivasi untuk mengambil risiko dalam berwirausaha, hanya 86 responden (14,3%) yang sangat setuju, sementara 89 responden (14,8%) memilih cukup setuju dan 19 responden (3,2%) kurang setuju. Data ini mengindikasikan bahwa meskipun mahasiswa memiliki motivasi berwirausaha yang kuat, sebagian dari mereka masih memiliki keraguan atau kekhawatiran terkait risiko yang melekat pada kegiatan kewirausahaan.

Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan program kewirausahaan di perguruan tinggi. Program yang dirancang harus tidak hanya menekankan pada pembangunan kemandirian dan kepercayaan diri, tetapi juga perlu menyertakan pelatihan manajemen risiko yang komprehensif (Djazuli, 2024). Memahami dan mampu mengelola risiko secara tepat, mahasiswa akan lebih siap menghadapi ketidakpastian yang merupakan bagian tak terpisahkan dari dunia wirausaha. Selain itu, program mentoring yang menghubungkan mahasiswa dengan pengusaha sukses dapat membantu mengurangi kekhawatiran mereka tentang risiko melalui pembelajaran dari pengalaman nyata.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Manajemen FEB UNM angkatan 2021 memiliki potensi besar untuk menjadi wirausaha yang sukses. Fokus hal dapat dilakukan dengan memfokuskan pada pengembangan kemandirian, kepercayaan diri, dan kemampuan manajemen risiko melalui program kewirausahaan yang terstruktur, perguruan tinggi dapat mencetak generasi wirausaha yang tidak hanya berhasil secara individu tetapi juga mampu memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian nasional (RITA, 2023). Penguatan ekosistem kewirausahaan di kampus melalui berbagai kegiatan seperti inkubasi bisnis, kompetisi wirausaha, dan jaringan alumni pengusaha akan semakin memantapkan kesiapan mahasiswa untuk terjun ke dunia usaha setelah lulus nanti.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut.

- a. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional terhadap keyakinan diri mahasiswa manajemen FEB universitas Negeri Makassar.
- b. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa manajemen FEB universitas Negeri Makassar.
- c. Terdapat pengaruh signifikan keyakinan diri terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa manajemen FEB universitas Negeri Makassar.
- d. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional terhadap keyakinan diri mahasiswa manajemen FEB universitas Negeri Makassar.
- e. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa manajemen FEB Universitas Negeri Makassar
- f. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional serta keyakinan diri terhadap motivasi berwirausaha

5. DAFTAR PUSTAKA

- Aputra, A., Sukmawati, S., & Aziz, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. *Tata Kelola*, 9(1), 106-125. Retrieved from
- Arsini, Y., Siregar, F. S., Panjaitan, M. F. R., Rauhali, A. C., & Nasution, S. S. Z. (2025). Pentingnya Bimbingan Konseling Dalam Meningkatkan Rasa Percaya Diri Pada Remaja di Desa Timbang Lawan Kecamatan Bohorok, Kabupaten Langkat. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 5(1), 654-664. Retrieved from
- Aswan, D. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Digital terhadap Kemandirian Belajar Mahasiswa dalam Era Internet. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(20), 949-955.

- Hanif, M., & Junaidi, A. (2025). Menelusuri Peran Strategis Kecerdasan Emosional dalam Meningkatkan Prestasi Akademik Mahasiswa: Kajian Psikopedagogis terhadap Interaksi Emosi, Motivasi, dan Lingkungan Belajar. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(3), 3240-3254. Retrieved from
- Nulhakim, L. (2022). Penguatan Efikasi Diri Pada Konseli dengan Kepribadian Introvert Melalui Community Approach. *Counseling AS SYAMIL Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Islam*, 2(2), 48-63. Retrieved from
- RAHMA, M. (2023). *Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Era Revolusi Industri 4.0 UIN RADEN INTAN LAMPUNG*].
- Rahmalia, I. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Berwirausaha Dalam Upaya Memperoleh Penghasilan Tambahan IAIN Metro*].
- RITA, D. (2023). *Manajemen Pendidikan Kewirausahaan Dalam Membentuk Kemandirian Siswa Berkarakter Islami SMK Trisakti Jaya UIN RADEN INTAN LAMPUNG*].
- Sangapan, L. H., Paryanti, A. B., & Manurung, A. H. (2025). Eksplorasi Pengalaman Wirausahawan Muda dalam Mewujudkan Entrepreneurial Mindset di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 3(1), 36-43. Retrieved from
- Satriandhini, M., & Indriani, F. (2022). Start up digital business: mengenal peluang dan tips bisnis bagi para pemula di sma n 6 purworejo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat IBISA*, 1(1), 21-27. Retrieved from
- Sofya, A., Novita, N. C., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Metode Survey: Explanatory Survey dan Cross Sectional dalam Penelitian Kuantitatif. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 4(3), 1696-1708. Retrieved from