

Artikel penelitian

Analisis Motivasi Wirausaha *Coffee Shop* di Kota Kendari

Yoga Dwi Paksi^a, Asriani^{a*} dan Syamsinar^a

^aProgram Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Kendari

Abstract

The growth of coffee shops in Kendari City has increased significantly in recent years, driven by the high demand for places to relax and gather socially. This research aims to analyze the entrepreneurial motivation of Coffee Shops in Kendari City. Using a qualitative approach, data was obtained through interviews with Coffee Shop owners and managers as well as observations of their business operations. The results of the research show that economic motivation and social motivation in Coffee Shop entrepreneurship each obtained a total average score of 2.33 in the high category, while affiliate motivation obtained a total average score of 2.67 in the high category. Coffee shop entrepreneurship in the city of Kendari as a whole is in the high motivation category and has the opportunity to be developed.

Keywords: *motivation, entrepreneurship, Coffee Shop, Kendari City*

Abstrak

Pertumbuhan *Coffe Shop* di Kota Kendari mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh tingginya permintaan akan tempat bersantai dan berkumpul secara sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi wirausaha *Coffe Shop* di Kota Kendari. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, data diperoleh melalui wawancara dengan pemilik dan pengelola *Coffe Shop* serta observasi terhadap operasional bisnis mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi ekonomi dan motivasi sosial dalam berwirausaha *Coffe Shop* diperoleh masing-masing total skor rata-rata 2,33 dengan kategori tinggi sedangkan motivasi afiliasi diperoleh total skor rata-rata 2,67 dengan kategori tinggi. Wirausaha *Coffe Shop* di kota Kendari secara keseluruhan berada pada kategori motivasi tinggi dan berpotensi untuk dikembangkan.

Kata Kunci: motivasi, wirausaha, *Coffe Shop*, Kota Kendari

*Korespondensi: Asriani
Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Kendari
Jl. K.H. Ahmad Dahlan No. 10 Kel.
Wawowanggu, Kota Kendari,
Sulawesi Tenggara, 93117

✉ asriani@umkendari.ac.id

Sitasi Artikel

Y.D. Paksi, Asriani, Syamsinar
(2024). *Analisis Motivasi Wirausaha
Coffee Shop di Kota Kendari*.
Agrisurya 3(2): 19-24.

DOI:

[https://doi.org/
10.51454/agrisurya.v3i2.1047](https://doi.org/10.51454/agrisurya.v3i2.1047)

PENDAHULUAN

Motivasi kewirausahaan berfungsi sebagai kekuatan pendorong penting di balik kegiatan kewirausahaan, membimbing wirausahawan untuk mencapai tujuan mereka. Motivasi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk aspek pendidikan, mentalitas, dan lingkungan, yang secara kolektif membentuk lanskap kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan secara signifikan meningkatkan pengetahuan dan menumbuhkan sikap positif, yang pada gilirannya meningkatkan motivasi kewirausahaan (Azis & Isma, 2024). Jenis pendidikan ini tidak hanya berdampak langsung pada niat kewirausahaan tetapi juga melakukannya secara tidak langsung melalui mediasi motivasi kewirausahaan (Yahya & Alisyahbana, 2024). Mentalitas kewirausahaan yang kuat yang ditandai dengan pengambilan risiko dan kepercayaan diri sangat penting untuk memotivasi aktor bisnis (Azis & Isma, 2024). Faktor motivasi dapat dikategorikan menjadi rangsangan internal (aspirasi pribadi) dan rangsangan eksternal (dukungan lingkungan), yang keduanya penting untuk keberhasilan wirausahaan.

Pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, motivasi usaha terhadap minat berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Harie dan Andayanti, 2020). Motivasi berwirausaha merupakan keseluruhan daya penggerak di dalam diri seorang *entrepreneur* yang menimbulkan kegiatan *entrepreneur* yang menjamin kelangsungan dari kegiatan *entrepreneur* dan yang memberi arah pada kegiatan *entrepreneur* tersebut sehingga tujuan yang dikehendaki dapat tercapai. Motivasi adalah dorongan hati atau jiwa yang menjadi dasar atau alasan untuk melakukan sesuatu kegiatan pekerjaan (Hamzah, 2013). Kewirausahaan secara signifikan meningkatkan pengetahuan dan menumbuhkan sikap positif, yang pada gilirannya meningkatkan motivasi kewirausahaan (Azis & Isma, 2024).

Motivasi berwirausaha adalah daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas berwirausaha demi mencapai tujuan wirausaha (Koranti, 2013). Menurut Ratnawati & Kuswardani (2010) motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi. *Entrepreneurial Motivation* atau motivasi berwirausaha melibatkan motivasi yang diarahkan

pada tujuan kewirausahaan melibatkan kesadaran dan eksploitasi peluang bisnis (Wibowo dan Ardianti, 2014). Motivasi berwirausaha merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk menciptakan pekerjaan dengan melihat peluang, dimana individu tersebut harus berinovatif, berani mengambil resiko, dan memiliki tujuan memperoleh laba (Harianti et al., 2020).

Wirausaha harus memiliki inovasi dalam berwirausaha agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik dan dapat mencapai tujuan usaha. Perlu keinginan dan tekad yang kuat untuk menjalankan sebuah usaha. Hal ini disebut dengan motivasi berwirausaha. Motivasi berwirausaha merupakan salah satu pendorong tumbuh kembangnya jiwa wirausaha seseorang. Kesuksesan seseorang sering kali disertai dengan motivasinya yang kuat dalam menjalankan setiap usaha yang di jalankannya. Salah satu motivasi yang paling di butuhkan pelaku usaha adalah keinginannya untuk terus belajar dan menambah keterampilan. Seperti kita ketahui bersama, motivasi belajar menjadi modal awal bagi para pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya. Menjadi seorang pengusaha memerlukan bekal keterampilan berwirausaha yang cukup (Isuari et al., 2022).

Motivasi yang berasal dari dalam diri akan mudah menjalankan apapun karena motivasi merupakan modal awal yang harus dimiliki dan dikembangkan oleh seorang wirausahawan Menurut (Dewi et al., 2020). Kemandirian pribadi adalah kemampuan untuk mengandalkan diri sendiri dalam upaya untuk menciptakan lapangan kerja baru tanpa harus bergantung dengan orang lain, mulai dari menciptakan ide, menetapkan tujuan, sampai pada pencapaian kepuasan. Kemandirian Pribadi direfleksikan dengan kepastian yang ada dalam dirinya. Kemampuan berusaha yang dimaksudkan adalah kemampuan yang diperoleh mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperoleh untuk menjalankan usaha secara mandiri.

Pengembangan sistem ekonomi yang memberi peluang bagi usaha-usaha kecil untuk berkiprah dalam perekonomian berbasis wirausaha, yang selanjutnya akan mendorong tumbuhnya usaha-usaha baru. Jenis usaha yang tren di kota kendari saat ini adalah usaha di bidang minuman, seperti kopi. Kopi sendiri sudah menjadi komoditas utama di Indonesia sejak lama. Lokasi usaha yang dijadikan bahan penelitian oleh penulis adalah wirausaha *Coffee Shop* yang berada di Kota kendari. Kota kendari merupakan tempat pemukiman warga yang sangat ramai penduduknya dan terdiri dari berbagai kalangan, terdiri dari pusat perbelanjaan, sekolah, dan perkantoran yang

menjadikan kawasan ini tidak pernah sepi. Ramainya jumlah penduduk menjadikan Kota kendari sebagai kawasan yang berpotensi untuk membangun sebuah usaha. Wirausaha *coffee shop* mengalami perkembangan usaha yang sangat signifikan.

Perkembangan usaha terkait dengan jumlah penjualan yang meningkat, keuntungan yang terus bertambah, adanya pertumbuhan dan perluasan usaha yang cepat. Banyaknya pengusaha baru yang muncul membuat persaingan usaha semakin ketat di Kota kendari. ada yang beberapa baru merintis usaha, namun bisa bersaing dengan *coffee shop* yang sudah lama usianya. Terjadi persaingan usaha yang ketat pada kawasan kota kendari, Mereka bersaing satu sama lain untuk menciptakan kualitas produk masing-masing. karena mereka menjual produk yang sama, mereka harus mampu menarik pengunjung dengan kopi yang mereka buat. Dengan menjaga kualitas produk, wirausaha dapat memenangkan persaingan usaha *coffee shop* di daerah Kota Kendari. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat motivasi ekonomi, tingkat motivasi sosial dan tingkat motivasi afiliasi wirausaha *Coffe shop* di Kota kendari..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif di lakukan dengan menggunakan metode teknik sampling yang sering digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah wirausaha *Coffe shop* di wilayah kota kendari yang berjumlah 15. Sampling dalam penelitian kualitatif adalah pilihan penelitian meliputi aspek apa, dari peristiwa apa, dan siapa yang dijadikan fokus pada suatu saat dan situasi tertentu, karena itu dilakukan secara terus menerus sepanjang penelitian.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas, berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi dilapangan. Adapun indikator motivasi yang digunakan adalah (1) Motivasi Ekonomi (2) Motivasi Sosial (3) Motivasi Afiliasi. Indikator motivasi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Motivasi Dalam Usaha

1	Motivasi Ekonomi
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usaha coffe shop meningkatkan pendapatan ▪ Memenuhi kebutuhan pasar ▪ Usaha coffe shop Menguntungkan
2	Motivasi Sosial
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keinginan untuk menambah relasi ▪ Keinginan untuk bekerjasama dengan orang lain untuk memperoleh bantuan dari pihak lain ▪ Keinginan untuk mempererat kerukunan dan pendapat
3	Motivasi Afiliasi
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Motivasi untuk berteman ▪ Bergabung dalam kelompok coffe ▪ Ingin mempertahankan hubungan dengan owner lain nya

Sumber : Hasibuan (2019)

Analisis yang di gunakan untuk melihat motivasi yaitu berupa kuesioner yang jawabanya diukur menggunakan rumus interval. Data yang di peroleh dianalisis secara deskriptif kualitatif bertujuan mengetahui bagaimana tingkat motivasi owner dalam berwirausaha *Coffe Shop*. Jawaban jawaban yang telah diberikan skor yakni 3 untuk jawaban tertinggi, 2 untuk skor jawaban sedang, dan rendah dengan skor 1. Penentuan tingkat motivasi didasarkan pada skor rata rata yang diperoleh dari jawaban responden yang di analisis menggunakan rumus interval (Sugiyono, 2011) sebagai berikut:

$$\text{Interval skor} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Jumlah Orang}}$$

Sehingga diperoleh interval sebagai berikut:

1. Motivasi tinggi : 2,34 - 3
2. Motivasi sedang : 1,67 - 2,33
3. Motivasi rendah : 1 - 1,66

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motivasi memulai usaha *Coffe Shop*

Bagian motivasi memulai usaha *Coffe Shop* menganalisis antara lain alasan utama responden dalam memulai usaha *coffee shop*, yang meliputi berbagai motivasi seperti mencari peluang bisnis, mengejar passion terhadap kopi, dan menginginkan kebebasan finansial.

Alasan Utama Memulai Usaha *Coffee Shop*

Berdasarkan data yang diperoleh, alasan-alasan utama yang mendorong responden memulai usaha *coffee shop* diketahui bahwa motivasi yang paling dominan adalah "mencari peluang bisnis," sebanyak 46,75% yang menunjukkan bahwa banyak pemilik *coffee shop* melihat potensi keuntungan dalam usaha tersebut. Hal ini juga menunjukkan bahwa aspek ekonomi menjadi pertimbangan utama dalam memulai usaha.

Pengalaman Sebelumnya di Industri *Coffe Shop*

Hasil analisis diketahui bahwa semua responden (100%) menyatakan bahwa mereka memiliki pengalaman di industri kopi hal tersebut menunjukkan bahwa mereka sangat terlibat dalam industri ini dan mungkin memiliki pengetahuan yang mendalam tentang kopi.

Inspirasi dalam Memulai *Coffee Shop*

Hasil perhitungan tentang yang menginspirasi mereka untuk memulai *coffee shop* sebanyak 66.7% responden menyatakan bahwa mereka terinspirasi oleh tokoh tertentu sedangkan 33.3% menyatakan bahwa mereka tidak memiliki inspirasi khusus. Ini menunjukkan bahwa pengaruh dari tokoh atau role model memiliki peran yang signifikan bagi sebagian besar pemilik *coffee shop* di Kendari.

Motivasi Terus Menjalankan Usaha *Coffe Shop*

Motivasi utama yang mendorong responden untuk terus menjalankan *coffee shop* antara lain (1) Keinginan untuk sukses dalam bisnis (2) Komitmen terhadap visi usaha (3) Meningkatkan kepuasan pelanggan (4) Inovasi dan kreativitas dalam menu kopi (5) Dukungan keluarga dan teman dan (6) Kepuasan pribadi dalam menjalankan usaha. Hasil motivasi dalam menjalankan usaha *Coffe Shop* dapat dilihat pada Tabel 2.

Hasil ini menunjukkan bahwa komitmen terhadap visi usaha, meningkatkan kepuasan pelanggan dan kepuasan pribadi dalam menjalankan usaha diperoleh masing-masing sebesar 20% sedangkan keinginan untuk sukses dalam bisnis, inovasi dan kreativitas dalam menu kopi dan dukungan keluarga dan teman masing-masing sebesar 13,3%. Motivasi menjalankan usaha sangat mendukung perkembangan Usaha *Coffe Shop*.

Tabel 2. Tabel Hasil Motivasi dalam menjalankan usaha *Coffe Shop*

No	Motivasi Menjalankan Usaha	Jumlah (Orang)	(%)
1	Keinginan untuk sukses dalam bisnis	2	13.3
2	Komitmen terhadap visi usaha	3	20
3	Meningkatkan kepuasan pelanggan	3	20
4	Inovasi dan kreativitas dalam menu kopi	2	13.3
5	Dukungan keluarga dan teman	2	13.3
6	Kepuasan pribadi dalam menjalankan usaha	3	20

Sumber: Data primer diolah, 2023

Hasil ini menunjukkan bahwa komitmen terhadap visi usaha, meningkatkan kepuasan pelanggan dan kepuasan pribadi dalam menjalankan usaha diperoleh masing-masing sebesar 20% sedangkan keinginan untuk sukses dalam bisnis, inovasi dan kreativitas dalam menu kopi dan dukungan keluarga dan teman masing-masing sebesar 13,3%. Motivasi menjalankan usaha sangat mendukung perkembangan Usaha *Coffe Shop*.

Frekuensi Memperbarui Pengetahuan tentang Kopi

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa semua responden (100%) menyatakan bahwa mereka sering memperbarui pengetahuan tentang kopi dan industri kopi. Ini menunjukkan adanya kesadaran yang tinggi akan pentingnya mengikuti perkembangan terbaru untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas usaha mereka.

Pentingnya Menjaga Kualitas Kopi dan Pelayanan

Hasil perhitungan tentang kualitas kopi dan pelayanan dapat diketahui semua responden (100%) menyatakan bahwa menjaga kualitas kopi dan pelayanan di *coffee shop* mereka adalah hal yang sangat penting. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan adalah prioritas utama bagi banyak pemilik *coffee shop*, yang sejalan dengan upaya mereka untuk mempertahankan pelanggan dan membangun reputasi yang baik.

Harapan dan Rencana Masa Depan

Harapan dan rencana masa depan para pemilik *Coffee Shop* antara lain termasuk ekspansi bisnis, diversifikasi usaha, dan peningkatan kualitas.

Berdasarkan hasil perhitungan tentang harapan dan rencana masa depan para pemilik *Coffe Shop* diperoleh hasil masing-masing 100%. Harapan ini mencerminkan optimisme dan keinginan untuk berkembang di kalangan pemilik *Coffee Shop* di Kendari, hal tersebut menunjukkan bahwa banyak dari mereka melihat peluang jangka panjang dalam industri tersebut.

Rencana Diversifikasi Usaha

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa semua responden (100%) menyatakan bahwa mereka memiliki rencana untuk diversifikasi usaha dengan menambah jenis usaha lain selain *Coffee Shop*. Diversifikasi ini dapat mencakup berbagai bidang seperti kuliner atau ritel yang masih terkait dengan industri kopi. Rencana diversifikasi usaha telah didefinisikan oleh beberapa ahli bisnis dengan perspektif yang berbeda. Diversifikasi dapat dilakukan melalui **diversifikasi horizontal** yakni masuk ke pasar atau produk yang terkait, **diversifikasi vertikal** yakni mengendalikan bagian dari rantai pasokan dan **diversifikasi konglomerat** yakni memasuki industri yang sama sekali berbeda (Michael P, 1980).

Aspek yang Perlu Ditingkatkan

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa beberapa aspek yang perlu ditingkatkan untuk mencapai tujuan masa depan pelaku usaha *Coffee Shop* yakni kualitas produk, strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang masing masing dinilai sama oleh responden yakni sebesar 100 persen. Hasil menunjukkan bahwa pemilik *Coffee Shop* di Kendari memiliki kesadaran yang tinggi akan pentingnya perbaikan berkelanjutan untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

Motivasi Ekonomi

Motivasi ekonomi yang di ukur dalam penelitian ini didasarkan pada 3 (tiga) indikator yakni persepsi bahwa usaha *Coffe Shop* bisa meningkatkan pendapatan keluarga, usaha coffe shop dapat memenuhi pasar lokal bahkan internasional, usaha *Coffe Shop* yang menguntungkan. Kondisi ekonomi akan selalu berpengaruh positif terhadap terhadap minat wirausaha karena berhubungan dengan penghasilan usaha (Tuti Widianingsih, 2021). Motivasi owner *Coffe Shop* yang di dasarkan pada motivasi ekonomi secara ringkas tersaji pada Tabel 3.

Berdasarkan Tabel 3, secara keseluruhan motivasi ekonomi yang ada di wilayah penelitian dengan total skor rata rata 2,33 berkategori motivasi tinggi.

Tabel 3. Motivasi Ekonomi Dalam Berwirausaha *Coffe Shop*

No	Motivasi ekonomi	Total Skor	Rerata Skor	Motivasi
1	Meningkatkan Pendapatan	30	2	Sedang
2	Memenuhi Kebutuhan Pasar	30	2	Sedang
3	Menguntungkan	45	3	Tinggi
<i>Total skor dan Rata-rata skor</i>		105	2,33	Tinggi

Motivasi Sosial

Motivasi sosial ialah dorongan individu untuk melaksanakan kegiatan bertujuan memperoleh nilai sosial, mendapatkan penghargaan atau pengakuan dari lingkungannya tempat individu tersebut berada (Vesperalis and Ketut, 2017). Ukuran motivasi sosial dalam penelitian ini adalah persepsi bahwa usaha *Coffe Shop* dapat di akui oleh lingkungan nya. Motivasi owner untun berwirausaha *Coffe Shop* yang didasarkan pada motivasi sosial secara ringkas tersaji pada Tabel 4.

Tabel 4. Motivasi Sosial Owner Dalam Berwirausaha *Coffe eShop*

No	Motivasi sosial	Total Skor	Rerata Skor	Motivasi
1	Keinginan untuk menambah relasi atau teman	30	2	Sedang
2	Keinginan untuk bekerjasama dengan orang lain memperoleh bantuan dari pihak lain	45	3	Tinggi
3	Keinginan untuk mempererat kerukunan dan pendapat	30	2	Sedang
<i>Total Skor Rata-rata</i>		105	2,33	Tinggi

Berdasarkan Tabel 4 di atas menjelaskan bahwa secara keseluruhan motivasi sosial pada usaha *Coffe Shop* yang ada di wilayah penelitian mencapai skor 2,33 dengan kategori Tinggi.

Motivasi Afiliasi

Menurut McClelland motivasi afiliasi adalah suatu motivasi untuk berteman, bergabung dalam kelompok dan berasosiasi dengan yang lain nya orang yang kuat motivasi afiliasinya, akan selalu mencari teman, dan juga akan mempertahankan hubungan yang telah dibina dengan orang lain tersebut. McClelland menyatakan bahwa kebutuhan akan kekuasaan sangat berhubungan dengan kebutuhan untuk mencapai suatu posisi kepemimpinan.

Kebutuhan akan Afiliasi adalah hasrat untuk berhubungan antar pribadi yang ramah dan akrab. Individu merefleksikan keinginan untuk mempunyai hubungan yang erat, kooperatif dan penuh sikap persahabatan dengan pihak lain. Individu yang mempunyai kebutuhan afiliasi yang tinggi umumnya berhasil dalam pekerjaan (Aziti T, 2019). Hasil perhitungan skor untuk motivasi afiliasi dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Motivasi Ekonomi dalam Berwirausaha *Coffee Shop*

No	Motivasi ekonomi	Total Skor	Rerata Skor	Motivasi
1	Motivasi untuk berteman	30	2	Sedang
2	Bergabung dalam kelompok <i>Coffe Shop</i>	45	3	Tinggi
3	Ingin mempertahankan hubungan dengan owner lainnya	45	3	Tinggi
<i>Total skor dan Rata-rata skor</i>		120	2,67	Tinggi

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa secara keseluruhan motivasi afiliasi pada Usaha *Coffe Shop* yang ada diwilayah penelitian toral rata-rata skor sebesar 2,67 dengan kategori Tinggi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa semua responden memiliki motivasi yang tinggi dari ketiga jenis motivasi yakni motivasi ekonomi, motivasi sosial dan motivasi afiliasi dan diharapkan kepada pelaku wirausaha *Coffe Shop* untuk dapat mencapai semua indikator yang terdapat dalam ketiga jenis motivasi tersebut diatas sehingga usaha ini memiliki peluang untuk dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziti, T. M. (2019). Pengaruh Motivasi Kekuasaan, Motivasi Afiliasi dan Motivasi Berprestasi Terhadap Kinerja Karyawan PT X. *Manners (Management and Entrepreneurship Journal)*, 2(2), 71-82.
- Azis, F., & Isma, A. (2024). Entrepreneurial Motivation Among Business Actors: The Role of Entrepreneurship Education and Mentality. *Pinisi Journal of Entrepreneurship Review*, 2(2), 120-127.
- Dewi, K., Yapita, H., & Yulianda, A. (2020). Manajemen Kewirausahaan.
- Hamzah, 2013. Teori Motivasi Dan Pengukurannya: Analisis di Bidang Pendidikan. Bumi Aksara: Jakarta.
- Harie, S., & Andayanti, W. (2020). Pengaruh Motivasi Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Intelektium*, 1(2), 107–114. <https://doi.org/10.37010/Int.V1i2.187>
- Harianti, A., Malinda, M., Nur, N., Suwarno, H. L., Margaretha, Y., & Kambuno, D. (2020). Peran pendidikan kewirausahaan dalam meningkatkan motivasi, kompetensi dan menumbuhkan minat mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(3).
- Hasibuan, Malayu S. P. 2019. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Iswari, H. R., Bahri, S., Sopanah, S., Hasan, K., & Anggarani, D. (2022). Pembangunan Mental Dan Spirit Kewirausahaan Melalui Penyuluhan Kewirausahaan Pada Wirausahawan Desa Permanu Kabupaten Malang. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 436–444.
- Koranti, K. (2013). Analisis Pengaruh Faktoreksternal Dan Internal Terhadap Minat Berwirausaha. *Prosiding Pesat*, 5.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Pravitasari, Suryanti Galuh. Project-based English Learning to Increase Student's Motivation and Learning Achievement. *Surakarta English and Literature Journal*, 2024, 7.2: 173-186.
- Ratnawati, D & Kuswardani, I. (2010). Kematangan Vokasional Dan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). *Jurnal Psikohumanika*, (III) No. 1
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Tuti Widianingsih, A. (2021). Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Ekspektasi Pendapatan dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, VIII(1), 67–78.
- Vesperalis, A. A. A. D., & Ketut Muliarta, R. M. (2017). Pengaruh Motivasi Pada Minat Sarjana Akuntansi Universitas Udayana Untuk Mengikuti PPAK. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2), 1691-1718
- Wibowo, B. D., & Ardianti, R. R. (2014). Entrepreneurial Motivation Pengusaha Sektor Formal dan Sektor Informal di Jawa Timur. *AGORA*, 2(1).
- Yahya, M., & Alisyahbana, A. N. Q. A. (2024). The Intervening Role of Entrepreneurial Motivation in the Link Between Innovation Education and Entrepreneurial Intentions. *Pinisi Journal of Entrepreneurship Review*, 2(2), 85-96.