



---

**PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MENDUKUNG KINERJA  
BISNIS ONLINE MAHASISWA FEB UPR DI KALIMANTAN TENGAH.**

Oleh

Noorjaya Nahan<sup>1)</sup> & Vivy Kristinae<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya.

Email: <sup>1</sup>[noorjayanahan@gmail.com](mailto:noorjayanahan@gmail.com) & <sup>2</sup>[vivykristinae84@gmail.com](mailto:vivykristinae84@gmail.com)

**Abstract**

This research is the result of classroom learning given to students as a form of self-efficacy in improving skills in the 5.0 era. Entrepreneurship learning becomes a forum for theory and practice that is provided as a service program through entrepreneurial knowledge with current market forces. Based on the Dynamic Capability theory, which states that a business that is managed and based on market forces such as the use of technology, communication and information online can significantly and positively improve online business performance. The research was conducted on 200 students from three generations who had been involved in online entrepreneurship and had returned their capital and were able to stay in business for two years now. The results of the study were analyzed with the SPSS 23.0 program and the results showed that entrepreneurial learning applied with antecedents of market power and self-efficacy was significantly positive by 59.8% improving the online business performance of FEB students of Palangka Raya University. The research implication can be a reference for universities in Indonesia to enrich the broader entrepreneurial learning system and increase the self-efficacy of students in doing business from an early age, so that students are able to compete amidst the turmoil of business competition and the business.

**Keywords: Entrepreneurship Learning, Self Efficacy, Market Power & Online Business Performance**

**PENDAHULUAN**

Dunia bisnis sekarang sangat menjanjikan peluang yang baik dalam melakukan usaha secara *online* [1]. Beberapa metode bisnis yang memumpuni kinerja bisnis *online* adalah kemampuan pelaku usaha dalam keberanian membuka bisnis dan melakukan usaha secara *online*. Program di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya di Kalimantan Tengah yang paling diminati ialah pembelajaran kewirausahaan. Bentuk pembelajaran bukan hanya secara teori, tetapi juga dilakukan seminar dengan narasumber pengusaha lokal.

Pembelajaran kewirausahaan menjadi bentuk efikasi diri bagi mahasiswa untuk mampu menghadapi tantangan ekonomi melalui pengembangan diri berbasis wirausaha [1,3]. Pada program ini juga diberikan modal dengan pembelajaran sebelumnya mengenai pembukuan modal dan keuntungan untuk mewujudkan mahasiswa yang unggul dan teladan dalam

meningkatkan kompetisi diri di dunia bisnis sebenarnya [2,7]. Proses pembelajaran selama satu semester ini diikuti mahasiswa dengan pendampingan dosen pengampu kewirausahaan, untuk mempersiapkan sumber daya manusia yang unggul dengan kemampuan mahasiswa sebagai pelaku usaha yang menerapkan *market power*.

Beberapa kajian empiris sebelumnya menyatakan banyak hal menjadi point utama dalam pembelajaran kewirausahaan [4,5,8]. Diantaranya ialah, keproaktifan dalam mencari peluang usaha, keproaktifan dalam pemasaran secara *online*, keinovatifan dalam mencari ide baik dalam menciptakan produk, maupun dalam keinovatifan dalam mendapatkan produk yang sesuai trend dan daya beli masyarakat [6]. Selanjutnya ialah pembelajaran wirausaha seperti *risk taking*, yaitu kemampuan unit bisnis dalam mengambil serta mengkalulasi risiko. Untuk itu pembelajaran kewirausahaan sangat diperlukan



mahasiswa dalam pondasi kebijakan efikasi diri saat semakin sulitnya mendapatkan pekerjaan konvensional [4,7].

Metode usaha yang dikembangkan dan diterapkan dalam bisnis online sangat mudah dipelajari untuk diaplikasikan dalam sosial media (*Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp*). Pembelajaran ini juga harus dilaksanakan mahasiswa dengan persiapan proposal untuk disharing dan jumlah modal, yang kemudian diberikan tanpa bunga yang boleh dikembalikan selama 1 tahun berjalan usaha dengan bertahap, setelah seleksi proposal. Program kewirausahaan setiap tahun diikuti mahasiswa semester 5 (lima) untuk mempersiapkan kemandirian, terjun bisnis dan mengembangkan minat. Banyaknya minat mahasiswa pada program pembelajaran kewirausahaan menjadi tujuan penelitian untuk mengembangkan efikasi diri mahasiswa dalam mencari peluang usaha serta mendapatkan hasil dari usahanya untuk sedini nya dapat terjun berwirausaha [8,10].

Penelitian ini bentuk pengabdian pengampu mata kuliah sebagai hasil dan diterapkan dalam program mata kuliah unggulan untuk meningkatkan efikasi diri mahasiswa dalam berwirausaha. Pada teori *dynamic capability* menyatakan bahwa dunia bisnis sekarang banyak dilakukan pelaku usaha dengan bersinergi lingkungan bisnis, seperti usaha secara online [4,9]. Implikasi penelitian ini memberikan peluang bagi mahasiswa untuk semangat mengembangkan diri sembari menuntut ilmu dengan metode bisnis yang mudah dan cepat dalam menjangkau pasar serta mendapatkan untung untuk mahasiswa itu sendiri.

## LANDASAN TEORI

### Teori *Dynamic Capability*

*Dynamic capability* adalah kemampuan untuk membentuk bisnis berbasis kebutuhan pasar, membentuk ulang dengan metode bisnis, mengkonfigurasi lingkungan dan jenis usaha, dan merekonfigurasi kapabilitas bisnis sehingga dapat menanggapi perubahan lingkungan dengan baik [4,8]. Untuk dapat memiliki kapabilitas dinamis, pelaku usaha perlu memiliki tiga

kemampuan, yakni *adaptive capability*, *absorptive capability*, dan *innovative capability*. *Adaptive capability* adalah kemampuan untuk mengidentifikasi perubahan pasar dan mengkapitalisasi peluang yang muncul dari pasar. *Adaptive capability* diukur dari kemampuan untuk merespon peluang, memonitor pasar, pelanggan dan pesaing, serta mengalokasikan sumberdaya untuk kegiatan pemasaran. *Absorptive capability* didefinisikan sebagai kemampuan pelaku usaha untuk mengevaluasi dan menggunakan pengetahuan dari pihak eksternal. *Absorptive capability* diukur dari intensitas kegiatan penelitian dan pengembangan bisnis. Adapun *innovative capability* didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan produk atau pasar baru. *Innovative capability* diukur dari jumlah inovasi produk atau jasa, inovasi proses, dan solusi permasalahan yang baru. Untuk menerapkan strategi bisnis maka dibutuhkan market power dan orientasi pembelajaran untuk meningkatkan kinerja bisnis online mahasiswa dalam menjalankan program wirausaha [9,10].

### **Market Power meningkatkan Kinerja Bisnis Online**

*Market power* adalah kemampuan perusahaan untuk mempengaruhi harga produknya di pasar [11]. Kekuatan pasar memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga yang lebih tinggi daripada harga ekuilibrium di pasar kompetitif. Pelaku usaha yang memiliki kekuatan pasar kita sebut sebagai pembuat harga (*price maker*). Sedangkan, pelaku usaha yang tidak memilikinya kita sebut sebagai pengambil harga (*price taker*). Kekuatan pasar juga terkait dengan struktur pasar di mana bisnis beroperasi. Unit bisnis yang memiliki *market power*, dapat menetapkan harga di atas biaya marginal. Semakin tinggi selisih harga jual dengan biaya marginal, semakin tinggi profitabilitas mereka [12,13].

Pelaku bisnis yang memiliki *market power* dapat mendominasi pasokan pasar dan dapat mendiferensiasi penawaran, yang memungkinkan untuk menetapkan harga premium. Pangsa pasar merupakan indikator

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>



dalam menentukan tingkat *market power* suatu bisnis [10,14]. Semakin tinggi minat pangsa pasar maka perbandingan antara penjualan suatu produk dengan total penjualan dalam suatu bisnis dapat dikelola secara subyektif. Jadi, semakin tinggi pangsa pasar suatu usaha maka semakin tinggi *market power* yang dimilikinya [13]. Dalam mendorong kemampuan pelaku bisnis terkait pengetahuan kekuatan pasar, maka diperlukan strategi terkait kewirausahaan yang proaktif, inovatif dan *risk-taking*. Hal tersebut menjadi dasar mahasiswa untuk menganalisis sejauhmana bisnis online yang dipilih dan dikelola dengan menerapkan teori *dynamic capability*. Berdasarkan teori dan kajian empiris maka hipotesis yang diajukan ialah :

H<sub>1</sub>: *Market Power* signifikan positif meningkatkan kinerja bisnis online

***Self Efficacy* meningkatkan kinerja bisnis online**

*Self efficacy* merupakan suatu keyakinan atau kepercayaan diri individu mengenai kemampuannya untuk melakukan suatu tugas, mencapai suatu tujuan, menghasilkan produk/bisnis dan mengimplementasi tindakan untuk mencapai kecakapan tertentu [1,12]. Efikasi diri adalah kemampuan seseorang untuk menggerakkan motivasi, sumber-sumber kognitif, dan serangkaian tindakan yang diperlukan untuk memenuhi tuntutan-tuntutan dari situasi yang dihadapi [2,5]. Empat hal dalam *self efficacy* yang dapat dijadikan sebagai wirausaha ialah pengalaman yang menetap, pengalaman yang dirasakan sendiri, bujukan sosial, dan keadaan psikologis. Jadi *self efficacy* dalam diri wirausaha yakni kemampuan untuk menyadari, menerima, dan mempertanggung jawabkan semua potensi keterampilan atau keahlian secara tepat [6,11].

Tingginya *self efficacy* dipersepsikan dapat memotivasi individu secara kognitif untuk bertindak secara tepat dan terarah, terutama apabila tujuan yang hendak dicapai merupakan tujuan yang jelas. *Self efficacy* berhubungan dengan keyakinan pribadi mengenai kompetensi dan kemampuan diri. Pada dunia kewirausahaan, *self efficacy* merupakan keyakinan seseorang

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

**Open Journal Systems**

untuk menyelesaikan suatu usaha secara berhasil. Efikasi diri dapat menjadi penentu keberhasilan bisnis bila individu mampu menerapkan motivasi untuk meningkatkan kinerja bisnis melalui keyakinan akan kemampuan diri. Efikasi diri juga mempengaruhi pola pikir, reaksi emosional dalam membuat keputusan [8,14,16]. Sehingga, aspek efikasi diri selalu berkaitan dengan tingkat kesulitan bisnis yang dihadapi dan berhubungan dengan tingkah laku pelaku bisnis dalam berbagai bidang penguasaan tugas serta kemampuan yang ada dalam diri untuk meningkatkan kinerja bisnis. Berdasarkan teori dan kajian empiris maka hipotesis yang diajukan ialah:

H<sub>2</sub>: *Self Efficacy* signifikan positif meningkatkan kinerja bisnis online.

**Kinerja Bisnis Online**

Bisnis *online* adalah segala bentuk kegiatan perdagangan atau kepentingan bisnis yang menggunakan fasilitas internet untuk mencapai tujuan (konsumen), terutama untuk mendapatkan keuntungan atau profit dari kegiatan perdagangan tersebut [4,19]. Kinerja bisnis *online* menjadi primadona dalam kewirausahaan yang sangat menguntungkan di era digital karena kemudahan dalam transaksi maupun menjalin hubungan antara produsen dan pemasok (*reseller*). Pembelajaran dari usaha yang berbasis online tidak sulit karena banyaknya referensi produk dan manfaat yang diberikan kepada konsumen. Untuk menarik minat konsumen maka bisnis online harus mampu memberikan kelebihan sistem pemasaran seperti video pendek, warna foto yang menarik dan kata-kata yang mampu menarik minat konsumen pada produk [12,15,17].

Perkembangan bisnis saat ini banyak mendapatkan keuntungan dari program bisnis digitalisasi karena kesibukan pelanggan sehingga memilih produk dari *online*. Pelaku bisnis dari aktifitas perdagangan konvensional (secara tatap muka) ke perdagangan online (melalui sosial media), membutuhkan kreatifitas dan proaktif serta inovatif untuk melihat peluang pasar dan membangun pasar yang kuat [17,18]. Di era digital seperti sekarang ini, pembelajaran kewirausahaan yang diberikan kepada



mahasiswa agar dapat melakukan transaksi secara fleksible dan tanpa memakan banyak modal seperti tempat usaha. Sehingga mahasiswa dapat belajar menjadi pebisnis yang *responsible* dan *risk taker*. Bisnis online memberikan kemudahan bagi para penjual dan pembeli.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada 200 mahasiswa untuk menjadi responden dengan kriteria usaha berjalan minimal satu tahun dan aktif pada bisnis *online*. Penelitian dianalisis dengan dua variabel anteseden yakni *Market Power* dan *Self Efficacy* untuk meningkatkan kinerja bisnis online. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan penyebaran kuesioner dilakukan secara acak dan dianalisis dengan program SPSS 23.0. Langkah awal yang dilakukan adalah uji validitas dan reliabilitas instrument agar hasil dapat dipercaya, kemudian dilakukan uji pengaruh *r-square*, *probability*, uji t dan uji f. Rumusan dalam regresi linier sederhana untuk acuan penelitian ini ialah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + error$$

(constant)+b<sub>1</sub>X<sub>1</sub>(Market Power)+b<sub>2</sub>X<sub>2</sub>(Self Efficacy)+error [20]

Keterangan :

Y = Kinerja Bisnis Online

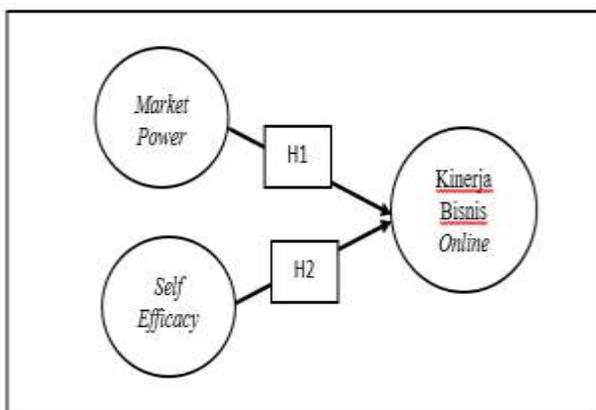
X<sub>1</sub> = Market Power

X<sub>2</sub> = Self Efficacy

b = koefisien regresi

Penelitian juga membuat konsep penelitian yang dibuat untuk memudahkan dalam interpretasi data sebagai hasil penelitian, berikut:

**Gambar 1. Kerangka Penelitian**



**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Uji validitas dan reliabilitas pada instrument dilakukan pada 200 mahasiswa yang aktif, minimal 1 tahun dalam bisnis online yang diprogramkan FEB Universitas Palangka Raya di Kalimantan Tengah. Hasil analisis data uji instrument terhadap 30 responden yang hasilnya validitas X<sub>1</sub> r-hitung 0,635 > 0,361 dinyatakan valid, X<sub>2</sub> r-hitung 0,541 > 0,361 dinyatakan valid, Y 0,428 > 0,361 dinyatakan valid, dan hasil *Alpha Cronbach* 0,936 > 0,50 dinyatakan reliabel. Pola hubungan dari kuesioner yang valid dan reliable selanjutnya disebarkan pada 200 responden, dapat dianalisis. Hasil analisa data pada tabel 1 bahwa pengaruh X<sub>1</sub> (*Market Power*) dan X<sub>2</sub> (*Self Efficacy*) terhadap Y (*Kinerja Bisnis Online*) berpengaruh signifikan sebesar adjusted R-Square yaitu 59,8%. Hasil ini menyatakan bahwa *Market Power* (X<sub>1</sub>) dan *Self Efficacy* (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif dan sangat penting peranannya meningkatkan *Kinerja Bisnis Online*. Penelitian ini menjadi acuan bagi mahasiswa sebagai pelaku bisnis secara *online*, bahwa semakin baik *Market Power* dan *Self Efficacy* dalam mengelola bisnis akan semakin berdampak positif dapat meningkatkan kinerja bisnis *online*.

**Tabel 1. Output regresi nilai R Square**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 <sup>a</sup>	.619	.598	.614

a. Predictors: (Constant), X1, X2. Sumber: Data diolah

Variabel X<sub>1</sub> (*Market Power*) memiliki indikator: Elastisitas Permintaan, Konsentrasi Pasar, Struktur Pasar, Sasaran Pangsa Pasar. Variabel X<sub>2</sub> (*Self Efficacy*) memiliki indikator : *Positive Expectation*, *Reality Adoption*, *Self Affirmation*, *Reality Adoption*. Untuk variabel Y memiliki indikator: Peningkatan Profitabilitas, Peningkatan *Sales* dan Pengembangan Bisnis (*growth*). Selanjutnya untuk melihat pengaruh masing-masing variabel antesedent secara linier sederhana maka dilakukan dengan uji t atau uji



analisis secara parsial dalam uji hubungan variabel X masing-masing terhadap Y. Berdasarkan uji data pada tabel 2, data menunjukkan bahwa hipotesis 1 ( $H_1$ ) variabel *Market Power* memiliki hubungan yang signifikan dan positif dapat meningkatkan Kinerja Bisnis *Online* (Y) sebesar t-hitung  $5.199 > 0,6757$  t-tabel dengan signifikan  $0,00 < 0,05$ . Semakin baiknya *Market Power* maka akan dapat meningkatkan Kinerja Bisnis *Online* mahasiswa.

**Tabel 2. Output uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.132	.117		12.183	.001
Market Power	.481	.081	.531	5.199	.000
Self Efficacy	.432	.075	.524	4.012	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis *Online*.  
Sumber: Data diolah

Selanjutnya hasil untuk  $H_2$  adalah t-hitung  $4.012 > t$ -tabel  $0,6757$  dengan signifikan  $0,00 < 0,05$  yang artinya hipotesis 2, variabel *Self Efficacy* hasilnya signifikan positif meningkatkan kinerja bisnis *online* mahasiswa. Semakin baik *Self Efficacy* maka akan berdampak signifikan positif meningkatkan Y. Berdasarkan hasil menunjukkan antecedent sangat penting untuk diterapkan pelaku bisnis *online* untuk meningkatkan kinerja bisnis, sehingga dapat terus bertahan walaupun bertambah banyak bisnis serupa.

**Tabel 3. Output uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	84.539	2	49.154	12.154	.000 <sup>b</sup>
Residual	41.116	198	.561		
Total	125.655	200			

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis *Online*  
b. Predictors: (Constant), *Market Power*, *Self Efficacy*  
Sumber : Data diolah

Data yang ditunjukkan tabel 3, tampak hasil diperoleh f-hitung sebesar 12,154 dengan nilai signifikan  $0.00^b$  yang menunjukkan bahwa ada hubungan linier antara *Market Power* ( $X_1$ )

dan *Self Efficacy* ( $X_2$ ) terhadap Kinerja Bisnis *Online* (Y). Hasil ini kemudian kembali dicek berdasarkan dari hasil f-tabel untuk responden 200 sampel, hasilnya f-hitung sebesar  $12,154 > 3,89$  f-tabel artinya signifikan positif, sehingga variabel  $X_1$  dan  $X_2$  dapat meningkatkan Kinerja Bisnis *Online*. Peran penting  $X_1$  dan  $X_2$  dapat menjadi dasar penerapan yang baik dan signifikan dalam meningkatkan kinerja bisnis *online*. Hasil penelitian ini menunjukkan kinerja bisnis *online* merupakan keberhasilan program pembelajaran kewirausahaan untuk memberdayakan mahasiswa dalam pengembangan diri dan mendapatkan peluang bisnis jangka panjang serta menjadi bekal bisnis yang menguntungkan. Variabel penelitian  $X_1$  dan  $X_2$  dalam penelitian ini menjadi strategi untuk melihat peluang bisnis, menciptakan kreatifitas dalam aktifitas pemasaran produk serta meningkatkan pendapatan tanpa mengeluarkan modal dasar usaha yang besar.

## PENUTUP Kesimpulan

Pembelajaran kewirausahaan adalah aktivitas dalam praktek berwirausaha yang menciptakan peluang bisnis baru melalui program yang memumpuni sekarang ini dengan mengandalkan kreativitas dan inovasi [4]. Hasil pembelajaran kewirausahaan merupakan usaha yang dilakukan oleh mahasiswa dengan didasari praktek yang berbasas pada kreatifitas, proaktif dan inovatif untuk menghasilkan suatu karya dan memiliki nilai jual, yang bertujuan untuk memberikan manfaat bagi mahasiswa dan mampu membuka lapangan pekerjaan. Untuk meningkatkan kinerja bisnis *online* maka penelitian ini mensintesa penelitian dengan variabel market power sebagai antecedent agar mahasiswa mampu menganalisa pasar dalam kegiatan penyelenggaraan bisnis, dengan mempelajari berbagai masalah dan peluang dari pasar. Kekuatan pasar ini menjadi hal penting yang harus diketahui oleh pelaku usaha dan juga menjadi dasar dan pondasi yang berkaitan dengan strategi pemasaran [14].



Kekuatan pasar memiliki cara terbaik untuk dapat mengetahui kondisi maupun potensi yang dimiliki pangsa pasar tertentu dengan melakukan pendekatan permintaan pasar yang berbasis kebutuhan konsumen [15]. Program pembelajaran kewirausahaan dengan anteseden market power signifikan meningkatkan kinerja bisnis online dan ini menekankan mengenai kebutuhan konsumen. Selanjutnya, program pembelajaran kewirausahaan menerapkan anteseden *self efficacy* menjadi sangat penting dan memegang peranan dalam kehidupan sehari-hari pelaku usaha dalam memiliki kemampuan berwirausaha. Hasil penelitian menyatakan signifikan positif mahasiswa yang mampu menggunakan potensi dirinya secara optimal meningkatkan kinerja bisnis online. Efikasi diri berwirausaha mempunyai peran yang sangat meyakinkan terhadap dorongan berwirausaha [8]. Perkembangan efikasi diri mahasiswa dalam berwirausaha ditentukan oleh keberhasilan yang mampu mengalahkan ketakutan diri dalam mengelola usaha, sehingga kegagalan usaha dapat diminimalisir dengan keyakinan, motivasi dan kepercayaan diri untuk berwirausaha.

### Saran

Definisi pasar yang bersifat relevan adalah alat untuk mengidentifikasi dan menentukan batas-batas persaingan antara perusahaan. Dalam kinerja bisnis online, kekuatan pasar ini memungkinkan untuk membangun kerangka kerja di mana prinsip-prinsip kebijakan persaingan diterapkan dalam bisnis sehingga kinerja bisnis online dapat *sustainable*. Tujuan utama dari kekuatan pasar dalam dunia usaha online adalah untuk mengidentifikasi secara sistematis hambatan kompetitif yang dihadapi oleh usaha tersebut. Selanjutnya, Efikasi diri adalah keyakinan seseorang dalam kemampuannya untuk melakukan suatu bentuk kontrol terhadap kemampuan pelaku usaha dan lingkungan bisnis. Pencapaian prestasi, pengalaman orang lain, *self affirmation* dan kondisi *reality adoption* adalah faktor yang dapat mempengaruhi efikasi diri. Sehingga faktor yang dapat meningkatkan efikasi diri adalah motivasi dan pola pikir untuk

mendapatkan keuntungan dari kinerja bisnis. Mahasiswa dalam program pembelajaran kewirausahaan diarahkan dengan nasihat, saran, bimbingan sehingga dapat meningkatkan kemampuan dan keyakinan untuk dapat membantu mencapai kinerja bisnis online. Penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel market power dan *self efficacy* untuk meningkatkan kinerja bisnis dengan jenis bisnis lainnya seperti bidang pariwisata, agar hasil penelitian dapat di aplikasikan lebih luas.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Oktaviana, V. D., & Umami, N. (2018). Pengaruh efikasi diri dan kreativitas terhadap intensi berwirausaha pada siswa kelas xi smk negeri pogalan tahun ajaran 2017/2018. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 80-88.
- [2] Nurhayati, R., Farradina, S., & Nugroho, S. (2019). Efikasi Diri dan Dukungan Sosial Keluarga Memprediksi Minat Berwirausaha pada Mahasiswa. *Proyeksi: Jurnal Psikologi*, 14(2), 151-161.
- [3] Nadya, L. (2019). Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi Berwirausaha, Kreativitas, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII SMK Patria Gadingrejo Tahun Pelajaran 2018/2019.
- [4] Kristinae, V., Wardana, I., Giantari, I., & Rahyuda, A. (2020). The role of powerful business strategy on value innovation capabilities to improve marketing performance during the COVID-19 pandemic. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(4), 675-684.
- [5] Noviasari, D., Haryono, A. T., & Fathoni, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pembelajaran Kewirausahaan, Kreativitas Inovasi, dan Modal Sosial terhadap Minat Wirausaha dengan Efikasi Diri sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Siswa SMK N 3 Semarang). *Journal of Management*, 4(4).
- [6] Sa'adah, L., & Mahmud, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Instagram Dan Efikasi Diri Melalui Motivasi Berwirausaha



- Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 18-32.
- [7] Fatmawati, R. (2018). Pengaruh Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Sumatera Utara.
- [8] Bahrurrohman, Y. (2018). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri dan Kesiapan Instrumentasi Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FEB di PTN dan PTS di Sukoharjo)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- [9] Chandra, R. A., & Budiono, H. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Yang Dimediasi Efikasi Diri Mahasiswa Manajemen. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), 645-655.
- [10] Darung, F., & Kristinae, V. (2020). Arsitektur Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ukm Makanan Kecil Pada Masa Covid-19 Di Kalimantan Tengah. *MEDIA BINA ILMIAH*, 15(1), 3815-3822.
- [11] Wulandari, E. P. (2018). Hubungan Kreativitas, Efikasi Diri dan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa. *Educational, Economic and Business Anthology*, 1(1).
- [12] Kristinae, V., Sambung, R., & Sahay, M. (2019). The Role Of Entrepreneurial Orientation In Product Innovation In Emerging Markets On The Local Products. *Oradea Journal of Business and Economics*, 4(2), 35-44.
- [13] Piekkola, H., & Rahko, J. (2020). Innovative growth: the role of market power and negative selection. *Economics of innovation and new technology*, 29(6), 603-624.
- [14] Krämer, J., & Wohlfarth, M. (2018). Market power, regulatory convergence, and the role of data in digital markets. *Telecommunications Policy*, 42(2), 154-171.
- [15] Kristinae, V., & Sahay, M. (2019). Pengaruh Social Media, Learning Orientation Dan Market Orientation Terhadap Marketing Capabilities Ukm Kerupuk Ikan Saluang Di Kalimantan Tengah. *Media Bina Ilmiah*, 14(2), 1959-1966.
- [16] Cavalleri, M. C., Eliet, A., McAdam, P., Petroulakis, F., Soares, A. C., & Vansteenkiste, I. (2019). Concentration, market power and dynamism in the euro area.
- [17] Yao, X., Huang, R., & Du, K. (2019). The impacts of market power on power grid efficiency: Evidence from China. *China Economic Review*, 55, 99-110.
- [18] Anwar, M. (2018). Business model innovation and SMEs performance—Does competitive advantage mediate?. *International Journal of Innovation Management*, 22(07), 1850057.
- [19] Nahan, N., & Kristinae, V. (2019). Analisis Media Online sebagai Komunikasi Bisnis pada UKM Pekerja Wanita di Gunung Mas, Kalimantan Tengah. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 52-62.
- [20] Peridawaty, P., & Kristinae, V. (2020). Peran Penting Lingkungan Kerja Dan Manajemen Inovasi Meningkatkan Profitabilitas Usaha Kerajinan Rotan Di Kalimantan Tengah. *MEDIA BINA ILMIAH*, 15(3), 4145-4152.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN