

Self Efficacy Memediasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, *Teaching Factory*, Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat BerwirausahaLintang Suci Afiyati¹, Jarot Tri Bowo Santoso²^{1,2} Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

DOI: 10.15294/baej.v3i3.57080

Info Artikel**Sejarah Artikel:**

Diterima, 7 September 2022

Disetujui, 1 Oktober 2022

Dipublikasikan, 31 Desember 2022

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan, *teaching factory*, penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha melalui *self efficacy*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Tata Boga yang berjumlah 89 siswa dan menggunakan sampel jenuh. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi, analisis jalur dan ujisobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) pengetahuan kewirausahaan, *teaching factory*, penggunaan media sosial, dan *self efficacy* berpengaruh terhadap minat berwirausaha, 2) pengetahuan kewirausahaan, *teaching factory*, dan penggunaan media sosial berpengaruh terhadap *self efficacy*, 3) *self efficacy* tidak dapat memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan, *teacing factory*, penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.

Keywords:

Entrepreneurial Knowledge; Interest in Entrepreneurship; Self Efficacy; Teaching Factory; Use of Social Media

Abstract

This study aims to analyze the effect of entrepreneurial knowledge, teaching factory, use of social media on entrepreneurial interest through self efficacy. The unit of analysis in this study is the interest in entrepreneurship in the students of SMK NU 01 Kendal. In this study, the entire population was used as the unit of analysis. The data collection method in this study used a questionnaire. The data analysis technique used is descriptive analysis, regression analysis, path analysis and sobel test. The result showed that: 1) entrepreneurial knowledge, teaching factory, use of social media, and self efficacy affect interest in entrepreneurship, 2) entrepreneurial knowledge, teaching factory, and use of social media affect self efficacy, 3) self efficacy cannot mediate the effect of knowledge entrepreneurship, teaching factory, the use of social media on the interest in entrepreneurship

PENDAHULUAN

Pengangguran merupakan salah satu masalah yang kerap dihadapi oleh setiap negara, termasuk Indonesia. Pengangguran menjadi salah satu faktor yang menyebabkan tingkat perekonomian suatu negara maupun daerah menurun. Menurut Badan Pusat Statistik (2020) bahwa penyumbang pengangguran terbesar berasal dari masyarakat yang berpendidikan terakhir SMA dan SMK dengan jumlah 1.748.834 dan 1.443.522 pada bulan Februari 2020 dan meningkat pada bulan Agustus 2020 menjadi 2.662.444 dan 2.326.599. Data yang dikeluarkan oleh GEDI (*The Global Entrepreneurship and Development Institute*) pada tahun 2019 terkait data ranking wirausahawan dunia menyebutkan bahwa Indonesia masih menempati ranking 75 dari 137 negara yang ada di dunia dengan *index* 26,0. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah wirausahawan di Indonesia masih terbilang rendah. Data tersebut juga menuliskan Indonesia masih tertinggal jauh dengan Malaysia, Brunei Darussalam, Thailand dan Vietnam.

Hal tersebut menyebabkan perlu adanya peningkatan wirausahawan yang ada di Indonesia guna memperkecil angka pengangguran dan menambah GDP negara sehingga meningkatkan kualitas hidup di bidang perekonomian bagi negara juga warganya. Langkah yang dapat ditempuh untuk meningkatkan jumlah wirausahawan di Indonesia salah satunya adalah dengan menumbuhkan minat berwirausaha pada diri. Adanya data yang disajikan oleh BPS, kalangan pemuda termasuk pelajar SMK merupakan salah satu penyumbang terbesar jumlah pengangguran terbuka di Indonesia. Pelajar SMK memiliki pola pikir yang mana ketika dia lulus sudah dipersiapkan untuk bekerja, namun pada kenyataannya per-

mintaan tenaga kerja yang ada di Indonesia tidak bisa merangkul semua lulusan SMK yang ada. Oleh karena itu, minat berwirausaha pada siswa SMK harus ditanamkan sejak dini untuk mengantisipasi ketika lulus mereka tidak hanya mengandalkan pada lowongan kerja yang ada, melainkan mampu menciptakan usahanya sendiri dengan kemampuan yang dimilikinya.

Kewirausahaan merupakan kemampuan yang sangat dibutuhkan dalam abad 21 mengingat keterbatasan dukungan sumber daya alam terhadap kesejahteraan penduduk dunia yang makin bertambah dan semakin kompetitif. Tantangan dalam memulai wirausaha salah satunya adalah sulitnya memutuskan jenis wirausaha apa yang akan ditekuni. Tantangan lain ada dari faktor penyebab seseorang sulit memutuskan untuk berwirausaha seperti tidak adanya keyakinan diri dalam melakukannya dan keyakinan akan kesuksesan didalamnya, perlunya modal untuk memulai usaha, dan tidak memiliki bekal pengetahuan yang cukup tentang berwirausaha dan faktor terpentingnya adalah minat untuk berwirausaha (Jailani et al., 2017).

Menurut Alma sebagaimana dirujuk Kurniawan et al. (2016) minat berwirausaha tumbuh dengan didukung oleh beberapa faktor diantaranya yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang berasal dari diri wirausahawan berupa sifat personal, sikap atau kepribadian, motivasi, kemauan dan kemampuan individu yang dapat memberi kekuatan untuk memulai berwirausaha.

Faktor eksternal yang berasal dari luar diri berupa lingkungan sekitar seperti lingkungan keluarga, lingkungan usaha, lingkungan fisik, dan lingkungan sosial ekonomi. Selain faktor tersebut, minat ber-

berwirausaha siswa SMK dapat dipengaruhi oleh model pembelajaran yang diterapkan. Ketika model pembelajaran yang tepat diterapkan, maka kemampuan siswa tersebut semakin baik dan kemampuan yang dimilikinya pun semakin tinggi.

Pengetahuan terkait wirausaha merupakan salah satu faktor yang dapat mendukung tumbuhnya minat berwirausaha. Temuan Puspitaningsih (2016) menyatakan pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha. Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Putri, 2017). Hal ini tidak selaras dengan hasil penelitian penelitian Alfaruk (2016) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh pada pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Penerapan model pembelajaran pada sistem belajar di sekolah juga sangat mendukung tumbuhnya minat berwirausaha siswa. Adanya model pembelajaran yang tepat maka siswa akan memiliki pemahaman secara teori juga praktik yang baik pula. Salah satu model pembelajaran di SMK yaitu *teaching factory* dimana dalam proses pembelajaran menggunakan gabungan lingkungan belajar dengan lingkungan bekerja sehingga tercapai pengalaman belajar yang nyata dan relevan. Menurut Nan yang sebagaimana dirujuk Saputro et al. (2019) diterapkannya model pembelajaran *teaching factory* maka siswa memiliki kemampuan yang semakin teruji dan terampil dalam bidangnya, kemampuan itulah yang membuat minat berwirausaha seseorang tumbuh dengan baik. Hal ini selaras dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pembelajaran *teaching factory* dalam meningkatkan semangat

kewirausahaan siswa SMK memiliki persentase yang cukup tinggi (Makhbubah & Rusdarti, 2020). Yahya et al, (2021) juga menemukan hasil bahwa *teaching factory* memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha siswa. Hal ini tidak selaras dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa *teaching factory* efektif dalam meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam memproduksi dan melayani konsumen, namun tidak efektif untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan (Winarno & Sari, 2019).

Selain itu faktor yang diduga berpengaruh terhadap minat berwirausaha adalah penggunaan media sosial. Media sosial memberikan jalan untuk merubah pola pikir siswa SMK untuk berwirausaha, hal ini dikarenakan media sosial mampu memperkecil risiko gagal dan mempermudah dalam hal pemasaran. Menurut hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha (Alfaruk, 2016), akan tetapi hal tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian lain yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha (Prasetio, 2020).

Adanya ketidakkonsistenan penelitian terdahulu memungkinkan adanya variabel lain yang diduga dapat menjembatani peningkatan minat berwirausaha. Variabel yang diduga dapat menjembatani minat berwirausaha dalam penelitian ini yaitu efikasi diri. Efikasi diri memiliki peranan penting dalam menumbuhkan kembangkan minat berwirausaha seseorang, karena dengan seseorang memiliki keyakinan yang kuat akan keberhasilan dari tujuan yang akan dicapainya maka semakin besar pula minat seseorang untuk

seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Temuan Mahmud & Sa'adah, (2019) menunjukkan terdapat pengaruh yang positif antara efikasi diri terhadap minat berwirausaha

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan, *teaching factory*, penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha siswa baik secara parsial maupun dimediasi *self efficacy*.

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Tata Boga yang berjumlah 89 siswa dan menggunakan sampel jenuh. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan secara *online* menggunakan *google form*. Metode analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, analisis regresi, analisis jalur dan uji sobel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel minat berwirausaha berada pada kategori sangat tinggi dengan nilai tertinggi 65, nilai terendah 13, dan rata-rata 56,18. Rincian masing-masing indikator minat berwirausaha dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Analisis Deskriptif Indikator Minat Berwirausaha

No	Indikator	Kategori
1	Sikap umum terhadap aktivitas	Sangat tinggi
2	Kesadaran spesifik untuk menyukai aktivitas	Sangat tinggi
3	Merasa senang dengan aktivitas	Tinggi
4	Aktivitas tersebut mempunyai arti atau penting bagi individu	Sangat tinggi
5	Adanya minat intrinsik dalam isi aktivitas	Tinggi
6	Berpartisipasi dalam aktivitas	Tinggi

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2021

Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel pengetahuan kewirausahaan berada pada kategori sangat tinggi dengan nilai tertinggi 45, nilai terendah 9, dan rata-rata 39,17. Rincian masing-masing indikator pengetahuan kewirausahaan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Analisis Deskriptif Indikator Pengetahuan Kewirausahaan

No	Indikator	Kategori
1	Mengambil resiko usaha	Sangat tinggi
2	Menganalisa peluang usaha	Sangat tinggi
3	Merumuskan solusi masalah	Sangat tinggi

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2021

Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel *teaching factory* berada pada kategori sangat tinggi dengan nilai tertinggi 75, nilai terendah 15, dan rata-rata 64,21. Rincian masing-masing indikator *teaching factory* dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Analisis Deskriptif Indikator *Teaching Factory*

No	Indikator	Kategori
1	Kegiatan pembelajaran	Tinggi
2	Proses produksi	Tinggi
3	Penjualan / pemasaran	Tinggi
4	Purna jual/perbaikan	Tinggi
5	Partnership	Sangat tinggi

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2021

Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel penggunaan media sosial berada pada kategori tinggi dengan nilai tertinggi 45, nilai terendah 9, dan rata-rata 37,69. Rincian masing-masing indikator penggunaan media sosial dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Analisis Deskriptif Indikator Penggunaan Media Sosial

No	Indikator	Kategori
1	Kemudahan	Tinggi
2	Kepercayaan	Tinggi
3	Kualitas informasi	Tinggi

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2021

Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel *self efficacy* berada pada kategori sangat tinggi dengan nilai tertinggi 40, nilai terendah 8, dan rata-rata 35,29. Rincian indikator *teaching factory* dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Analisis Deskriptif Indikator *Self Efficacy*

No	Indikator	Kategori
1	Level	Tinggi
2	Generality	Sangat tinggi
3	Strength	Sangat tinggi

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2021

Analisis regresi linear berganda dari penelitian dapat dilihat pada tabel 6 dan tabel 7

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dengan Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.383	5.895		.404	.687
	PK	.324	.140	.214	2.317	.023
	TF	.229	.109	.220	2.111	.038
	MS	.378	.127	.285	2.973	.004
	SE	.343	.160	.199	2.147	.035

a. Dependent Variable: MB

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2021

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dengan *Self Efficacy* sebagai Variabel Dependen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.894	3.829		2.845	.006
	PK	.252	.091	.287	2.770	.007
	TF	.144	.072	.238	1.996	.049
	MS	.139	.085	.181	1.638	.105

a. Dependent Variable: SE

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 7 dan tabel 8 maka dapat diperoleh model persamaan sebagai berikut:

$$\text{Model I MB} = \beta_1 \text{PK} + \beta_2 \text{TF} + \beta_3 \text{MS} + \beta_3 \text{SE} + e_1$$

$$\text{Model II SE} = \beta_1 \text{PK} + \beta_2 \text{TF} + \beta_3 \text{MS} + e_2$$

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini sesuai dengan hasil uji parsial (t) yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,317 dan nilai sig. 0,023 dimana nilai tersebut < 0,05 yang berarti **H1 diterima**. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh antara pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dikatakan bahwa penelitian sesuai dengan *theory of planned behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa besaran upaya seseorang dalam mewujudkan sebuah perilaku dipengaruhi oleh adanya niat (Ajzen, 1991). Upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk menumbuhkan niat dapat berupa adanya pengetahuan terkait hal tersebut. Adanya pengetahuan yang lebih luas mendorong niat seseorang untuk melakukan sebuah tindakan akan semakin besar sehingga tindakan tersebut berhasil terlaksana. Pengetahuan kewirausahaan merupakan faktor penting dalam berwirausaha karena adanya pengetahuan tersebut maka usaha yang akan dijalankannya dapat terkelola dengan baik dan lancar karena sudah dipersiapkan secara matang dan menggunakan manajemen yang baik. Adanya hal tersebut, membuat seseorang akan tertarik untuk melakukan wirausaha dan akan berusaha menambah lagi pengetahuan terkait kewirausahaan yang dimilikinya. Pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki siswa membantu siswa memiliki kesempatan untuk menghasilkan uang yang cukup banyak di kemudian harinya yaitu

dengan cara membuka usaha yang berawal dari minat wirausahanya.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh siswa SMK NU 01 Kendal jurusan Tata Boga masuk dalam kriteria yang sangat tinggi dengan nilai rata-rata 39,17. Pengetahuan kewirausahaan diukur menggunakan 3 indikator yang semuanya masuk dalam kriteria sangat tinggi dengan hasil tertinggi diperoleh oleh indikator mengambil resiko usaha dengan nilai rata-rata 13,11. Hasil ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dapat memberikan dukungan yang baik antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Minat berwirausaha siswa muncul karena siswa meyakini bahwa dengan mereka berwirausaha mampu membantu negara dalam mengurangi angka pengangguran yang ada. Untuk memulai sebuah usaha diperlukan adanya pengetahuan luas terkait usaha tersebut, karena bekal pengetahuan sangat membantu untuk melakukan suatu hal, termasuk berwirausaha. Oleh karena itu, siswa yang merasa sudah memiliki bekal pengetahuan yang cukup dia memiliki minat untuk melakukan wirausaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Suratno et al., (2020) bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Jika guru ingin meningkatkan minat berwirausaha siswa melalui pengetahuan kewirausahaan, maka dapat ditingkatkan melalui pengetahuan siswa terkait usaha yang dirintis, peran dan tanggung jawab, kepribadian dan kemampuan diri, juga manajemen dan organisasi bisnis. Adawiyah & Norman (2020) juga membuktikan bahwa pengetahuan kewira-

usaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Pengaruh *Teaching Factory* terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *teaching factory* berpengaruh terhadap minat berwirausaha. hal ini sesuai dengan hasil uji parsial (t) yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,111 dan nilai sig. 0,038 dimana nilai tersebut $< 0,05$ yang berarti **H2 diterima**. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh antara *teaching factory* dengan minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dikatakan bahwa penelitian ini sesuai dengan *theory of planned behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa salah satu dari ketiga faktor penentu niat merupakan sikap, yang mana sikap dapat dibentuk oleh lingkungan sekolah, termasuk juga pembelajaran yang diterapkan. Ketika seseorang sudah mengetahui dampak dari sikapnya, maka dia akan lebih memperhatikan caranya bersikap atau berperilaku. Pemilihan model pembelajaran yang tepat dapat membantu siswa dalam menentukan sikap atau perilakunya. *Teaching factory* mengajarkan proses dari sebuah kegiatan termasuk berwirausaha, yang didalamnya terdapat kegiatan pembelajaran, proses produksi, penjualan, purna jual dan *partnership* yang mana ketika siswa sudah mempelajarinya maka siswa akan mengetahui seluk beluk proses wirausaha, dengan begitu ada tidaknya niat untuk berwirausaha siswa bisa terdeteksi.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa hasil penerapan *teaching factory* yang dimiliki oleh siswa SMK NU 01 Kendal jurusan Tata Boga masuk dalam kriteria

yang sangat tinggi dengan nilai rata-rata 64,21. *Teaching factory* diukur menggunakan 5 indikator dengan indikator *partnership* masuk dalam kriteria sangat tinggi, sedangkan indikator kegiatan pembelajaran, proses produksi, penjualan atau pemasaran, dan purna jual atau perbaikan masuk dalam kriteria tinggi dengan hasil tertinggi diperoleh oleh indikator proses produksi dengan nilai rata-rata 17,12. Hasil ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dapat memberikan dukungan yang baik antara *teaching factory* terhadap minat berwirausaha. Hasil tersebut juga menjelaskan bahwa ketika proses produksi siswa mendapat bimbingan yang baik dari mentor baik itu guru maupun mentor dari pihak mitra industri, membantu siswa melakukan prosesnya sehingga membuat siswa mampu memahami dan melakukan proses produksi tersebut dengan baik. Adanya kemampuan tersebut membuat siswa merasa dirinya bisa melakukan wirausaha sehingga siswa akan mulai berpikir untuk berwirausaha dan tumbuh minat untuknya.

Temuan ini sejalan dengan temuan Yahya et al., (2021) bahwa *teaching factory* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Namun penelitian lain yang dilakukan oleh Winarno yang menyatakan bahwa pembelajaran *teaching factory* tidak efektif untuk meningkatkan jiwa wirausaha, hanya efektif untuk meningkatkan kemampuan siswa untuk memproduksi dan melayani konsumen (Winarno & Sari, 2019). Hasil penelitian tersebut menyiratkan bahwa jiwa wirausaha tidak dapat terpengaruh oleh adanya pembelajaran *teaching factory* yang mana akan mengakibatkan ketidakminatan siswa untuk melakukan wirausaha.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini sesuai dengan hasil uji parsial (t) yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,973 dan nilai sig. 0,004 dimana nilai tersebut < 0,05 yang berarti **H3 diterima**. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh antara penggunaan media sosial dengan minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dikatakan bahwa penelitian sesuai dengan *theory of planned behavior* (TPB). Teori ini berkaitan dengan kecenderungan individu untuk melakukan sesuatu sesuai dengan niat yang dipengaruhi oleh faktor individual, kontrol perilaku serta norma subyektif. Media sosial termasuk dalam faktor latar belakang informasi yang masuk dalam kontrol perilaku wirausaha. Adanya media dipercaya dapat mendukung seseorang untuk menjadi wirausaha karena penyebaran informasi melalui media sosial dianggap cepat dan terbaru. Selain itu, media sosial dianggap mudah untuk diakses sehingga informasi yang tersedia dalam media sosial ini mudah untuk didapatkan.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang dimiliki oleh siswa SMK NU 01 Kendal jurusan Tata Boga masuk dalam kriteria yang tinggi dengan nilai rata-rata 37,69. Penggunaan media sosial diukur menggunakan 3 indikator yang semuanya masuk dalam kriteria tinggi dengan hasil tertinggi diperoleh oleh indikator kemudahan dengan nilai rata-rata 12,99. Hasil ini menunjukkan bahwa indikator

yang digunakan dapat memberikan dukungan yang baik antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. Selain itu, hasil uji deskriptif diatas menyiratkan bahwa ketika siswa bermain media sosial, mereka merasa mudah untuk mengoperasikannya, mudah dalam memperoleh informasi dan cepat dalam penyebarannya, banyak contoh wirausahawan sukses didalamnya, serta meyakini bahwa media sosial bisa digunakan untuk berwirausaha, dengan begitu minat berwirausaha siswa semakin lama akan semakin muncul dan berkembang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Sahroh (2018) bahwa tingkat penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Selain itu, Indraswati et al., (2021) juga menemukan pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha yang hasilnya sejalan dengan penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa PGSD Universitas Mataram.

Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha

Penelitian ini memberikan hasil bahwa *self efficacy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini sesuai dengan hasil uji parsial (t) yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,147 dan nilai sig. 0,035 dimana nilai tersebut < 0,05 yang berarti **H4 diterima**. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh antara *self efficacy* dengan minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil tersebut, maka dap-

at dikatakan bahwa penelitian sesuai dengan *theory of planned behavior* (TPB) yang menjelaskan didalamnya bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh kepercayaan diri akan kemampuan yang dimilikinya. *Self efficacy* dapat memberikan pengaruh terhadap kehidupan manusia seperti halnya dalam memilih kegiatan, persiapan untuk suatu kegiatan, usaha atau upaya yang dikerahkan untuk sebuah kinerja serta pola pikir. *Self efficacy* dapat membantu seseorang dalam memilih apa yang akan dikerjakan, juga dapat menumbuhkan minat untuk melakukan suatu hal, salah satunya adalah berwirausaha.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *self efficacy* yang dimiliki oleh siswa SMK NU 01 Kendal jurusan Tata Boga masuk dalam kriteria yang sangat tinggi dengan nilai rata-rata 35,29. *Self efficacy* diukur menggunakan 3 indikator berupa tingkat kesulitan (*magnitude*) yang masuk dalam kriteria tinggi sedangkan tingkat kekuatan keyakinan (*strength*) dan tingkat generalitas (*generality*) masuk dalam kriteria sangat tinggi dengan nilai rata-rata. Nilai rata-rata indikator tertinggi dimiliki oleh indikator tingkat kekuatan keyakinan (*strength*) sebesar 13,31. Hasil ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dapat memberikan dukungan yang baik antara *self efficacy* terhadap minat berwirausaha dan bermakna bahwa kepercayaan diri siswa akan kemampuan yang dimilikinya membuat minat berwirausaha dari siswa tersebut tumbuh dan berkembang dalam dirinya. Selain itu, minat berwirausaha siswa juga bertumbuh dan berkembang karena siswa selalu berpikiran positif, berpikir bahwa ketika nantinya memulai usaha akan menuai keberhasilan, serta ketika masalah datang dalam usahanya nanti siswa akan tetap

mencari jalan keluarnya dengan cara yang baik, bukannya meninggalkan usahanya begitu saja.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Adnyana & Purnami (2016) yang menyatakan bahwa *self efficacy* secara positif dan signifikan mempengaruhi minat berwirausaha. Penelitian lain yang mendukung temuan Ali dan Marwan yang hasilnya adalah terdapat signifikansi antara *self efficacy* terhadap minat berwirausaha siswa. Penelitian tersebut menyatakan bahwa *self efficacy* sangat penting bagi siswa untuk melakukan wirausaha (Siregar & Marwan, 2020).

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap *Self Efficacy*

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *self efficacy*. Hal ini sesuai dengan hasil uji parsial (t) yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,770 dan nilai sig. 0,007 dimana nilai tersebut < 0,05 yang berarti **H5 diterima**. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh antara pengetahuan kewirausahaan dengan *self efficacy*.

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa penelitian sesuai dengan teori kognitif sosial yang didalamnya menyatakan bahwa hasil belajar yang dicapai yaitu munculnya perilaku yang diinginkan. Maksud dari kalimat tersebut adalah dengan hasil belajar yang didapat oleh individu maka akan beriringan dengan tindakan yang diinginkan orang tersebut, misalnya dengan adanya pembelajaran yang mendatangkan pengetahuan terkait wirausaha maka akan timbul perasaan ingin mempraktikkan dan bertindak sesuai

dengan pengetahuan atau teori yang telah didapat yaitu melakukan wirausaha.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh siswa SMK NU 01 Kendal jurusan Tata Boga masuk dalam kriteria yang sangat tinggi dengan nilai rata-rata 39,17. Pengetahuan kewirausahaan diukur menggunakan 3 indikator yang semuanya masuk dalam kriteria sangat tinggi dengan hasil tertinggi diperoleh oleh indikator mengambil resiko usaha dengan nilai rata-rata 13,11. Hasil ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dapat memberikan dukungan yang baik antara pengetahuan kewirausahaan terhadap *self efficacy*. Hasil tersebut juga memberikan makna bahwa dengan memiliki pengetahuan yang berkaitan dengan wirausaha, siswa merasa percaya akan kemampuan yang dimilikinya dan akan lebih percaya diri untuk membuka usaha dengan bekal pengetahuan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Flora yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap *self efficacy*. Hasil penelitian Puspitaningsih (2016) menyatakan bahwa dengan adanya pembelajaran kewirausahaan telah menumbuhkan rasa yakin dalam diri mahasiswa untuk melakukan wirausaha.

Pengaruh *Teaching Factory* terhadap *Self Efficacy*

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *teaching factory* berpengaruh terhadap *self efficacy*. Hal ini sesuai dengan hasil uji parsial (t) yang menunjukkan nilai

t_{hitung} sebesar 1,996 dan nilai sig. 0,049 dimana nilai tersebut $< 0,05$ yang berarti **H₀ diterima**. Hal tersebut menunjukkan

bahwa adanya pengaruh antara *teaching factory* dengan *self efficacy*.

Hasil tersebut memberikan arti bahwa penelitian ini sejalan dengan teori kognitif sosial yang menyatakan bahwa tingkah laku seseorang tidak hanya sekedar refleksi namun juga merupakan sebuah hasil dari interaksi antara lingkungan dengan skema kognitif (Yanuardianto, 2019). Pengembangan dari teori ini adalah pembelajaran langsung yang mana pembelajaran ini dirancang untuk mengajarkan pengetahuan yang disampaikan dengan tulisan, lisan dan juga pengajaran prosedural yang penyampaiannya membutuhkan model. Hal tersebut sejalan dan mendukung untuk hasil penelitian ini yang menunjukkan hasil *teaching factory* berpengaruh terhadap *self efficacy*.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa hasil penerapan *teaching factory* yang dimiliki oleh siswa SMK NU 01 Kendal jurusan Tata Boga masuk dalam kriteria yang sangat tinggi dengan nilai rata-rata 64,21. *Teaching factory* diukur menggunakan 5 indikator dengan indikator *partnership* masuk dalam kriteria sangat tinggi, sedangkan indikator kegiatan pembelajaran, proses produksi, penjualan atau pemasaran, dan purna jual atau perbaikan masuk dalam kriteria tinggi dengan hasil tertinggi diperoleh oleh indikator proses produksi dengan nilai rata-rata 17,12. Hasil ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dapat memberikan dukungan yang baik antara *teaching factory* terhadap *self efficacy*.

Teaching factory di sekolah sudah terlaksana dengan baik sehingga dapat meningkatkan *self efficacy* siswa. Hal ini terjadi karena pembelajaran yang terlaksana terdiri dari materi dan praktik yang mana

konsep dasar *teaching factory* adalah kombinasi dari pembelajaran teori dan praktik. Adanya pengkombinasian antara teori dan praktik membuat siswa lebih memahami tentang kemampuan yang dimilikinya sehingga membuat siswa lebih percaya diri karena kemampuan yang dimilikinya sudah lebih mumpuni dan siap untuk terjun ke dunia usaha ataupun dunia industri. Selain itu, *teaching factory* di sekolah berjalan dengan baik juga dikarenakan sekolah sudah memiliki kerjasama dengan sebuah industri untuk pelaksanaan kegiatan yang diselenggarakan sekolah seperti halnya kegiatan PKL dan kunjungan industri. Adanya faktor-faktor tersebut membuat *teaching factory* di sekolah berhasil terlaksana dengan baik dan berhasil mempengaruhi tingkat kepercayaan diri atau *self efficacy* siswanya.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap *Self Efficacy*

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh terhadap *self efficacy*. Hal ini sesuai dengan hasil uji parsial (t) yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 1,638 dan nilai sig. 0,105 dimana nilai tersebut > 0,05 yang berarti **H7 ditolak**. Hal tersebut menunjukkan tidak adanya pengaruh antara penggunaan media sosial dengan *self efficacy*.

Hasil tersebut memberikan arti bahwa penelitian ini tidak sejalan dengan pokok penting pemikiran Bandura yang ada dalam teori kognitif sosial yang berupa efikasi diri. Dalam teori tersebut menyatakan bahwa tingkah laku seseorang bergantung pada hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi lingkungan dengan kondisi kognitif khususnya

keyakinan akan kemampuan dalam dirinya (Abdullah, 2019). Efikasi diri dapat dipengaruhi oleh kejadian yang dirasakan seseorang dan orang yang melihatnya merasakan juga, artinya jika seseorang melihat sebuah figur dengan suatu kejadian yang dialaminya, maka percaya diri orang tersebut dapat terpengaruh, baik terpengaruh menjadi meningkat ataupun menurun, semuanya tergantung pada model atau figur tersebut (Rustika, 2016). Figur saat ini dapat diperoleh melalui media sosial, karena banyak orang yang sering mengunggah peristiwa atau kegiatan yang dialaminya ke media sosial, termasuk juga dalam hal wirausaha. Hasil penelitian ini tidak mendukung dan tidak sejalan dengan pernyataan tersebut sehingga dalam penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan media sosial tidak dapat mempengaruhi *self efficacy*.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang dimiliki oleh siswa SMK NU 01 Kendal jurusan Tata Boga masuk dalam kriteria yang tinggi dengan nilai rata-rata 37,69. Penggunaan media sosial diukur menggunakan 3 indikator yang semuanya masuk dalam kriteria tinggi dengan hasil tertinggi diperoleh oleh indikator kemudahan dengan nilai rata-rata 12,99. Hasil ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dapat memberikan dukungan yang baik antara penggunaan media sosial terhadap *self efficacy*.

Hasil analisis deskriptif penggunaan media sosial memiliki nilai rata-rata tinggi namun hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh terhadap *self efficacy*. Ditolaknya hipotesis ini terjadi karena ternyata penggunaan media sosial untuk berwirausaha tidak semudah yang dibayangkan, harus mengeluarkan banyak usa-

ha seperti halnya promosi dan memperbanyak penonton serta pengikut, biaya yang dibutuhkan juga tidak seminimal yang dibayangkan karena harus membayar biaya promosi, oleh karena itu membuat siswa merasa kurang yakin untuk kemampuannya berpromosi melalui media sosial. Selain itu, *self efficacy* siswa tidak dapat dipengaruhi oleh media sosial dikarenakan adanya faktor berupa informasi yang tersebar di media sosial merupakan sebuah berita atau informasi yang tidak dapat dipercaya penuh, terkadang media sosial menyebarkan informasi *hoax*, serta media sosial dalam menjaga privasi penggunanya masih kurang baik sehingga banyak privasi siswa yang bermain media sosial terganggu, seperti terjadinya peretasan akun.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha melalui *Self Efficacy*

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan *Sobel Test* diperoleh nilai *t*-hitung sebesar 1,157 dan dengan cara dihitung secara manual sebesar 1,118 yang keduanya memiliki nilai lebih kecil dari *t*-tabel yaitu 1,663 menunjukkan nilai positif namun tidak signifikan yang berarti **H₈ ditolak**. Hasil perhitungan pengaruh langsung pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha sebesar 0,214 atau 21,4%, sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui *self efficacy* sebagai variabel intervening sebesar 0,057 atau 5,7% sehingga total pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui *self efficacy* sebesar 0,271 atau 27,1%. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung lebih kecil dari pada pengaruh langsung dan tidak

signifikan sehingga *self efficacy* tidak mampu memediasi pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Ditolaknya hipotesis ini juga dikarenakan nilai signifikansi dari variabel *self efficacy* sebesar 0,035 yang mana mendekati 0,05 sehingga mengakibatkan *self efficacy* ini tidak mampu memediasi antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki siswa tidak cukup mampu membuat siswa berani untuk mengambil resiko, siswa merasa dengan pengetahuan hanya bisa memahami teori terkait wirausaha. Siswa merasa bahwa resiko yang nantinya dihadapi ketika berwirausaha akan kompleks dan teori yang dimilikinya tidak cukup bisa untuk membantunya dalam menangani resiko yang nantinya akan dihadapi. Selain itu, siswa juga tidak merasa bahwa teori kewirausahaan yang didapat mampu mempermudah dalam menangani masalah usahanya. Seperti halnya dalam teori dijelaskan bahwa ketika memulai usaha terlebih dahulu dirancang sedemikian rupa mulai dari SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*), pangsa pasar yang akan dituju, juga terkait pemasaran yang nantinya akan dilakukan, namun dalam pelaksanaannya terkadang ditemukan bahwa pangsa pasar yang dituju justru malah kurang tertarik dengan usaha yang dibangun, juga sudah menggunakan teknik pemasaran yang tepat dan menarik namun konsumen tidak terpengaruh dengan iklan yang disebar. Hal tersebut didorong dengan kemampuan siswa yang kurang baik dalam menyelesaikan masalah sehingga mengakibatkan siswa tidak bisa percaya diri untuk berwirausaha. Hal ini yang menyebabkan hasil penelitian ini menyatakan hasil bahwa *self efficacy* tidak

mampu memediasi antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan *theory of planned behavior* yang mengatakan bahwa hal yang mempengaruhi minat individu diantaranya adalah sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Pengetahuan kewirausahaan mewakili kontrol perilaku yang mana diharapkan dengan adanya pengetahuan kewirausahaan yang tinggi dapat mendorong siswa untuk berminat melakukan wirausaha, akan tetapi variabel mediasi yang berupa *self efficacy* dalam penelitian ini memiliki pengaruh tidak langsung yang lebih kecil yang berarti tidak mampu memediasi pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lafuente (2018) yang menyatakan bahwa efikasi diri berpengaruh positif namun tidak signifikan dalam mengintervensi atau memediasi pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini tidak mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh yunia dan sukirman yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha melalui *self efficacy* (Lestari & Sukirman, 2020).

Pengaruh *Teaching Factory* terhadap Minat Berwirausaha melalui *Self Efficacy*

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan *Sobel Test* diperoleh nilai t-hitung sebesar 1,164 dan dengan cara dihitung secara manual sebesar 1,119 yang keduanya memiliki nilai lebih kecil dari t-tabel yaitu 1,663 menunjukkan nilai positif namun tidak signifikan yang berarti H₉

ditolak. Hasil perhitungan pengaruh langsung *teaching factory* terhadap minat berwirausaha sebesar 0,220 atau 22%, sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung *teaching factory* terhadap minat berwirausaha melalui *self efficacy* sebagai variabel intervening sebesar 0,047 atau 4,7% sehingga total pengaruh *teaching factory* terhadap minat berwirausaha melalui *self efficacy* sebesar 0,267 atau 26,7%. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa *self efficacy* tidak mampu memediasi pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Ditolaknya hipotesis ini juga dikarenakan nilai signifikansi dari variabel *self efficacy* sebesar 0,035 yang mana mendekati 0,05 sehingga mengakibatkan *self efficacy* ini tidak mampu memediasi antara *teaching factory* terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kurang maksimalnya evaluasi yang dilakukan terhadap produk-produk yang ada seperti halnya kurang pengecekan kembali produk yang telah dipasarkan dan mencari tahu kekurangan apa yang terjadi di produknya. Hal ini juga didukung dengan kemampuan siswa dalam menyelesaikan masalah yang dapat dikatakan cukup rendah, siswa takut salah mengambil langkah untuk menyelesaikan masalah dan mengakibatkan kesalahan yang lebih fatal seperti takut untuk memulai inovasi baru, memperbaiki kesalahan dengan rekan kerjasamanya, serta takut untuk menerima kritik dan saran atas produknya, oleh karena itu siswa menjadi takut untuk berwirausaha sehingga mengurangi minat siswa untuk berwirausaha. Hal tersebut yang menyebabkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa *self efficacy* tidak bisa memediasi *teaching factory* terhadap minat

berwirausaha.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan *theory of planned behavior* yang menyatakan bahwa kontrol perilaku yang merupakan salah satu faktor penentu minat dapat ditentukan oleh keyakinan individu mengenai ketersediaan sumber daya berupa peralatan, kompatibilitas, kompetensi dan kesempatan yang mendukung atau menghambat perilaku tertentu dan besarnya peran sumber daya tersebut dalam mewujudkan perilaku tersebut. *Teaching factory* yang dapat memberikan kompetensi dan rasa kompatibilitas siswa dalam dunia kerja diharapkan mampu mendorong siswa untuk berminat melakukan wirausaha, akan tetapi variabel mediasi yang berupa *self efficacy* dalam penelitian ini tidak mampu memediasi antara *teaching factory* dengan minat berwirausaha.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha melalui *Self Efficacy*

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan *Sobel Test* diperoleh nilai *t*-hitung sebesar 1,074 dan dengan cara dihitung secara manual sebesar 1 yang keduanya memiliki nilai lebih kecil dari *t*-tabel yaitu 1,663 menunjukkan nilai positif namun tidak signifikan yang berarti **H10 ditolak**. Hasil perhitungan pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha sebesar 0,285 atau 28,5%, sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha melalui *self efficacy* sebagai variabel intervening sebesar 0,036 atau 3,6% sehingga total pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha melalui *self efficacy* sebesar 0,321 atau 32,1%. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh

tidak langsung lebih kecil dari pada pengaruh langsung dan tidak signifikan sehingga *self efficacy* tidak mampu memediasi penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. Ditolaknya hipotesis ini juga dikarenakan nilai signifikansi dari variabel *self efficacy* sebesar 0,035 yang mana mendekati 0,05 serta variabel penggunaan media sosial tidak berpengaruh terhadap *self efficacy* sehingga mengakibatkan *self efficacy* ini tidak mampu memediasi antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.

Kepercayaan siswa terhadap media sosial terbilang cukup rendah karena siswa menganggap media sosial kurang bisa menjaga privasi penggunanya, juga sering terjadinya peretasan akun. Selain itu informasi yang diberikan atau disajikan oleh media sosial juga tidak sepenuhnya informasi yang valid dan mudah dipercaya begitu saja, sering terjadi penyebaran informasi yang *hoax*, tidak sesuai faktanya sehingga banyak siswa merasa media sosial tidak sepenuhnya efektif digunakan untuk berwirausaha. Adanya fakta bahwa siswa kurang menyukai tantangan-tantangan baru karena dianggap sebagai hal menakutkan yang mana mereka meyakini bahwa tantangan baru itu cukup sulit untuk dilakukannya sehingga mereka takut gagal menunjukkan bahwa siswa masih kurang percaya diri untuk membuka usaha. Hal tersebut yang membuat hasil penelitian ini menyatakan bahwa *self efficacy* tidak dapat memediasi antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan teori kognitif sosial yang menyatakan bahwa lingkungan sosial merupakan tempat terjadinya sebagian besar pembelajaran manusia selama ini. Lingkungan sosial melalui media sosial yang sering digu-

nakan siswa untuk berinteraksi dengan lingkungan sekitar sehingga siswa dapat belajar dan mengamati sekitarnya, diharapkan mampu mendorong siswa untuk berminat melakukan wirausaha, akan tetapi variabel mediasi yang berupa *self efficacy* dalam penelitian ini tidak mampu memediasi antara penggunaan media sosial dengan minat berwirausaha.

SIMPULAN

Simpulan penelitian ini yaitu: 1) Pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha siswa; 2) *Teaching factory* memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha siswa; 3) Penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa; 4) *Self efficacy* berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa; 5) Pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap *self efficacy* siswa; 6) *Teaching factory* berpengaruh terhadap *self efficacy* siswa; 7) Penggunaan media sosial tidak berpengaruh terhadap *self efficacy* siswa; 8) Pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa melalui *self efficacy*; 9) *Teaching factory* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa melalui *self efficacy*; 10) Penggunaan media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa melalui *self efficacy*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. M. (2019). Social Cognitive Theory: A Bandura Thought Review published in 1982-2012. *Psikodimensia*, 18(1), 85. <https://doi.org/10.24167/psidim.v18i1.1708>
- Adawiyah, R., & Norman, E. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Program Studi dan Gender terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 2(2), 184–218. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v2i2.140>
- Adnyana, I., & Purnami, N. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy dan Locus of Control pada Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(2), 1160–1188.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizationall Behavioor and Human Decision Processes*, 50, 179–211 <https://doi.org/10.15288/jsad.2011.72.322>
- Alfaruk, M. H. (2016). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4(2), 164–172.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Pengangguran Terbuka menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan*. <https://www.bps.go.id/indicator/6/674/1/-pengangguran-terbuka-menurut-pendidikan-tertinggi-yang-ditamatkan.html>
- Bandura, A. (1997). Self-Efficacy: The Exercise of Control. In Finnemore (Ed.), *Journal of Cognitive Psychotherapy*. W.H Freeman and Company. <https://doi.org/10.1891/0889-8391.13.2.158>
- Indraswati, D., Hidayati, V. R., Wulandari, N. P., & Mauliyda, M. A. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 17–34. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n1.p17-34>

- Jailani, M., Rusdarti, & Sudarma, K. (2017). Pengaruh Kewirausahaan, Motivasi Belajar, Sosial Ekonomi Orang Tua dan Self Efficacy terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 52–59. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Kurniawan, A., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi, dan Kepribadian terhadap Minat Wirausaha melalui Self Efficacy. *Journal of Economic Education*, 5(1), 100–109.
- Lafuente, E., Markus, G., Szerb, L., & Acs, Z. J. (2019). *The Global Entrepreneurship Index Rank of All Countries*. 19. <https://thegeodi.org/2019-global-entrepreneurship-index/>
- Lestari, Y. P., & Sukirman. (2020). Pengaruh Self Efficacy sebagai Mediasi dari Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 615–633. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.39469>
- Mahmud, A., & Sa'adah, L. (2019). Pengaruh Penggunaan Instagram dan Efikasi Diri melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1).
- Makhtubah, E., & Rusdarti. (2020). Pembelajaran Teaching Factory Berbasis Unit Produksi untuk Meningkatkan Semangat Kewirausahaan Siswa. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1), 1–15.
- Nugrahaningsih, H. (2018). Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha dengan Efikasi Diri sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Jurnal Mozaik*, X(1), 1–9.
- Prasetio, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari Dan Administrasi (SERASI)*, 18(1), 35–46.
- Puspitaningsih, F. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha dengan Self Efficacy sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa STKIP PGRI Tenggalet. *Dewantara*, 2(1), 71–84.
- Putri, N. L. W. W. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1).
- Rustika, I. M. (2016). Efikasi Diri: Tinjauan Teori Albert Bandura. *Buletin Psikologi*, 20(1–2), 18–25. <https://doi.org/10.22146/bpsi.11945>
- Sahroh, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Tingkat Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3), 208–215. <https://doi.org/10.26740/jupe.v6n3.p>
- Saputro, H., Martono, T., Nugroho, I., Estriyanto, Y., & Khurniawan, A. W. (2019). Model Pengelolaan Teaching Factory Bebas Potensi Sekolah dan Wilayah/Geografi. In P. D. Nugraheni & M. A. Majid (Eds.), *Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan*,

Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan.
Direktorat Pembinaan Sekolah
Menengah Kejuruan.

- Siregar, S. A. A., & Marwan. (2020). The Effect of Parents Socioeconomic Status, Adversity Quotient, and Self Efficacy, on Students' Entrepreneurship Interest. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 124, 582–589. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.122>
- Suratno, Kohar, F., Rosmiati, & Kurniawan, A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Siswa/I Pada Smk Negeri 1 Kota Sungai Penuh. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5), 477–490. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i5.212>
- Winarno, A., & Sari, E. K. (2019). Teaching Factory Learning Has Not Been Effective in Increasing The Entrepreneurial Spirit of Vocational High School Students. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 58–65.
- Yahya, S. A., Djaelani, A. R., & Apriyanto, N. (2021). Pengaruh Teaching Factory dan Produk Kreatif Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Kelas XII TBSM SMK Bina Utama Kendal. *Journal of Vocational Education and Automotive Technology*, 3 (1).
- Yanuardianto, E. (2019). Teori Kognitif Sosial Albert Bandura (Studi Kritis dalam Menjawab Problem Pembelajaran di MI). *Jurnal Auladuna*, 01(02).