



Peran Biaya Peluang dalam Pengambilan Keputusan Usaha Mahasiswa Politeknik Negeri Medan

Natasya Amelya ^{1*}, Raihana Syahira ², Rico Natanael Hagana Bangun ³

¹⁻³ Prodi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Medan, Indonesia

* Penulis Korespondensi: natasyaam244@gmail.com ¹

Abstract. *This study focuses on analyzing students' business decisions at Medan State Polytechnic, considering the role of opportunity costs. The approach used is a descriptive quantitative method, with 32 active students taken as samples through purposive sampling. The researcher used a questionnaire with a Likert scale of 1-5 for Opportunity Cost (X) and Student Business Decision (Y) respectively. The Opportunity Cost obtained an average of 3.85 and Business Decision 4.01, which are in the high category. This indicates that students are rational and thorough in their business decisions. This supports students' understanding of opportunity costs and student business decision making, which suggests that opportunity costs have a positive influence.*

Keywords: *Business; College Student; Decisions; Opportunity Cost; Politeknik Negeri Medan*

Abstrak. Analisis tentang pengambilan keputusan usaha mahasiswa Politeknik Negeri Medan dengan mempertimbangkan peran biaya peluang merupakan fokus penelitian ini. Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif, dengan 32 mahasiswa aktif yang diambil sebagai sampel melalui purposive sampling. Peneliti menggunakan angket dengan skala Likert 1-5 untuk Biaya Peluang (X) dan Keputusan Usaha Mahasiswa (Y) masing-masing. Biaya Peluang diperoleh dengan rata-rata 3.85 dan Keputusan Usaha 4.01 dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa rasional dan teliti atas keputusan usaha yang diambil. Hal ini mendukung pemahaman mahasiswa terhadap biaya peluang serta pengambilan keputusan usaha mahasiswa bahwa biaya peluang memiliki pengaruh positif.

Kata kunci: Biaya Peluang; Keputusan; Mahasiswa; Politeknik Negeri Medan; Usaha

1. LATAR BELAKANG

Dunia perguruan tinggi menjadi salah satu faktor dalam mempersiapkan generasi muda untuk memasuki dunia kerja dan kewirausahaan. kembali ke mahasiswa, mereka seharusnya tidak hanya bertujuan untuk menguasai teori saja, mereka harus bisa mengaplikasikan ilmunya, dalam konteks praktis, termasuk dalam pengambilan keputusan sebuah usaha. Kemampuan ini seharusnya ada karena kian kompetitifnya pasar dan dunia ekonomi yang bersifat global. Banyak factor yang berkontribusi untuk mahasiswa mengambil keputusan dalam memilih jalur kewirausahaan, salah satunya karena mereka punya pengharapan, persepsi, dan tanggapan tentang sebuah profesi yang ada (Ginting, et al., 2025; Mayako & Wulandari, 2025; Wulandari et al., 2025). Nabela et al., (2023) mengungkapkan minat mereka dalam mengambil keputusan karier, salah satunya dipengaruhi oleh adanya persepsi mahasiswa terhadap sebuah profesi.

Dengan banyaknya peluang usaha yang berbasis online, mahasiswa yang berwirausaha semakin berkembang pesat. Mahasiswa bisa menggunakan teknologi digital untuk memulai bisnis dengan usaha yang tidak terlalu besar. Mereka dapat menggunakan strategi pemasaran

yang lebih murah dan efisien, yaitu menggunakan media sosial dan e-commerce (Evrianti et al., 2025; Ryndian Gusty et al., 2025). Menggunakan strategi ini, mahasiswa dapat dengan mudah meningkatkan penjualan dan memperluas pasar. Namun, mahasiswa masih mempunyai beberapa tantangan yaitu masalah modal dan manajemen waktu. (Sari et al., 2023) menunjukkan bagaimana mahasiswa tetap dapat memanfaatkan media digital untuk memulai bisnis meskipun dengan sumber daya yang terbatas.

Inovasi dalam perekonomian digital membuat mahasiswa lebih fleksibel dalam memilih keputusan bisnis (Kosasih & Wulandari, 2025; Purba et al., 2025). Menggunakan informasi teknologi menjadi salah satu cara dalam meningkatkan efektivitas dan kompetisi dalam usaha mahasiswa. Tetapi, kompetisi yang lebih ketat, membuat mahasiswa harus lebih tepat dalam memilih strategi. Untuk itu, analisis peluang wirausaha perlu dilakukan untuk menentukan potensi dan risiko sebagai langkah awal dalam memulai usaha. Menurut (Hisyam, 2024), teknologi memungkinkan mahasiswa untuk memanfaatkan peluang bisnis, tetapi persaingan harus tetap diperhatikan.

Keputusan mahasiswa yang berkaitan dengan ekonomi dipengaruhi juga oleh analisis dan evaluasi sistematis. Keberhasilan bisnis sangat ditentukan oleh langkah-langkah pengambilan keputusan yang dimulai dari mencari informasi sampai kepada tahap menetapkan alternatif terbaik. Setiap mahasiswa memiliki cara yang unik dalam menilai alternatif serta menentukan keputusan terbaik. Terdapat lima tahapan dalam studi kasus Universitas 45 Surabaya yang secara langsung mempengaruhi pengambilan keputusan. (Okky Novianto et al., 2024) menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari pemahaman tahapan keputusan terhadap keputusan mahasiswa.

Analisis biaya merupakan salah satu alat yang membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan bisnis yang berkelanjutan. Perlu diketahui bahwa jenis pembiayaan ini dibedakan pada dua bagian, yaitu biaya langsung dan tidak langsung. Perlu diperhatikan juga, bahwa selain keuntungan dan aspek finansial lainnya, seorang wirausahawan juga perlu memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dari bisnisnya. Dengan demikian, keputusan yang diambil dalam kehidupan sehari-hari akan lebih bertanggung jawab dan efektif. (Lubis, 2024) mengemukakan bahwa analisis biaya memungkinkan perusahaan untuk mengambil keputusan bisnis yang lebih berkelanjutan dan optimal.

Faktor internal seperti motivasi dan kepercayaan diri juga sangat berperan dalam keputusan mahasiswa untuk memulai bisnis. Orang yang memiliki motivasi tinggi akan lebih berani dalam mengambil risiko serta berpikir kreatif untuk menemukan peluang usaha. Efikasi diri yang tinggi membuat mereka percaya bahwa dapat menjalankan bisnis dengan baik. Hasil

studi terkait East Java menunjukkan bahwa efektivitas dan perilaku kewirausahaan dipengaruhi secara signifikan oleh faktor internal. (Srimulyani et al., 2023) menemukan bahwa motivasi dan efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM, yang relevan dengan kesiapan mahasiswa dalam mengambil keputusan usaha.

Kesempatan usaha yang tersedia di lingkungan kampus memberikan dorongan bagi mahasiswa untuk mencoba kewirausahaan. Akses terhadap fasilitas, bimbingan, dan jaringan menjadi modal penting bagi mahasiswa. Lingkungan yang mendukung juga meningkatkan rasa percaya diri dan kesiapan mereka dalam mengambil risiko usaha. Penelitian menunjukkan bahwa peluang usaha yang jelas dapat memperkuat kesiapan mahasiswa menjadi wirausaha. (Erlina Ali Marpaung et al., 2023) menegaskan bahwa ketersediaan peluang usaha dan lingkungan kampus yang mendukung berkontribusi pada kesiapan mahasiswa dalam mengambil keputusan usaha.

Kreativitas mahasiswa merupakan faktor pendorong munculnya peluang usaha baru. Mahasiswa yang kreatif mampu melihat kebutuhan pasar yang belum terpenuhi dan menciptakan inovasi produk atau layanan. Proses kreatif ini sering kali melibatkan pengelolaan biaya secara efektif untuk memaksimalkan hasil. Kreativitas yang dikombinasikan dengan kemampuan manajerial dapat menghasilkan usaha yang kompetitif. (Jamilah Zr et al., 2023) menemukan bahwa kreativitas mahasiswa mendorong munculnya peluang usaha baru dan meningkatkan keberhasilan usaha mereka.

Optimalisasi media digital setelah integrasi platform dapat meningkatkan efektivitas usaha mahasiswa. Penggunaan TikTok dan Tokopedia sebagai sarana pemasaran pasca-akuisisi terbukti meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi operasional. Mahasiswa dapat mengukur dampak strategi digital mereka secara real-time untuk mengambil keputusan yang lebih tepat. Dengan pemahaman biaya peluang dan strategi digital, mahasiswa mampu memaksimalkan keuntungan usaha. (Wulandari et al., 2025) menunjukkan bahwa integrasi platform digital pasca-akuisisi dapat meningkatkan peluang dan efisiensi usaha mahasiswa di wilayah Sumatra.

Penelitian ini dilakukan untuk memahami peran biaya peluang dalam pengambilan keputusan usaha mahasiswa Politeknik Negeri Medan. Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memberikan insight praktis bagi pengembangan kewirausahaan mahasiswa di era digital. Hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi dasar bagi kebijakan kampus dan pihak terkait dalam mendukung kewirausahaan mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam literatur kewirausahaan dan pendidikan tinggi.

2. KAJIAN TEORITIS

Usaha yang kompleks dan multi-dimensi harus diperhitungkan saat membuat keputusan untuk sebuah bisnis karena evaluasi terhadap berbagai biaya dan manfaat harus dilakukan. Salah satu alat yang paling mendasar dan umum untuk pengambilan keputusan bisnis adalah "biaya peluang", yang didefinisikan sebagai nilai dari alternatif terbaik berikutnya yang ditinggalkan ketika sebuah keputusan dibuat. Misalnya, menurut (Wahyuliningtyas et al., 2023), dalam hal produksi, biaya peluang sangat penting karena mengevaluasi manfaat dan biaya relatif dari berbagai opsi yang berbeda. Bagi sebuah bisnis, memahami siswa kemungkinan besar berkaitan dengan evaluasi untuk efektivitas biaya apakah membuat produk secara internal atau membelinya dari pemasok eksternal. Oleh karena itu, dalam kewirausahaan bisnis, biaya peluang adalah alat analitis yang sangat berguna untuk pengambilan keputusan.

Mahasiswa memandang pengambilan keputusan mereka dalam hal ekonomi dari perspektif biaya-manfaat juga. (Sitanggang & Salsabillah, 2024) menekankan pentingnya menguasai analisis biaya-manfaat, bersama dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan ekonomi, memahami ekonomi dari perspektif konsumen dan kewirausahaan. Ini memungkinkan mahasiswa untuk menganalisis setiap alternatif yang tersedia secara kuantitatif dan melakukan perhitungan sistematis untuk mengidentifikasi biaya dan manfaat, pengambilan keputusan ekonomi yang rasional dari mahasiswa. Kemampuan ini memberikan mahasiswa kemampuan untuk memahami pengambilan keputusan rasional secara ekonomi.

Kesantunan diri adalah salah satu aspek yang sangat esensial untuk proyek kepemimpinan yang akan menjadi monster di saat yang kemudian dalam entrepreneurship-building. (Sianturi et al., 2022) mengungkapkan bahwa self-control atau kekuatan diri dalam diri individu sangat mendukung untuk perilaku ekonomi yang disebut perilaku konsumen, yaitu proses pengambilan keputusan. Mahasiswa yang tak lagi kehilangan arah diri sendiri diciptakan oleh kontrol diri. Mereka adalah tokoh-tokoh terkemuka di suatu negara, dan mereka telah membuktikan diri sebagai pribadi yang mampu mengelola keuangan negara, tanpa perlu mengganggu stabilitas ekonomi di mana pun. Itulah sebabnya, seiring waktu, pengaruh yang muncul setelah perubahan psikologis, juga mencerminkan perubahan dalam tindakan dan pencapaian konsekuensinya. Oleh karena itu, di antara yang lainnya, yang terbaik adalah mewujudkan diri dan mati sebagai diri sendiri atau menjadi inkarnasi terbaru dari orang lain! Oleh karena itu, selain faktor ekonomi dan psikologis, pengendalian diri juga berperan dalam pengambilan keputusan.

Secara keseluruhan konsep di atas, yaitu biaya peluang, cost-benefit, dan kontrol diri, berbentuk kerangka teoritis yang kukuh dalam memahami pengambilan keputusan usaha pada kalangan mahasiswa. Semua aspek di atas seimbang dalam memberikan bantuan kepada mahasiswa menilai alternatif usaha dengan mempertimbangkan aspek ekonomi dan psikologisnya. Penelitian ini merupakan landasan untuk penelitian kuantitatif yang berusaha mengukur hubungan antara biaya peluang dan keputusan usaha mahasiswa. Dengan menggunakan instrumen skala likert, penelitian ini merangkum teori-teori di atas dalam analisis empiris yang valid dan reliabel.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menggambarkan pengaruh biaya peluang terhadap pengambilan keputusan usaha mahasiswa Politeknik Negeri Medan. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebar menggunakan Google Form kepada 32 mahasiswa sebagai sampel penelitian. Instrumen penelitian terdiri dari dua variabel utama, yaitu biaya peluang (X) dengan 10 pertanyaan dan keputusan usaha mahasiswa (Y) dengan 10 pertanyaan, yang keduanya menggunakan skala Likert 1–5 untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan.

Pengumpulan data menggunakan survei online ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suyono et al., 2024), yang juga mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan kuesioner. Mereka menggunakan survei online sebagai metode pengumpulan data dengan responden yang relatif kecil (50 orang) dan instrumen skala Likert untuk mengukur persepsi mahasiswa terhadap kewirausahaan. Teknik pengumpulan data yang serupa digunakan oleh (Rosidah & Prakoso, 2021), yang juga memakai kuesioner dengan skala Likert dalam penelitian mereka untuk mengukur variabel literasi ekonomi, kontrol diri, dan pembelian impulsif, meskipun mereka tidak menggunakan Google Form secara eksplisit. Hal ini menunjukkan kesesuaian metode pengumpulan data secara digital yang efisien untuk penelitian kuantitatif.

Sementara itu, meskipun (Wardana et al., 2020) menggunakan pendekatan yang lebih kompleks dengan Structural Equation Modeling (SEM), mereka juga menggunakan survei online dengan skala Likert untuk mengukur sikap dan persepsi mahasiswa terhadap fenomena kewirausahaan. Oleh karena itu, prinsip dasar penggunaan survei online dengan skala Likert dan teknik pengumpulan data digital sangat relevan dengan penelitian ini, meskipun metode analisis yang digunakan berbeda.

Secara keseluruhan, meskipun analisis dalam penelitian sebelumnya menggunakan teknik yang lebih kompleks, penelitian ini tetap mengacu pada prinsip dasar yang sama dalam hal pengumpulan data melalui survei online dengan skala Likert dan pendekatan kuantitatif deskriptif

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian

Variabel	Rata rata	Kategori	Interpretasi singkat
Biaya peluang(x)	3.85	Tinggi	Mahasiswa cukup memperhatikan biaya peluang saat mengambil keputusan usaha
Keputusan usaha (y)	4.01	Tinggi	Keputusan usaha mahasiswa terbilang rasional dan mempertimbangkan faktor penting

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhatian mahasiswa terhadap biaya peluang berpengaruh positif terhadap kualitas pengambilan keputusan usaha. Tingginya skor variabel X diikuti dengan tinggi skor variabel Y mengindikasikan bahwa mahasiswa yang memperhatikan biaya peluang cenderung mengambil keputusan usaha yang lebih rasional dan efektif.

Secara teoritis, hal ini sesuai dengan prinsip biaya peluang, yang menekankan pentingnya mempertimbangkan alternatif yang dikorbankan dalam setiap pengambilan keputusan. Selain itu, mahasiswa terlihat tidak mudah tergoda oleh peluang usaha yang tampak menguntungkan tanpa perhitungan matang, melainkan mengevaluasi berbagai opsi dan menentukan prioritas usaha yang paling menguntungkan. Dengan demikian, data ini mendukung hipotesis awal bahwa biaya peluang berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan usaha mahasiswa.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Politeknik Negeri Medan cukup memperhatikan biaya peluang saat membuat keputusan usaha, sehingga keputusan yang diambil cenderung rasional, terencana, dan efektif. Tingginya skor rata-rata pada variabel Biaya Peluang dan Keputusan Usaha menunjukkan bahwa mahasiswa sudah menerapkan prinsip pertimbangan alternatif dalam pengambilan keputusan usaha secara umum. Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah mahasiswa disarankan lebih meningkatkan pemahaman tentang biaya peluang agar setiap keputusan usaha menjadi lebih optimal dan minim risiko. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan sampel lebih banyak atau menambahkan metode analisis lain, seperti korelasi

atau regresi, agar hubungan antara biaya peluang dan keputusan usaha dapat dianalisis lebih mendalam.

DAFTAR REFERENSI

- Erlina Ali Marpaung, Ella Fiana Br Sitohang, Farah Dilla, & Hasyim Hasyim. (2023). Pengaruh Dan Peluang Usaha Terhadap Kesiapan Mahasiswa Untuk Menjadi Wirausaha. *Moneter: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 2(1), 176–186. <https://doi.org/10.61132/moneter.v2i1.148>
- Evrianti, H., Wanti, S., Asriadi, A., & Wulandari, P. (2025). INFLUENCER MARKETING AND PURCHASE INTENTION: THE MEDIATING ROLE OF TRUST. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 11(3), 545–555. <http://dx.doi.org/10.17358/IJBE.11.3.545>
- Ginting, G. D. H., Wulandari, P., Purba, A. R. H. K., Rizqiana, D. S., Mawaddah, Syahlina, M., & Medina, L. (2025). *Kewirausahaan Digital* (Vol. 1). PT Penamuda Media. <https://penamudamedia.com/index.php/publisher/article/view/290>
- Hisyam, C. J. (2024). *Analisis Peluang Wirausaha Mahasiswa di Tengah Perkembangan Ekonomi Era Digital (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)*.
- Jamilah Zr, Khairani Munadia, Sandrina As Zahra Lubis, & Mansur Keling. (2023). Peluang Usaha Sebagai Kreativitas Mahasiswa Untuk Berwirausaha. *JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 2(3), 89–95. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v2i3.1123>
- Kosasih, H., & Wulandari, P. (2025). Financial Technology and Green Financing: A Blend of Technology, Economy, and Environment. *Indonesian Journal of Social Economics and Agricultural Policy*, 1(1), 27–32. <https://doi.org/10.70895/ijseap.v1i1.41>
- Lubis, Q. (2024). *PENTINGNYA ANALISIS BIAYA DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS YANG BERKELANJUTAN*.
- Mayako, P. A., & Wulandari, P. (2025). Higher Education Institution Marketing: Factors Influencing Students' Decision To Choose Politeknik Negeri Medan (POLMED). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(1), 643–649. <https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Nabela, S. C., Cahyani, M. R., Muchlisin, C. A., & Sumardi, S. (2023). ASSESSING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS AS CAREER CHOICE: ACCOUNTING STUDENTS' PERCEPTION. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(2), 247–263. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i2.8617>
- Okky Novianto, Harsono Teguh Santoso, Rina Dewi, Bambang Karnain, Sugiharto Sugiharto, & Achmad Daengs Gs. (2024). Analisis 5 (Lima) Tahapan Proses Keputusan Pembelian Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Universitas 45 Surabaya Dalam Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 40–62. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v3i1.2308>

- Purba, A. R. H. K., Syahlina, M., & Wulandari, P. (2025). The Influence of Integrated Marketing Communication Strategies on Enhancing the Adoption of GoPaylater Services. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi (IKOMIK)*, 5(1), 16–27. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v5i1.12109>
- Rosidah, A., & Prakoso, A. F. (2021). PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 275–287. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i3.398>
- Ryndian Gusty, Poppy Wulandari, Ira Nur Dewita Siregar, Dyah Seruni Rizqiana, & Dita Kartika Sari Hasibuan. (2025). Interactive Marketing Communication through Live Commerce: A Pathway to Consumer Loyalty. *International Journal of Economics and Management Research*, 4(1), 604–615. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v4i1.454>
- Sari, S. Y., Mardhotila, R. R., Pebrianti, A. D., Niken, A., Khasanah, A. N., Shalinda, F. D., & Pangesti, W. Y. (2023). *Analisis Peluang Usaha Berbasis Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES*. 2(1).
- Sianturi, E. I. L., Doloksaribu, A., & Siringoringo, M. (2022). *Pengaruh Opportunity Cost, Nilai Guna, Self Control dan Manfaat Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Selama Masa Pandemi Covid-19. (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan)*. 1(1).
- Sitanggang, V. F., & Salsabillah, M. A. (2024). PENERAPAN KONSEP COST BENEFIT PADA MAHASISWA DI SURABAYA DALAM PEMBUATAN KEPUTUSAN EKONOMI. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 2(2).
- Srimulyani, V. A., Hermanto, Y. B., Rustiyaningsih, S., & Setiyo Waloyo, L. A. (2023). Internal factors of entrepreneurial and business performance of small and medium enterprises (SMEs) in East Java, Indonesia. *Heliyon*, 9(11), e21637. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21637>
- Suyono, A., Wulandari, F., & Ningsih, S. T. (2024). *PROSES DAMPAK PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PERSEPSI BERWIRAUSAHA*. 12(2).
- Wahyuliningtyas, S., Ratih, N. R., & Kusummaningarti, M. (2023). IMPLEMENTASI DIFFERENTIAL COST DAN OPPORTUNITY COST DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBUAT SENDIRI ATAU MEMBELI. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 2(2), 152–163. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v2i2.5789>
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: The mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9), e04922. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>
- Wulandari, P., Mawaddah, & Purba, A. R. H. K. (2025). Post-acquisition TikTok and Tokopedia: Optimization marketing media to encourage entrepreneurship on Sumatra Island. *Priviet Social Sciences Journal*, 5(6), 1–13. <https://doi.org/10.55942/pssj.v5i6.383>