

## **Efikasi Diri Generasi Milenial dan Keputusan Berwirausaha di Bidang Ekonomi Kreatif**

**Tanti Prita Hapsari dan Siti Salima**

Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta, Jl. Ring Road Utara, Ngringin, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, Indonesia

\*Corresponding author: tantiprita@amikom.ac.id

Dikirim: 17-11-2022; Diterima: 17-01-2023

### **ABSTRAK**

Pelaku usaha khususnya dari generasi milenial dituntut untuk bisa menghasilkan produk kreatif yang memiliki nilai jual. Generasi milenial perlu memiliki efikasi diri yang tinggi untuk berwirausaha di bidang ekonomi kreatif agar memiliki keyakinan dan keberanian dalam menghadapi segala resiko. Usaha bidang ekonomi kreatif adalah bidang usaha yang membutuhkan dasar kreativitas, inovasi dan teknologi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh efikasi diri terhadap keputusan berwirausaha pada generasi milenial di bidang ekonomi kreatif. Data dikumpulkan dengan membagikan kuesioner kepada 150 responden. Pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu generasi milenial yang sudah menjalankan usaha kreatif di Yogyakarta. Analisa data menggunakan regresi linier sederhana dan didapatkan hasil bahwa efikasi diri memiliki pengaruh positif terhadap keputusan generasi milenial untuk berwirausaha di bidang ekonomi kreatif.

**Kata kunci:** efikasi diri; ekonomi kreatif; keputusan berwirausaha

### **ABSTRACT**

*Business actors, especially from the millennial generation, have to be able to produce creative products that have a sale value. The millennial generation needs high self-efficacy for entrepreneurship in the creative economy, so they have confidence and courage to face all the risks. Business in the creative economy sector is a field of business that requires a basis of creativity, innovation and technology. The aim of this study was to analyze the effect of self-efficacy toward entrepreneurial decisions of the millennial generation in the creative economy sector. The data was collected by distributing questionnaires to 150 respondents. The sample selection used a purposive sampling technique. They are the millennial generation who have run creative businesses in Yogyakarta. Data analysis used simple linear regression and the results showed that*

*self-efficacy had a positive influence on the millennial generation's decision to do business in the creative economy sector.*

**Keywords:** *creative economy; entrepreneurial decision; self-efficacy*

## PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang menekankan pada efektivitas informasi dan kreativitas. Nilai produk yang dihasilkan sangat dipengaruhi dan ditentukan oleh sejauh mana sumber daya manusia (SDM) dalam memaksimalkan kekayaan intelektual. Ekonomi kreatif adalah kreativitas, pengetahuan, dan gagasan tentang manusia sebagai aset untuk kemajuan ekonomi (Mashdurohatun et al., 2021).

Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia membutuhkan peran dan dukungan dari berbagai pihak, termasuk generasi milenial. Generasi milenial juga disebut sebagai generasi Y, mereka lahir antara tahun 1980-2000. Usia rentang tersebut merupakan usia produktif sehingga generasi milenial akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia (Budiati et al., 2018).

Generasi milenial memiliki beberapa kelebihan. Menurut Sampoerno & Haryono (2021), generasi milenial memiliki gerak yang lebih cepat dalam menggunakan teknologi dan internet. Generasi milenial memiliki cara berpikir yang terbuka dikarenakan mereka lahir di era informasi sehingga memiliki rasa keingintahuan yang tinggi dan sangat menyukai keterbukaan. Generasi milenial banyak berinteraksi dengan perkembangan teknologi, diantaranya adalah *eCommerce*. Pada tahun 2022, mayoritas pemilik usaha *eCommerce*

yang berusia 35-44 tahun sebanyak 34,47% dan usia 25-34 tahun sebanyak 23,37% (BPS, 2022).

Generasi milenial diharapkan dapat memberi kontribusi untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Hal ini didasari oleh bertambahnya jumlah populasi penduduk di Indonesia yang mengakibatkan kenaikan angka pengangguran di usia produktif. Kenaikan tersebut akan berdampak pada menyempitnya ketersediaan lapangan pekerjaan. Oleh karena itu diperlukan solusi untuk mengatasinya, diantaranya yaitu dengan berwirausaha. Berwirausaha bagi milenial sangat potensial mengingat bahwa generasi tersebut sangat dekat dengan teknologi dan internet, sehingga dapat digunakan untuk media berbisnis sebagai alat pemasaran dan mempromosikan produk (Dewi, 2020).

Generasi milenial di Indonesia dapat menjadi motor yang menggerakkan perekonomian melalui kegiatan bisnisnya. Berbagai subsektor usaha di bidang kreatif dapat menjadi pilihan bidang usaha untuk dijalankan. Berbekal kompetensi dan keahlian yang dimiliki generasi milenial dapat menjadi wirausaha di era ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif memberikan peluang dan kesempatan yang besar bagi generasi milenial untuk terlibat menjadi bagian didalamnya. Akan tetapi di sisi lain, berdasarkan pada

hasil survey BPS tahun 2017 diketahui bahwa generasi milenial yang berwirausaha sebanyak 24,33%, sementara generasi milenial yang bekerja dengan status buruh/karyawan dan pegawai sebanyak 52,70%. Rendahnya persentase generasi milenial yang menjadi wirausaha menunjukkan minat wirausaha yang masih rendah dikarenakan beberapa faktor antara lain yaitu kurang pengalaman dan ketidakberanian mengambil resiko. Keputusan berwirausaha generasi milenial juga sering terkendala oleh beberapa hal seperti misalnya faktor lingkungan, namun disisi lain hambatan tersebut justru dapat memperkuat kreativitas yang bernilai untuk sebuah inovasi dan sebagai dasar keinginan berwirausaha (Christian, 2017). Hasil survey yang dilakukan pada penelitian Hadiyati (2019) mush, tentang efikasi diri mahasiswa dalam memulai berwirausaha menunjukkan bahwa dari 30 orang mahasiswa diketahui kurang dari 10% yang memiliki efikasi tinggi, sisanya masih memiliki keraguan dan memiliki efikasi berwirausaha yang rendah.

Efikasi atau kepercayaan diri perlu dibangun agar generasi milenial berani mengambil keputusan berwirausaha. Efikasi diri akan menjadikan seseorang yakin bahwa dirinya mampu berwirausaha dan dapat mengatasi berbagai kendala atau situasi dalam menjalankan wirausaha. Efikasi diri berwirausaha yang tinggi pada seseorang akan membangkitkan komitmennya dalam menggapai tujuan dengan berusaha menyelesaikan berbagai tugas kewirausahaan (Sofia & Sanjaya,

2021). Faktor kognitif (efikasi diri berwirausaha) dan sifat kepribadian (proaktif dan kreativitas) dapat membantu dalam mengeksplorasi atensi kewirausahaan terhadap peluang untuk lingkungan kewirausahaan yang berkelanjutan (Yasir et al., 2020).

Konsep kemampuan wirausaha adalah efikasi diri wirausaha yang mengacu pada kekuatan dan keyakinan bahwa dirinya akan berhasil menjalankan peran dan tugasnya sebagai wirausaha (Isma et al., 2020). Hasil penelitian Wijangga & Sanjaya (2019), menunjukkan bahwa efikasi diri dan niat berwirausaha di kalangan mahasiswa memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Mahasiswa akan percaya diri terhadap kemampuannya ketika memiliki efikasi diri tinggi, disamping itu mereka juga akan memiliki kepercayaan bahwa mereka mampu melakukannya sehingga akan menumbuhkan niat menjadi wirausaha.

Penelitian tentang efikasi diri dan keputusan berwirausaha penting untuk dilakukan mengingat efikasi diri dalam berwirausaha di bidang ekonomi kreatif menjadi sangat diperlukan ketika tantangan yang dihadapi semakin tinggi. Persaingan di bidang ekonomi kreatif tidak hanya mengandalkan harga dan kualitas saja akan tetapi harus berbasis kreativitas, inovasi dan teknologi. Generasi milenial yang pada dasarnya adalah generasi kreatif nyatanya masih ada beberapa yang memiliki keraguan untuk terjun dalam berwirausaha. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji dan menganalisis peran efikasi diri

generasi milenial dalam berwirausaha di bidang ekonomi kreatif.

## METODE

Penelitian ini dilakukan dari bulan Desember 2021 hingga bulan Juli 2022. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode *survey* yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada 150 responden. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* atau pemilihan sampel dengan kriteria tertentu. Kriteria tersebut digunakan karena tidak semua usaha yang dijalankan generasi milenial merupakan usaha kreatif sehingga agar representatif maka sampel dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria yaitu generasi milenial yang sudah menjalankan usaha kreatif di Yogyakarta.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk kuesioner yang digunakan. Item pertanyaan dinyatakan valid jika memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation*  $> 0,30$ . Sementara itu, variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,70$ .

Adapun metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana menggunakan bantuan software SPSS 25,0 *for windows*. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel efikasi diri generasi milenial terhadap keputusan berwirausaha di bidang ekonomi kreatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Instrumen Penelitian

Berdasarkan hasil *pretest* atau pengujian awal diketahui bahwa terdapat 3 item pertanyaan kuesioner yang memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation*  $< 0,30$  sehingga harus dikeluarkan (tidak valid). Item pertanyaan tersebut adalah 1 item pertanyaan untuk mengukur variabel efikasi diri dan 2 item pertanyaan untuk mengukur keputusan berwirausaha. Setelah item pertanyaan yang tidak memenuhi uji validitas tersebut dikeluarkan maka didapatkan hasil bahwa seluruh item pertanyaan efikasi diri dan keputusan berwirausaha dinyatakan valid. Sementara itu nilai *cronbach's alpha* variabel efikasi diri dan keputusan berwirausaha diatas 0,7 sehingga dapat dinyatakan telah memenuhi uji reliabilitas.

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yaitu memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Mengingat dimensi variabel dalam penelitian ini merupakan hal yang subjektif dan berdasar atas persepsi responden maka variabel-variabel tersebut diukur dengan menggunakan skala likert 1-5. Pengujian pengaruh variabel efikasi diri (X) terhadap keputusan berwirausaha (Y) dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Berikut ini adalah hasil analisis regresi linier sederhana yang didapatkan:

Tabel 1. Hasil analisis regresi linier sederhana

Variabel	Koefisien	t statistik	Signifikansi
Konstanta	1,462	0,768	0,444
Efikasi diri	0,849	13,998	0,000
R <sup>2</sup>		0,567	

Berdasarkan pada hasil regresi linier sederhana yang ditampilkan di Tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan untuk efikasi diri (X) sebesar  $0,000 < 0,05$ , artinya efikasi diri (X) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan berwirausaha (Y). Pada pengujian tersebut diperoleh persamaan  $Y = 1,462 + 0,849 X$ . Koefisien regresi merupakan konstanta yang akan bernilai 1,462 jika variabel efikasi diri (X) bernilai nol. Nilai 0,849 koefisien arah positif yang artinya jika variabel efikasi diri (X) meningkat maka variabel keputusan berwirausaha (Y) juga akan meningkat dan apabila efikasi diri (X) menurun maka keputusan berwirausaha (Y) juga akan mengalami penurunan. Nilai R<sup>2</sup> adalah sebesar 0,567 yang berarti bahwa 56,7% variasi variabel keputusan berwirausaha dapat dijelaskan oleh variasi variabel efikasi diri sedangkan sisanya (43,3%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Dunia wirausaha khususnya di bidang kreatif memiliki banyak tantangan, ketidakpastian dan resiko sehingga butuh kesiapan dan keyakinan untuk memulainya. Selain berani mengambil resiko, seseorang yang akan berwirausaha juga harus bisa memperhitungkan resiko. Efikasi diri merupakan bentuk perilaku

seseorang untuk membangun keyakinan agar dapat memiliki kepercayaan diri yang besar ketika akan menjalankan kegiatan wirausaha.

Perhatian konsumen terhadap produk kreatif telah mengalami perubahan. Hal ini dapat menyebabkan dinamika permintaan pasar yang sulit diprediksi, sehingga sebagai seorang pelaku usaha dituntut harus bisa menyikapinya dengan memaksimalkan seluruh potensi yang dimiliki. Efikasi diri menjadi salah satu faktor penentu bagi individu dalam pengambilan keputusan berwirausaha di bidang ekonomi kreatif.

Efikasi diri atau *self efficacy* merupakan tingkat kepercayaan diri individu atau seseorang dalam melakukan tindakan tertentu. *Entrepreneurial self-efficacy* mengacu pada keyakinan seseorang terkait kemampuannya dalam menjalankan kegiatan berwirausaha (Newman et al., 2019). Efikasi diri adalah persepsi keyakinan individu mengenai kemampuannya untuk membentuk perilaku kewirausahaan yang meliputi kemampuan untuk memulai usaha, mengelola sumber daya manusia, bekerja dibawah tekanan, kemampuan mengidentifikasi peluang bisnis dan membuat tindakan perencanaan (Maydiantoro, et al., 2021).

Menurut Lianto (2019), efikasi diri individu dapat dinilai dengan 3 skala atau dimensi. Dimensi tersebut terdiri dari *magnitude* (besar), *strength* (kekuatan) dan *generality* (generalitas). Efikasi diri sangat sesuai untuk mempelajari kewirausahaan karena dapat membantu memecahkan

masalah yang berhubungan dengan kepribadian, membantu wirausaha dalam memodifikasi dan meningkatkan efikasi diri pada saat berinteraksi dengan lingkungan, membantu mempelajari pilihan dan efektivitas perilaku wirausaha, dan menunjukkan perilaku terbaik wirausaha ketika berada dalam situasi yang menantang (Shaheen & AL-Haddad, 2018).

Keputusan berwirausaha merupakan penentu dilakukannya atau tidak kegiatan berbisnis. Pengambilan keputusan menjadi proses kritis dan penting karena didasarkan pada beberapa hal (Karpinski et al., 2020). Pengambilan keputusan merupakan proses yang dilalui oleh seseorang sebagai pertimbangan terhadap sesuatu yang sedang terjadi (saat ini) untuk masa mendatang (Ari & Astiti, 2014). Keputusan berwirausaha menunjukkan sesuatu yang seseorang inginkan atau lakukan terhadap apa yang disenanginya (Dewi & Haryanto, 2017). Pada saat pengambilan keputusan, wirausaha dihadapkan dengan ketidakpastian pilihan dan hasil, termasuk adanya masalah yang berhubungan dengan pengetahuan (Rapp & Olbrich, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Raza & Irfan (2017), yang menunjukkan bahwa efikasi diri memiliki pengaruh tinggi pada keputusan berwirausaha, efikasi diri yang dimiliki seseorang akan menjadikannya lebih andal dalam memprediksi pilihan karir, minat pekerjaan, ketekunan dan efektivitas pribadinya. Tingkat efikasi diri tiap orang berbeda, seseorang dengan

efikasi diri yang tinggi akan lebih yakin dalam melakukan sesuatu. Sebaliknya, seseorang dengan efikasi rendah akan ragu-ragu dalam menyelesaikan pekerjaannya. Oleh karena itu, efikasi diri memiliki dampak pada motivasi seseorang dalam mengembangkan potensi dan mengejar prestasi serta mempengaruhi kepercayaan diri dalam bersosialisasi (Damanik & Purba, 2021).

Hasil ini juga diperkuat oleh Panić & Milić (2022), yaitu efikasi diri berwirausaha berkorelasi positif dengan keberhasilan dalam menjalankan bisnis. Efikasi diri memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan berwirausaha. Tingkat pengambilan keputusan seseorang untuk berwirausaha akan semakin tinggi jika tingkat kepercayaan diri yang dimiliki oleh orang tersebut semakin besar (Dewi & Widhiyani, 2020).

## KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan efikasi diri generasi milenial berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha di bidang ekonomi kreatif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Semakin tinggi efikasi diri generasi milenial maka keputusan untuk berwirausaha di bidang ekonomi kreatif akan semakin meningkat. Sebaliknya, jika efikasi diri generasi milenial semakin rendah maka keputusan untuk berwirausaha di bidang ekonomi kreatif juga akan mengalami penurunan. Hasil

perhitungan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0,567 atau 56,7% yang berarti bahwa keputusan berwirausaha bisa dijelaskan oleh variabel efikasi diri, sedangkan sisanya (43,3%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ari, I. A. G. R. P & Astiti, D. P. (2014). Peran persepsi individu terhadap asuransi dan model kepercayaan kesehatan dalam pengambilan keputusan menggunakan asuransi jiwa. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1(2), 381-388. <https://doi.org/10.24843/jpu.2014.v01.i02.p17>
- BPS. (2022). *Statistik eCommerce 2022*. <https://www.bps.go.id/publication/2022/12/19/d215899e13b89e516caa7a44/statistik-e-commerce-2022.html>
- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Saputri, V. G. (2018). *Statistik gender tematik: Profil generasi milenial Indonesia*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. Jakarta.
- Christian, M. (2017). Pengaruh faktor perilaku pada kelompok millineal terhadap keinginan untuk berwirausaha. *Journal of Business & Applied Management*, 10(02), 92-105. <https://doi.org/10.30813/jbam.v10i02.930>
- Damanik, S. W. H., & Purba, R. (2021). The effect of enterprise characteristics and self efficacy on entrepreneurial decisions. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 3(2), 49-57. <https://doi.org/10.24853/baskara.3.2.49-57>
- Dewi, S. N., & Haryanto, A. T. (2017). Dampak keputusan berwirausaha dengan lingkungan sosial dan pendidikan formal pada motivasi berwirausaha. *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, 5(1), 109-116. <https://doi.org/10.26486/jpsb.v5i1.330>
- Dewi, M. K., & Widhiyani, N. L. S. (2020). The influence of self efficacy, e-Commerce and entrepreneurial education in decision making for entrepreneurs (case study of Accounting major students Faculty of Economics and Business, Udayana University). *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 8(2), 124-131. <https://www.researchpublish.com/papers/the-influence-of-self-efficacy-e-commerce-and-entrepreneurial-education-in-decision-making-for-entrepreneurs-case-study-of-accounting-major-students-faculty-of-economics-and-business-udayana-university>
- Dewi, R. (2020). Minat berwirausaha melalui pengetahuan, motivasi dan self efficacy di kalangan millennial. *Media Mahardhika*, 19(2), 316-327. <https://doi.org/10.29062/maha>

- rdika.v19i2.256
- Hadiyati, H. (2019). Efikasi diri mahasiswa memulai berwirausaha. *Jurnal Daya Saing*, 5(2), 142-148. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v5i2.380>
- Isma, A., Sudarmiatin, & Hermawan, A. (2020). The effect of entrepreneurial self-efficacy, subjective norm, and locus of control on entrepreneurial intention through entrepreneurial attitude in Economic Faculty students of Universitas Negeri Makassar. *International Journal of Business, Economics and Law*, 23(1), 262-272. <https://www.ijbel.com/wp-content/uploads/2020/12/IJBE L23-255.pdf>
- Karpinski, A. C., Cogo, D. C., Antonelli, R. A., & Meurer, A. M. (2020). Relação entre a autoeficácia e os estágios do processo decisório: análise da percepção dos futuros administradores. *Revista de Administração Da UFSM*, 13(4), 792-807. <https://doi.org/10.5902/1983465934132>
- Lianto, L. (2019). Self-efficacy: A brief literature review. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 15(2), 55-61. <https://doi.org/10.29406/jmm.v15i2.1409>
- Mashdurohatun, A., Yuliawan, I., Susilo, A. B., Laksamana, A. W., & Mansyur, M. A. (2021). The effectiveness of intellectual property rights protection to improve creative economy realization in Semarang District. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 56(2), 385-393. <https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.56.2.31>
- Maydiantoro, A., Jaya, T. M. B. S., Basri, M., Yulianti, D., Sinaga, R. M., & Arif, S. (2021). The influence of entrepreneurial attitudes, subjective norms and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(S4), 1-12. <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/38101>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: a systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110(B), 403-419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Panić, D. S., & Milić, V. J. (2022). Entrepreneurial self-efficacy and business success of entrepreneurs in the Republic of Serbia: a pilot study. *Teme*, 51(1), 113-128. <https://doi.org/10.22190/teme200323006s>
- Rapp, D. J., & Olbrich, M. (2020). On entrepreneurial decision logics under conditions of uncertainty: an attempt to advance the current debate. *Journal of*

- Innovation and Entrepreneurship*, 9(21).  
<https://doi.org/10.1186/s13731-020-00131-7>
- Raza, S. A., & Irfan, M. (2017). Investigating the intentions, self-efficacy and motivators behind entrepreneurial decisions of business students. *Bulletin of Education and Research*, 39(3), 117-129.  
<https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1210310.pdf>
- Sampoerno, A. E., & Asandimitra, N. (2021). Pengaruh financial literacy, income, hedonism lifestyle, self-control, dan risk tolerance terhadap financial management behavior pada generasi milenial kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 1002-1014.  
<https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p1002-1014>
- Shaheen, N., & AL-Haddad, S. (2018). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial behavior. *International Journal of Development and Sustainability*, 7(10), 2385-2402.  
[www.isdsnet.com/ijds](http://www.isdsnet.com/ijds)
- Sofia, A., & Sanjaya, E. L. (2021). Entrepreneurial self-efficacy, perceived family support, dan entrepreneurial intention pada mahasiswa. *Psibernetika*, 14(1), 49-57.  
<https://doi.org/10.30813/psibernetika.v14i1.2717>
- Wijangga, J., & Sanjaya, E. L. (2019). The relationship between entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention. *Journal of Entrepreneur and Entrepreneurship*, 8(1), 19-24.  
<https://journal.uc.ac.id/index.php/JEE/article/download/1113/912>
- Yasir, N., et al. (2020). How can entrepreneurial self-efficacy, proactivity and creativity enhance sustainable recognition opportunity? The effect of entrepreneurial alertness is to mediate the formation of sustainable entrepreneurial intension. *Journal of Early*, XXIX(5), 1004-1023.  
<https://www.revistaclinicapsicologica.com/archivesarticle.php?id=207>