

Analisis Motivasi Wirausaha Mahasiswa Generasi Z : Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

Mustari Mahmud^{1*}, Saleha Madjid², Fakhruddin Mansyur³

¹ Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

² Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

³ Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

(*mustarimahmud2002@gmail.com)

ARTICLE INFO

Article history:

Received 1 Oktober 2025

Revised 12 Oktober 2025

Accepted 22 Oktober 2025

Available online 11 November 2025

Kata Kunci:

Motivasi Wirausaha, Generasi Z, Mahasiswa

Keywords:

Entrepreneurial Motivation, Generation Z, Students

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2025 by Author. Published by Universitas Garut.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk motivasi wirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa Generasi Z di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar serta pengaruh lingkungan kampus dan dukungan sosial terhadap motivasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi deskriptif, yaitu mendeskripsikan secara mendalam hasil temuan terkait faktor-faktor pendorong mahasiswa dalam berwirausaha. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap mahasiswa aktif dari berbagai program studi di Fakultas Agama Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi wirausaha mahasiswa Generasi Z dipengaruhi oleh kombinasi faktor intrinsik dan ekstrinsik. Faktor intrinsik meliputi keinginan untuk mandiri secara finansial, menyalurkan hobi dan bakat pribadi, serta membangun pengalaman kerja sejak dini. Sementara itu, faktor ekstrinsik mencakup dorongan dari keluarga, pengaruh dosen, lingkungan kampus yang mendukung, serta tekanan ekonomi. Motivasi untuk mandiri finansial menjadi faktor dominan, diikuti oleh keinginan mengembangkan potensi diri dan memperoleh keterampilan praktis. Lingkungan sosial dan dukungan keluarga berperan signifikan dalam memperkuat keyakinan mahasiswa untuk memulai dan mempertahankan usaha. Penelitian ini merekomendasikan agar pihak kampus mengembangkan program kewirausahaan yang terintegrasi dengan minat dan potensi mahasiswa, sehingga mampu menumbuhkan jiwa wirausaha yang berkelanjutan. Al-Qur'an.

ABSTRACT

This study aims to analyze the forms of entrepreneurial motivation among Generation Z students in the Faculty of Islamic Studies at Muhammadiyah University of Makassar, as well as the influence of the campus environment and social support on this motivation. The research employs a qualitative method with a descriptive phenomenological approach, providing an in-depth description of the factors that drive students to engage in entrepreneurship. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving active students from various study programs within the Faculty of Islamic Studies. The results indicate that entrepreneurial motivation among Generation Z students is influenced by a combination of intrinsic and extrinsic factors. Intrinsic factors include the desire for financial independence, the expression of personal hobbies and talents, and the pursuit of early work experience. Extrinsic factors involve encouragement from family, influence from lecturers, a supportive campus environment, and economic pressure. Financial independence emerged as the dominant motivational factor, followed by the desire for self-development and the acquisition of practical skills. Social environments and family support play a significant role in strengthening students' confidence to start and sustain their businesses. The study recommends that the university develop entrepreneurship programs that are integrated with students' interests and potentials, thereby fostering a sustainable entrepreneurial spirit among Generation Z students.

1. PENDAHULUAN/INTRODUCTION

Indonesia termasuk dalam kategori negara dengan iklim kewirausahaan yang rendah di dunia. Berdasarkan laporan The Ernst & Young G20 Entrepreneurship Barometer (2013), Indonesia dikategorikan memiliki tingkat kewirausahaan paling rendah di antara negara-negara anggota G20. Persentase jumlah pengusaha di Indonesia saat ini baru mencapai sekitar 1,5% dari total penduduk, yaitu sekitar 252 juta jiwa. Kondisi ini menunjukkan bahwa Indonesia masih membutuhkan sekitar 1,7 juta pengusaha baru untuk mencapai angka ideal sebesar dua persen (Ernst & Young, 2013).

Kewirausahaan pada dasarnya merupakan proses dinamis yang melibatkan inovasi, kreativitas, serta pengambilan risiko untuk menghasilkan nilai tambah bagi suatu produk atau jasa. Namun demikian, tidak semua individu memiliki jiwa kewirausahaan yang terbentuk secara alami. Jiwa kewirausahaan mencerminkan kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi peluang, mengoptimalkan sumber daya, serta mengambil tindakan yang disertai risiko untuk mencapai keberhasilan (Suryana, 2014). Kewirausahaan juga dipandang sebagai salah satu sarana penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, pengembangan usaha kecil, serta peningkatan kemandirian masyarakat (Zimmerer & Scarborough, 2018).

Menurut Zimmerer dan Scarborough (2018), pengembangan jiwa kewirausahaan dapat dilakukan melalui pendidikan, pelatihan, dan pendampingan berkelanjutan. Upaya seperti seminar, sosialisasi, dan kegiatan mentoring bisnis dapat membantu individu memahami potensi dan peluang di era modern, sehingga setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi wirausahawan.

Dalam konteks demografis, Generasi Z atau Net Generation merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh dengan kemajuan teknologi digital. Data Badan Pusat Statistik (2021) menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok terbesar di Indonesia, yaitu sekitar 27,94% dari total penduduk sebanyak 273 juta jiwa. Generasi ini memiliki karakteristik adaptif, kreatif, dan berorientasi pada teknologi, yang menjadikannya berperan penting dalam membangun ekonomi kreatif nasional (BPS, 2021). Pola pikir dan kreativitas Generasi Z berpotensi besar menghasilkan nilai ekonomi, terutama melalui inovasi dan kolaborasi lintas bidang.

Kesadaran berwirausaha di Indonesia kini mengalami peningkatan, khususnya di kalangan generasi muda dan civitas akademika. Banyak mahasiswa melihat kewirausahaan sebagai pilihan karier yang menarik karena memberikan kebebasan finansial dan kesempatan berkontribusi bagi masyarakat (Suharti & Sirine, 2012). Peningkatan ini didukung oleh pertumbuhan ekonomi yang stabil, akses informasi yang luas, serta inspirasi dari keberhasilan wirausahawan sukses baik di tingkat nasional maupun global. Pendidikan kewirausahaan kini juga menjadi fokus di berbagai lembaga pendidikan sebagai upaya membentuk pola pikir dan keterampilan berbisnis sejak dini (Santoso, 2019).

Selain itu, peran pemerintah dan lembaga non-pemerintah sangat signifikan dalam mendorong tumbuhnya semangat wirausaha. Program pelatihan, pendampingan, dan pemberian akses terhadap modal usaha menjadi langkah strategis dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap dunia kewirausahaan (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020).

Dalam beberapa tahun terakhir, minat berwirausaha di kalangan mahasiswa semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kemandirian finansial serta terbukanya berbagai peluang usaha digital yang tidak selalu membutuhkan modal besar (Putra & Hidayat, 2020). Generasi Z dikenal memiliki keunggulan dalam adaptasi teknologi dan berpikir kreatif, sehingga mampu memanfaatkan media sosial, e-commerce, dan platform digital lainnya untuk memulai bisnis dengan risiko rendah.

Fenomena ini juga terlihat di lingkungan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar. Banyak mahasiswa yang mulai merintis usaha di sela-sela kegiatan akademik, seperti membuka toko daring, menyediakan jasa berbasis minat pribadi, atau menjual produk Islami dan kuliner halal. Meskipun demikian, tingkat motivasi dan keberanian untuk memulai usaha bervariasi antar mahasiswa. Faktor-faktor seperti kebutuhan ekonomi, dukungan keluarga, pengaruh dosen, serta lingkungan kampus turut memengaruhi keputusan mereka untuk berwirausaha (Rahmawati, 2021).

Fenomena ini menjadi menarik untuk dikaji lebih dalam, terutama karena mahasiswa Fakultas Agama Islam memiliki latar belakang akademik yang berorientasi pada nilai-nilai keislaman. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menggali motivasi wirausaha mahasiswa Generasi Z di lingkungan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar, serta menganalisis pengaruh lingkungan kampus dan dukungan sosial terhadap munculnya semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

2. METODE/METHOD

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang berfokus pada penafsiran terhadap fenomena atau peristiwa yang terjadi dengan menggunakan analisis mendalam. Tujuan utama dari penelitian kualitatif deskriptif ini adalah untuk menggambarkan situasi atau kondisi yang terjadi pada saat penelitian dilakukan secara sistematis, faktual, dan akurat. Penelitian ini tidak berorientasi pada angka atau statistik, tetapi lebih menekankan pada makna dan pemahaman terhadap suatu fenomena yang diamati.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi deskriptif, yang berupaya memahami dan menggambarkan pengalaman sadar individu terhadap suatu fenomena. Pendekatan ini digunakan agar peneliti dapat menginterpretasikan realitas sebagaimana adanya melalui kesadaran partisipan dalam konteks tertentu. Dengan demikian, penelitian ini berupaya mendeskripsikan secara mendalam pengalaman mahasiswa dalam konteks motivasi berwirausaha dengan mempertimbangkan faktor lingkungan sosial dan akademik yang memengaruhinya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi tempat fenomena terjadi. Lokasi penelitian ditetapkan di Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, dengan objek penelitian adalah mahasiswa aktif Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Agama Islam. Penelitian dilaksanakan mulai dari bulan April 2025 hingga Agustus 2025, yang mencakup seluruh tahapan mulai dari persiapan, pengumpulan data, hingga analisis hasil penelitian.

Fokus penelitian diarahkan pada upaya untuk mengetahui motivasi berwirausaha mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar. Fokus ini diuraikan lebih lanjut melalui beberapa indikator yang relevan, agar pembahasan tidak melebar dan tetap terarah pada tujuan utama penelitian, yaitu menggali faktor-faktor yang memengaruhi semangat dan minat mahasiswa dalam berwirausaha di lingkungan kampus.

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari hasil wawancara mendalam dengan mahasiswa aktif Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Makassar. Sementara itu, data sekunder berasal dari berbagai sumber tidak langsung seperti dokumen kampus, arsip kegiatan, serta literatur yang relevan dengan topik penelitian. Kedua jenis data ini saling melengkapi untuk memberikan gambaran yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati perilaku dan aktivitas mahasiswa yang berkaitan dengan kegiatan wirausaha di lingkungan kampus. Wawancara dilakukan secara mendalam untuk menggali pandangan, pengalaman, dan motivasi mahasiswa dalam berwirausaha. Sedangkan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data pendukung berupa catatan, foto, atau dokumen yang relevan dengan fenomena yang diamati.

Analisis data dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan hingga mencapai titik jenuh, sesuai dengan prinsip penelitian kualitatif. Proses analisis meliputi beberapa tahap, yaitu: (1) pengumpulan data, di mana peneliti mengumpulkan informasi melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi; (2) reduksi data, yaitu proses pemilihan dan penyederhanaan data agar fokus pada hal-hal penting yang sesuai dengan tujuan penelitian; (3) penyajian data, yang dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif, bagan, atau hubungan antar kategori; dan (4) penarikan kesimpulan, yang dilakukan secara bertahap dengan terus memverifikasi temuan hingga diperoleh hasil yang kredibel dan konsisten.

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji melalui beberapa teknik. Pertama, triangulasi, yaitu pemeriksaan data dari berbagai sumber dengan cara membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta melakukan pengecekan data pada waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi

informasi. Kedua, kecukupan referensi, yakni dengan membandingkan temuan lapangan dengan teori-teori yang relevan, literatur, dan hasil penelitian sebelumnya untuk memperkuat validitas data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN/RESULT AND DISCUSSION

Dukungan sosial dari lingkungan sekitar memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk dan memperkuat motivasi wirausaha mahasiswa generasi Z. Lingkungan sosial yang suportif menciptakan suasana psikologis yang kondusif, di mana mahasiswa merasa didorong, dihargai, dan dipercaya untuk mengembangkan potensi dirinya. Keluarga, teman sebaya, dan dosen menjadi tiga unsur utama yang memberikan kontribusi berbeda namun saling melengkapi dalam proses tumbuhnya semangat kewirausahaan tersebut.

Dukungan dari keluarga sering kali menjadi fondasi utama yang menumbuhkan keyakinan diri dan keberanian untuk memulai usaha. Mahasiswa yang mendapatkan dukungan moral dari orang tua cenderung memiliki rasa percaya diri yang lebih tinggi serta lebih siap menghadapi tantangan dalam menjalankan bisnis. Dukungan ini tidak selalu berupa bantuan finansial, melainkan berupa kepercayaan, dorongan, dan doa yang menjadi energi emosional positif. Ketika keluarga menunjukkan penerimaan terhadap pilihan anaknya untuk berwirausaha, mahasiswa merasa lebih bebas dalam mengeksplorasi ide dan inovasi bisnis tanpa rasa takut gagal.

Selain dukungan emosional, beberapa keluarga juga memberikan bantuan praktis seperti memberikan waktu, ruang, atau bahkan peluang untuk memasarkan produk di lingkungan sekitar. Sikap terbuka dan apresiatif dari keluarga terhadap kegiatan wirausaha mahasiswa memperkuat rasa tanggung jawab dan kesungguhan mereka dalam menjalankan usaha. Dukungan keluarga seperti ini membentuk pola pikir bahwa berwirausaha bukanlah sekadar kegiatan sampingan, melainkan bagian dari proses pembelajaran dan kemandirian hidup.

Lingkungan teman sebaya juga memainkan peranan penting dalam menjaga konsistensi dan semangat berwirausaha. Dalam konteks mahasiswa, dukungan teman sering muncul melalui kerja sama, promosi, serta saling berbagi pengalaman dan inspirasi. Ketika mahasiswa berada di lingkungan sosial yang memiliki semangat berwirausaha yang tinggi, motivasi mereka akan ikut meningkat karena adanya dorongan sosial untuk berprestasi dan tidak tertinggal dari teman-temannya. Interaksi dengan teman yang memiliki visi dan semangat yang sama menciptakan efek sinergi yang memperkuat mentalitas pantang menyerah.

Dukungan sosial dari teman tidak hanya berwujud bantuan moral, tetapi juga dalam bentuk jaringan dan kolaborasi. Banyak mahasiswa yang mengaku mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan usaha berkat kerja sama dengan teman-temannya, baik dalam bentuk berbagi modal, keahlian, maupun ide kreatif. Dalam era digital, dukungan teman juga sering muncul melalui promosi di media sosial, memberikan testimoni, atau membantu memperluas jangkauan pasar. Aktivitas-aktivitas kecil seperti ini memberi dampak besar terhadap rasa percaya diri dan semangat mahasiswa untuk terus berkembang.

Selain itu, dukungan dari teman sebaya juga berfungsi sebagai sumber validasi sosial. Ketika mahasiswa mendapatkan pengakuan positif dari teman-temannya, mereka merasa dihargai dan diakui atas usaha yang dilakukan. Pengakuan sosial ini sangat penting dalam tahap awal wirausaha, di mana individu sering kali masih ragu terhadap kemampuan diri. Melalui umpan balik positif, mahasiswa terdorong untuk meningkatkan kualitas produk dan

memperluas usahanya. Dukungan sosial di tingkat pertemanan juga membantu mahasiswa untuk tetap termotivasi ketika menghadapi hambatan atau kegagalan.

Dukungan dari dosen dan lingkungan akademik memberikan bentuk dukungan yang lebih rasional dan edukatif. Dosen berperan tidak hanya sebagai pengajar, tetapi juga sebagai pembimbing dan motivator yang menanamkan nilai-nilai kewirausahaan dalam proses pembelajaran. Mahasiswa yang mendapatkan arahan langsung dari dosen merasa lebih yakin bahwa berwirausaha memiliki dasar ilmiah dan relevan dengan bidang studinya. Dorongan dosen untuk berpikir kritis, inovatif, dan solutif menjadikan mahasiswa lebih siap menghadapi dunia usaha yang penuh tantangan.

Selain memberikan motivasi, dosen juga berperan dalam memberikan bimbingan teknis dan strategis. Mereka membantu mahasiswa memahami aspek-aspek penting seperti perencanaan bisnis, analisis pasar, manajemen risiko, hingga etika berwirausaha. Dukungan akademik ini menjadikan mahasiswa tidak hanya termotivasi secara emosional, tetapi juga memiliki pemahaman yang lebih matang dalam mengelola usaha. Di sisi lain, dukungan dosen yang bersifat inspiratif—seperti berbagi pengalaman pribadi atau kisah sukses alumni—menjadi pemicu semangat mahasiswa untuk meneladani dan mewujudkan cita-cita mereka.

Lingkungan kampus secara keseluruhan juga turut memberikan dukungan sosial yang penting. Adanya kegiatan kewirausahaan, seminar, pelatihan, serta inkubasi bisnis kampus memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengembangkan ide dan berjejaring. Ketika kampus memberikan fasilitas dan apresiasi terhadap mahasiswa wirausaha, hal tersebut menumbuhkan rasa bangga dan meningkatkan motivasi internal mereka. Dukungan sistemik dari kampus ini memperkuat peran dosen dan teman sebaya dalam membentuk ekosistem kewirausahaan yang sehat dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, dukungan sosial dari keluarga, teman, dan dosen membentuk lingkungan yang mendukung tumbuhnya karakter wirausaha di kalangan mahasiswa. Dukungan emosional dari keluarga menumbuhkan keberanian dan rasa percaya diri, dukungan sosial dari teman memperkuat semangat kolaborasi dan kreativitas, sementara dukungan akademik dari dosen memperluas wawasan dan strategi berpikir. Ketiga bentuk dukungan ini saling berinteraksi dalam membentuk motivasi wirausaha yang kuat, menjadikan mahasiswa

4. KESIMPULAN/CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa motivasi berwirausaha mahasiswa Generasi Z di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar didorong oleh keinginan untuk mandiri secara finansial, menyalurkan hobi dan bakat, serta mengembangkan potensi diri melalui aktivitas produktif. Faktor lingkungan kampus dan dukungan sosial turut berperan penting dalam membentuk motivasi tersebut, baik melalui pembelajaran kewirausahaan, kegiatan organisasi, maupun dorongan dari dosen, teman, dan keluarga. Namun, dukungan tersebut masih perlu diperkuat dengan pendampingan dan fasilitas nyata agar ide bisnis mahasiswa tidak berhenti pada tahap konsep. Secara keseluruhan, motivasi wirausaha mahasiswa Generasi Z bersifat kompleks dan dipengaruhi oleh perpaduan antara faktor internal—seperti semangat kemandirian dan aktualisasi diri—serta faktor eksternal berupa dukungan sosial dan lingkungan akademik yang kondusif.

5. REFERENCES

- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.
- Abdurohim. (2020). *Strategi Pengembangan Kelembagaan Umkm*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madan
- Al-Baihaqi, Abu Bakr Ahmad bin al-Husain. *Syuhab al-Iman*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2003.
- Andriani, Y., & Hardinata, D. (2022, December). Pengaruh Business Owner Mentality Dan Leadership Terhadap Kesuksesan Dalam Membangun Bisnis. In *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* (Pp. 145-152).
- Anggarini, D. R., Putri, A. D., & Lina, L. F. (2021). Literasi Keuangan Untuk Generasi Z Di Man 1 Pesawaran. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 1(1), 147-152.
- At-Tirmidzi, Abu 'Isa Muhammad bin 'Isa. *Sunan at-Tirmidzi*. Beirut: Dar al-Gharb al-Islami, 1998.
- Basri, M., Mashuri, A., Yohanis, Y., & Reski, M. (2023). Pengaruh Motivasi Intrinsik Dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Kinerja Aparat Sipil Negara. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 204-212.
- Beliadwi, B., & Moningka, C. (2017). Gambaran kepuasan kerja karyawan PT. Worleyparsons indonesia di tinjau dari teori dua faktor Herzberg. *Psibernetika*, 5(2).
- Calicchio, S. (2023). *Abraham Maslow, dari hierarki kebutuhan hingga pemenuhan diri: Sebuah perjalanan dalam psikologi humanistik melalui hierarki kebutuhan, motivasi, dan pencapaian potensi manusia sepenuhnya*. Stefano Calicchio.
- Desrizal, M. H., & Wijanarko, A. A. (2025). Pengaruh Motivasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 446-453.
- Ena, Z., & Djami, S. H. (2021). Peranan Motivasi Intrinsik Dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Minat Personel Bhabinkamtibmas Polres Kupang Kota. *Among Makarti*, 13(2), 357233.
- Jalaluddin Rahmat, 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Junaid, A., Auliyah, I., & Prasetyaningrum, S. (2024). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Di Era Millenial Sebagai Pembentukan Kapabilitas Kemandirian Berusaha. *Journal Of Human And Education (Jahe)*, 4(1), 306-311.
- Khoiriyah, U., Isfandayani, I., & Tirtajaya, M. D. (2022). Peran Generasi Z Dalam Penguatan Ekonomi Kreatif. *Devosi*, 3(2), 6-14.
- Lestari, D. S. T., Ainulyaqin, M. H., & Edy, S. (2023). Peran Wirausaha Berjamaah Dan Individu Berkarakter Dalam Penguatan Industri Halal Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 325-338.
- Masruhim, A., & Sjamsir, H. (2025). *Model Manajemen Pembelajaran Rabbani: Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Peningkatan Karakter Mahasiswa*. Indonesia Emas Group.
- Menhard, M., Yusuf, M., & Safrizal, S. (2022). Pengaruh Motivasi Intrinsik Dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Produktivitas Kerja Pada Pt. Az-Zuhra Property Pekanbaru.
- Miswati, F. (2023). Dampak Media Sosial Pada Peningkatan Kesadaran Kewirausahaan Di Kalangan Generasi Z Kecamatan Batu Aji. *Jurnal As-Said*, 3(2), 46-53.
- Mulyanto, M., Krisnanda, K., Suroso, I., & Septanti, A. L. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, E-Commerce, Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Kearifan Lokal Pada Generasi Z. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 95-110.
- O Hasbiansyah, 2008. *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian Dalam Ilmu Sosial Dan Komunikasi*
- Paluet, Y., Apryostan, D., Taludek, J., Batombukan, N., & Toikene, R. (2023). Peluang Wirausaha Gereja Berbasis Digital. *Yong Dei: Jurnal Mahasiswa Stt Star's Lub*.

- Potu, J., Lengkong, V. P., & Trang, I. (2021). Pengaruh Motivasi Intrinsik Dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Air Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2).
- Sandu Siyoto, 2015. Dasar Metodologi Penelitian, Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sholeh, M. I. (2023). Pengakuan dan reward dalam manajemen sdm untuk meningkatkan motivasi guru. *COMPETITIVE: Journal of Education*, 2(4), 212-234.
- Sugiyono, 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D
- Suprato, 2000. Teknik Sampling Untuk Survei Dan Eksperimen, Jakarta: Penerbit Pt. Rineka Cipta
- Yasin, A. F. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, E-Commerce, Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Pasca Pandemi Covid-19 Studi Penelitian Pada Wanita Generasi Z Di Kota Med. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (Jpmk)*, 3(1), 1-8.