

Efektivitas Pelaksanaan *Market Day* Untuk Meningkatkan Minat dalam Menciptakan Ekosistem Berwirausaha Mahasiswa di Universitas Patompo

Arwin Arif^{1*}, Romansyah Sahabuddin², Basri Bado³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Pendidikan, Program Pascasarjana, Universitas Negeri Makassar

*Corresponding Author e-mail: arwinarif29@gmail.com

Abstract: *Market Day is an example of the application of entrepreneurship education through production, distribution, and consumption activities. Entrepreneurship education in higher education aims to make students independent and have an entrepreneurial spirit, with the hope that at least alumni will open their own businesses or partner with the industrial world and government. This type of research is quantitative research with statistical methods or alternative forms of measurement. The design applied in this study refers to a simple paradigm, namely a research framework that only involves one independent variable (Market Day) and one dependent variable (Entrepreneurial Interest). Market day activities carried out by students will be an indicator of whether they have an impact on entrepreneurial interest or not. Data collection techniques used questionnaires, documentation, and interviews. Data analysis techniques are descriptive and inferential. The results of the study show that the t-value of 6.465 > t-table 0.2681, so H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning there is a positive and significant influence of market day activities on students' entrepreneurial interest, in addition to creating an entrepreneurial ecosystem by involving stakeholders who are able to support and encourage the formation of a good business world.*
Keywords: *Market Day, Interest in Entrepreneurship, Entrepreneurship Ecosystem, Students*

Abstrack: *Market Day merupakan salah satu contoh penerapan pendidikan kewirausahaan melalui kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi bertujuan membuat mahasiswa mandiri dan memiliki jiwa wirausaha, dengan harapan bahwa minimal alumni akan membuka usaha sendiri atau bermitra dengan dunia industry dan pemerintah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode statistik atau bentuk pengukuran alternatif. Desain yang diterapkan dalam penelitian ini mengacu pada paradigma sederhana, yaitu kerangka penelitian yang hanya melibatkan satu variabel bebas (Market Day) dan satu variabel terikat (Minat berwirausaha). Kegiatan market day yang dilakukan oleh mahasiswa akan menjadi indikator apakah berdampak pada minat berwirausaha atau tidak. Teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner), dokumentasi, dan wawancara. Teknik analisis data secara deskriptif dan Inferensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai thitung 6,465 > ttabel 0,2681, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikansi kegiatan market day terhadap minat berwirausaha mahasiswa, selain itu menciptakan ekosistem kewirausahaan dengan melibatkan stacholder yang mampu menunjang dan mendukung terbentuknya dunia usaha yang baik.*

Kata Kunci : *Market Day , Minat Berwirausaha, Ekosistem Berwirausaha, Mahasiswa*

Pendahuluan

Karakter bangsa Indonesia secara signifikan dibentuk oleh sistem pendidikannya. Pendidikan harus menghasilkan manusia yang cerdas dan berkarakter agar tercipta bangsa yang unggul dalam prestasi dan interaksi yang santun sesuai dengan nilai-nilai luhur bangsa (Sutarman et al., 2023). Hal ini dikarenakan pendidikan tidak hanya mentransformasikan ilmu pengetahuan tetapi juga berperan dalam membentuk karakter bangsa. Perlunya revolusi mental untuk membangun karakter bangsa merupakan salah satu tugas yang harus diselesaikan oleh para pendidik (Nurhayati & Nurhayati, 2018). Agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat, perlu adanya usaha sadar terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran (Khairani et al., 2025).

Dengan pendidikan kewirausahaan diharapkan dapat mengubah pola pikir peserta didik. Pendidikan kewirausahaan mengajarkan mahasiswa untuk mengenali dan menciptakan sebuah usaha atau wirausaha (Islam & Sumatera, 2023). Kewirausahaan bisa diartikan sebagai pembisnis, namun pada kenyataannya, kewirausahaan adalah sebuah sikap, pola pikir, dan kapasitas untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna-baik bagi



penciptanya maupun orang lain (Ilmu et al., 2024). Perguruan tinggi pada hakikatnya tidak hanya berfungsi sebagai lembaga penyedia pengetahuan akademik, tetapi juga sebagai wadah pembentukan keterampilan hidup (*life skills*) mahasiswa, termasuk keterampilan berwirausaha (Kependidikan et al., 2023). Di era globalisasi dan persaingan kerja yang semakin ketat, lulusan perguruan tinggi dituntut memiliki keunggulan kompetitif, baik berupa keterampilan akademik, *soft skills*, maupun jiwa kewirausahaan (Setiawati et al., 2022). Menumbuhkan minat berwirausaha menjadi penting mengingat tingginya angka pengangguran terdidik di Indonesia yang salah satunya berasal dari lulusan perguruan tinggi. Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi bertujuan membuat mahasiswa mandiri dan memiliki jiwa wirausaha, dengan harapan bahwa minimal 40% alumni akan membuka usaha sendiri atau bermitra dan kampus berperan penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha dengan memberikan pendidikan dan kemampuan kewirausahaan (Andriani & Lestari, 2024).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Jumlah wirausaha pemula di Indonesia mengalami penurunan per Februari 2024, tercatat sebanyak 51,55 juta orang yang termasuk dalam kategori ini. Meskipun mengalami penurunan, angka ini masih jauh melampaui jumlah wirausaha mapan di Indonesia. Dari total tersebut, sekitar 29,11 juta orang menjalankan usaha secara mandiri, sedangkan 22,44 juta lainnya menjalankan usaha dengan bantuan tenaga kerja tidak tetap atau tidak dibayar. Dibandingkan dengan Agustus 2023, jumlah ini mengalami penurunan sebesar 0,9%, namun meningkat sebesar 1% jika dibandingkan dengan Februari 2023 (Setiawati et al., 2022). Dalam pendidikan kewirausahaan tidak hanya berfokus kepada jual-beli serta keuntungan saja tetapi juga berkaitan dengan karakter jiwa seseorang wirausahawan yang sangat penting untuk ditanamkan untuk berbagai bidang, karena Indonesia membutuhkan SDM yang berkualitas tinggi dan mampu bersaing dalam mewujudkan cita-cita bangsa dan menjadikan dirinya lebih baik (Ardiani et al., 2020). Sesuai *World Economic Forum*, memperkirakan pada tahun 2025, terjadi sebanyak 85 juta pekerjaan akan tergusur akibat pergeseran kerja antara manusia dan mesin. Akan tetapi, adanya kemungkinan lebih banyak pergeseran pekerjaan. 97 juta kemungkinan pekerjaan yang disesuaikan dengan pembagian kerja baru antara manusia, mesin, dan algoritme. Untuk mengatasi tantangan yang ada, bagi kita perlu untuk mempersiapkan mahasiswa dengan keterampilan lebih sehingga *output* yang diberikan mampu bersaing dan belajar dalam menghadapi dinamika perkembangan teknologi termasuk pada tuntutan dunia usaha dan industri atau Masyarakat (Bstract, 2020) Demi mewujudkan ini semua yang sesuai diperlukan kolaborasi antara 3 belah pihak utama yaitu: universitas, industri, dan pemerintah. Adanya kolaborasi pihak universitas dapat memenuhi tuntutan dan memberikan solusi permasalahan yang ada pada dunia pendidikan sesuai permintaan industri 4.0 agar dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dan mampu bersaing di pasar global. Serta mempererat hubungan dan peran dari tiga aktor *Triple Helix* (Darmawan, n.d.2021).

Salah satu kegiatan yang digunakan adalah *Market Day*, yang memupuk semangat kewirausahaan dan membantu mahasiswa untuk mendorong inovasi dan kreativitas melalui bisnis (Rukmana et al., 2023). *Market Day* merupakan salah satu contoh penerapan pendidikan kewirausahaan melalui kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi yang melibatkan seluruh mahasiswa dan juga *stacholder* yang terkait seperti mengundang sekolah-sekolah SMA terdekat, pelaku usaha yang relevan dengan tema kegiatan, dinas Pendidikan dan pelaku industri untuk memperkenalkan produknya. Kegiatan produksi melibatkan pemberian

tanggung jawab kepada mahasiswa berdasarkan kelompok untuk membuat barang yang memiliki nilai jual kembali dan berguna bagi civitas akademika universitas yang lebih luas . Kegiatan *Market Day* dapat dilakukan secara mandiri (memproduksi barang secara individu) atau secara kelompok (membuat barang secara berkelompok) tergantung pada minat dan produk yang akan dihasilkan. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan dengan beberapa mahasiswa, peneliti menemukan bahwa sejumlah mahasiswa telah mengikuti kegiatan *market day* yang kaitanya dengan kewirausahaan menyatakan keinginan untuk menjadi wirausahawan, sehingga dianggap perlu untuk mengidentifikasi dan meminta pendapatnya tentang minat berwirausaha berkaitan dengan kegiatan *market day* yang di gagas oleh universitas patompo. Penelitian ini dilaksanakan atas dasar informasi awal yang diperoleh oleh peneliti bahwa masih minimnya keinginan dan pemahaman mahasiswa untuk menjadi wirausaha baik sekarang maupun pada saat mereka selesai kuliah nanti. Hal ini diperoleh dari hasil wawancara untuk beberapa mahasiswa bahwa mereka akan focus untuk bidang yang digelutinya sekarang sebagai seorang pendidik sedangkan faktanya peluang dan persaingan dunia kerja sangatlah ketat sehingga perlu skill dan keterampilan untuk menghadapinya.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode statistik atau bentuk pengukuran alternatif. Desain yang diterapkan dalam penelitian ini mengacu pada paradigma sederhana, yaitu kerangka penelitian yang hanya melibatkan satu variabel bebas (*Market Day*) dan satu variabel terikat (Minat berwirausaha). Kegiatan *market day* yang dilakukan oleh mahasiswa akan menjadi indikator apakah berdampak pada minat berwirausaha atau tidak. Teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner), dokumentasi, dan wawancara (Sugiono, 2017). Teknik analisis data secara deskriptif dan Inferensial. analisis regresi digunakan untuk mempelajari hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk mengidentifikasi pola hubungan yang modelnya belum sepenuhnya diketahui atau untuk memahami bagaimana variasi dari beberapa variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam suatu fenomena yang kompleks. Pada uji regresi linier sederhana, keputusan pengaruh variabel X terhadap variabel Y dapat diambil berdasarkan nilai signifikansi. Sehingga dapat ditemukan dampak pengaruh dari perlakuan yang diberikan.

Hasil dan Pembahasan

a. Kegiatan Market Day di Universitas

Dalam kegiatan *market Day* mahasiswa dilibatkan dalam proses produksi, distribusi dan konsumsi. Mahasiswa diberi tanggung jawab melalui kegiatan produksi yang difokuskan pada kelompok, yang kemudian menciptakan barang-barang yang bermanfaat dan dapat dipasarkan. Berikut ini adalah jumlah peserta yang mengikuti kegiatan *market day* di Universitas Patompo

Tabel 1. Kegiatan Market Day Universitas Patompo

No	Aspek	Jumlah
1.	Mahasiswa	54
2.	Pelaku Usaha dari luar kampus	10
3.	Pelaku Industri Kerjasama	4
4.	Dinas Pendidikan	7

Dosen dapat menjelaskan kepada mahasiswa melalui kegiatan market day bahwa kegiatan yang dilakukan ini memiliki tujuan untuk membentuk ekosistem kewirausahaan di lingkup kampus dengan mengajak para pelaku industry untuk mengambil bagian. Selain itu tujuan yang lain adalah untuk mempromosikan kampus diluar agar mereka kenal dan mendatangkan mahasiswa baru nantinya. Model Kerjasama antara stecholder mampu memberikan dampak positif kepada kemajuan universitas patompo sendiri baik dari mahasiswa sendiri secara khusus atau ke lembaga secara umum.



Gambar 1. Pelaksanaan Market Day di Kampus

b. Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha Mahasiswa

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha Mahasiswa

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
1	4	Sangat Setuju	43	79,6
2	3	Setuju	7	13
3	2	Kurang Setuju	3	5,5
4	1	Tidak Setuju	1	1,9
Total			54	100

Tabel di atas menunjukkan bahwa, minat berwirausaha mahasiswa universitas patompo cukup tinggi. Dari 54 orang sebagai sampel yang di ambil dalam mengikuti market day, yang sangat setuju dilakukannya kegiatan ini berada pada 79,6% atau 43 orang mahasiswa. Mereka memiliki keinginan untuk bisa mendapatkan penghasilan tambahan selain mengikuti proses akademik di kampus. Dari kegiatan ini memberikan dampak yang sangat positif dimana mahasiswa sudah mulai kreatif, inovatif, mandiri, serta mengajarkan pantang menyerah dalam berwirausaha. Dalam kegiatan ini mahasiswa sangat antusias setiap kali melakukan kegiatan *market day* ini karena mereka bersemangat ingin berjualan dan membeli jajanan yang telah dijual langsung oleh teman-temannya sendiri. Adapun nilai-nilai kewirausahaan terbagi menjadi yaitu nilai kemandirian, nilai Kreatif, menunjukan sikap mengambil resiko, memiliki jiwa kepemimpinan, jujur dan pekerja keras (Jiwa et al., 2022).

c. Uji Reabilitas Data

Tabel 3. Uji Reabilitas Data

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Ket
Market Day (X)	0,684	0.60	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	0,715	0.60	Reliabel

dapat diketahui bahwa masing-masing nilai reliabilitas (*Cronbach Alpha*). Untuk variabel market day (X) nilai *Cronbach Alpha* adalah $0,684 > 0,60$ yang artinya reliabilitas diterima dan variabel minat berwirausaha (Y) nilai *Cronbach Alpha* adalah $0,715 > 0,60$ yang artinya reliabilitas diterima. Sehingga sangat memungkinkan untuk dilanjutkan ketahap analisis regresi, untuk melihat seberapa besar pengaruh kegiatan market day terhadap tumbuhnya ekosistem kewirausahaan di universitas patompo. Inkubator Bisnis Mahasiswa merupakan program yang tepat untuk menumbuhkembangkan jiwa wirausaha dan mengentaskan wirausaha baru dari kalangan mahasiswa dan perguruan tinggi. Peserta Inkubator Mahasiswa telah melakukan proses pembinaan meliputi tiga fase, yaitu fase penyadaran kewirausahaan, fase pengkapasitasan serta fase pendampingan dan pelembagaan (Ilmiah et al., 2019)

d. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model Regresion	
Fhitung	Signifikansi
41,791	0.021

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 41,791 dengan signifikansi $0,021 < 0,05$ ini mengartikan bahwa pelaksanaan market day (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat wirausaha mahasiswa (Y). sehingga dapat dilanjutkan ke analisis berikutnya.

e. Uji koefisien determinasi (R^2)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary		
Model	R	R Square
1	0,668	0,446

Tabel menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 44,60 bahwa market day menjelaskan bahwa sebesar 44,60 dari variasi minat berwirausaha. Sebanyak 55,40 sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

f. Hasil Uji t

Tabel 6. Hasil Uji t

M	Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig	Kesimpulan
1	Market Day (X)	6,465	0,2681	0,021	H ₀ Ditolak
	Minat Berwirausaha (Y)				

Berdasarkan hasil uji data tersebut dapat diketahui bahwa nilai thitung $6,465 > ttabel$ 0,2681, maka h₀ ditolak dan h_a diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan kegiatan market day terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan yang signifikan secara statistik dan hipotesis dapat diterima. Dengan demikian angka tersebut menunjukkan nilai signifikan yang berarti market day berpengaruh terhadap

minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Patempo. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nurhayati (2018), mengatakan bahwa kegiatan market day (bazar) berpengaruh secara signifikan terhadap membangun jiwa wirausaha mahasiswa. Hal itu dapat dibuktikan bahwa Pemberian kegiatan market day (bazar) (X) mampu mempengaruhi pembangunan jiwa wirausaha mahasiswa adalah sebesar 58%. Sedangkan sisanya 42% disebabkan oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti(Pendidikan et al., 2017).

Kegiatan *Market day* (bazar) akan membawa pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa. Pelaksanaan kegiatan ini merupakan proses pengaktualisasian potensi kreativitas peserta didik, sebab selama ini bentuk proses belajar mengajar melalui bentuk tatap muka dalam kelas tidak cukup memberi ruang dan waktu bagi mahasiswa untuk dapat mengembangkan kegiatan yang lain, sehingga terkadang dalam konteks pendidikan formal sedikit memberi ruang pada pengembangan aspek afektif dan psikomotorik Mahasiswa(Asrofi & Pd, 2020).Kewirausahaan ini merupakan sebuah mental dan sikap yang ditunjukkan melalui tindakan, yang selalu mengusahakan perubahan kearah yang lebih baik, Menanamkan nilai-nilai kewirausahaan kepada mahasiswa merupakan suatu keharusan. Tentunya dengan menggunakan cara-cara sederhana yang mudah dipahami mahasiswa diantaranya adalah dengan diadakannya kegiatan *market day* (Reviews et al., 2019). kegiatan market day dapat digunakan untuk mengajarkan karakter kewirausahaan kepada mahasiswa Dimana mereka diajarkan untuk mengolah barang yang akan dijual sejak awal melalui kegiatan pemasaran yang disesuaikan dengan pembelajaran di kelas. Dengan kegiatan ini maka akan muncul karkter seperti jujur, kreatif, inovatif, disiplin, berani dan bertanggung jawab(Latief et al., 2015).

Pendidikan di era modern ini para peserta didik dalam tingkatan universitas di tuntut untuk diberikan pembekalan skill kepada para peserta didiknya. Bukan hanya teori saja tapi lebih ke aplikatif atau praktek sehingga menjadikan mereka memiliki wawasan dan pola pikir untuk maju dan berkembang(Yanti, 2019). Di dunia kewirausahaan sendiri membutuhkan Kerjasama atau konektivitas untuk bisa maju dan berkembang. Kegiatan market day yang melibatkan banyak pihak baik itu universitas termasuk di dalamnya mahasiswa, dosen dan civitas akademika, juga adanya Kerjasama dengan beberapa mitra industri bergabung untuk memberikan kontribusi kepada kegiatan mahasiswa. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Susilo (2020) bahwa kolaborasi antara 3 belah pihak utama yaitu: universitas, industri, dan pemerintah akan dapat memenuhi tuntutan dan memberikan solusi permasalahan yang ada pada dunia pendidikan sesuai permintaan industri 4.0 agar dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dan mampu bersaing di pasar global. Serta mempererat hubungan dan peran dari tiga aktor *Triple Helix* (*Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Man*, 2023) Selain itu diperkuat oleh penelitian Mawardi (2020), bahwa secara simultan terdapat hubungan signifikan antara semua variable ekosistem kewirausahaan yang terdiri dari variabel budaya, variabel materi dan variabel social terhadap minat berwirausaha. Didalam mengembangkan minat mahasiswa tidak tertutup kemungkinan di pengaruhi oleh factor eksternal dan internal baik dari mahasiswa sendiri atau dari kegiatan yang dilakukanya. Hal ini sesuai hasil penelitian yang dilakukan oleh Ardiani (2020), bahwa dua faktor yang terbentuk tersebut terdiri atas faktor pertama yaitu variabel pengetahuan bisnis, pengetahuan produksi, keterampilan produksi, keterampilan komunikasi, kemampuan komputer, kemampuan manajerial dan motivasi dan faktor kedua, yaitu pengalaman pelatihan.

Kesimpulan

Secara keseluruhan dari hasil analisis data yang telah dilakukan sebelumnya dapat ditarik Kesimpulan bahwa kegiatan market day yang dilakukan mahasiswa dalam lingkup universitas patompo secara signifikan membentuk minat wirausaha mahasiswa dapat diketahui bahwa nilai thitung $6,465 > t_{tabel} 0,2681$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan kegiatan market day terhadap minat berwirausaha. Selain itu terbentuknya ekosistem kewirausahaan dengan model *Triple Helix* dengan melibatkan lingkungan kampus, pelaku industri serta pemerintah dalam hal ini dinas Pendidikan saling bersinergi akan membantu mahasiswa untuk terus berkembang sesuai permintaan dunia industri 4.0 agar menghasilkan sumber daya manusia yang unggul dan berdaya saing global.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada Dosen pembimbing, teman-teman mahasiswa serta Kerjasama tim baik dari Universitas Patompo dan Universitas Negeri Makassar.

Daftar Pustaka

- Andriani, S. R., & Lestari, G. D. (2024). *J + PLUS: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah*. 13(1), 654–664.
- Ardiani, W., Putra, R., Manajemen, P. S., Medan, K., & Utara, S. (2020). *Maker : Jurnal Manajemen Faktor-Faktor Penguat Minat Berwirausaha Mahasiswa Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik (2019) diketahui pada Februari 2019* ,
- Asrofi, M., & Pd, M. (2020). *Menumbuhkan Literasi Keuangan Melalui Program Market Day di SDIT Lukman Al- Hakim Internasional*. X, 185–208.
- Bstract, A. (2020). *Ecosytem kewirausahaan dan dampaknya pada minat berwirausaha*. 2, 39–47.
- Darmawan, I. (n.d.). *Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa Melalui Pendidikan Kewirausahaan*. 9–16.
- Ilmu, T., Bima, E., & Gontor, D. (2024). *Market Day Kewirausahaan Implementasi Kurikulum*. 6(September), 34–39.
- Islam, U., & Sumatera, N. (2023). *Asatiza : Jurnal Pendidikan*. 4(1), 43–50.
- Jiwa, M., Kreatif, U., Bermanfaat, D. A. N., Melalui, M., & Entrepreneurship, P. (2022). *Jurnal Kewirausahaan Vol. 8 No. 4, Juni 2022*. 8(4), 262–272.
- Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital Pengaruh Entrepreneurial Mindset Terhadap Minat Universitas Siliwangi Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital Thailand* (2023). 1(3), 497–513.
- Kependidikan, J. I., Sukma, P., Wardhani, N., & Nastiti, D. (2023). *Implementasi pendidikan kewirausahaan dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa*. 4(April), 177–191.
- Khairani, N., Wibowo, A. P., Aritonang, A. P., & Hutasoit, E. (2025). *Studi Literatur : Peran Entrepreneurial Mindset dalam Membangun Ketahanan Bisnis Stratup di Kalangan Mahasiswa*. 5, 5737–5748.
- Latief, A., Daud, M. N., & Suharyanto, A. (2015). *The Effect of Job Satisfaction and Organizational Culture on Employee Performance of the Royal Hotel in East Aceh District*. 849–857.
- Nurhayati, E. C., & Nurhayati, E. C. (2018). *Pengaruh Market Day (Bazar) Terhadap Membangun Jiwa Wirausaha Mahasiswa Unsiq Jawa Tengah Di Wonosobo*. 1(2), 1–16.
- Pendidikan, J., Undiksha, E., Luh, N., Widya, W., Ekonomi, J. P., Ekonomi, F., Pendidikan, U., & Singaraja, G. (2017). *Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*. 9(1).
- Reviews, S. S., Tentama, F., Mulasari, S. A., & Widiasari, S. (2019). *Entrepreneurship Education To Improve Entrepreneurship*. 7(3), 162–168.

- Rukmana, T., Munastiwi, E., Puspitaloka, V. A., & Mustika, N. (2023). *Menanamkan Nilai-Nilai Kewirausahaan melalui Kegiatan Market Day*. 7(1), 416–426. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i1.2781>
- Setiawati, N. A., Nst, F. S., Zahara, R., Sari, U., & Indonesia, M. (2022). *Application Of The Market Day Based Entrepreneurship Learning Model In Building Generation Entrepreneurs*. 4(1), 38–48.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (1st ed., Vol. 4). CV. Alfabeta.
- Sutarman, A., Nuriman, A., Teknik, P. S., & Raharja, U. (2023). *Pengaruh Kegiatan Market Day Terhadap*. c, 7–12.
- Yanti, A. (2019). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan , Self Efficacy , Locus of Control dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha*. 2(2), 268–283.