



## Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Tata Boga

Aulia Rahma Keke Nola Padang<sup>1\*</sup>, Satria Miftah Alma<sup>2</sup>, Fatma Tresno Ingtyas<sup>3</sup>,  
Laurena Ginting<sup>4</sup>

Universitas Negeri Medan, Jalan Willem Iskandar, Pasar V Medan Estate, Medan,  
Indonesia 20371.

Email Korespondensi: [auliarahmakekenolapadang@gmail.com](mailto:auliarahmakekenolapadang@gmail.com)

### Abstrak

Minat berwirausaha pada mahasiswa Tata Boga dipengaruhi oleh beragam faktor internal dan eksternal yang membentuk motivasi, keyakinan diri, serta kesiapan memulai usaha. Namun, literatur sebelumnya umumnya membahas mahasiswa secara umum dan masih terbatas kajian yang secara sistematis menyintesis bukti khusus pada mahasiswa Tata Boga dalam konteks pendidikan vokasi, termasuk pengaruh ekosistem kampus dan dinamika kewirausahaan digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Tata Boga melalui kajian literatur terstruktur. Penelusuran dilakukan melalui Google Scholar untuk artikel periode 2018–2024 dan diseleksi mengikuti alur PRISMA. Dari 87 artikel teridentifikasi, 55 tersisa setelah penghapusan duplikasi; 32 artikel lolos skrining judul–abstrak; 14 artikel ditelaah penuh; dan 10 artikel memenuhi kriteria inklusi untuk disintesis. Analisis dilakukan menggunakan analisis isi dan sintesis tematik, kemudian disajikan melalui sintesis naratif–komparatif. Hasil sintesis menunjukkan faktor internal dominan meliputi motivasi intrinsik, efikasi diri, kreativitas/inovasi, dan keberanian mengambil risiko. Faktor eksternal yang konsisten berpengaruh meliputi pendidikan kewirausahaan, lingkungan kampus, dukungan keluarga, program inkubasi, serta paparan media sosial/digital entrepreneurship. Temuan menegaskan bahwa penguatan minat wirausaha akan lebih efektif bila pembelajaran bersifat pengalaman (experiential), memperkuat efikasi diri, memberi ruang kreativitas produk kuliner, serta didukung ekosistem kampus dan literasi pemasaran digital.

**Kata kunci:** Minat Berwirausaha; Pendidikan Kewirausahaan; Efikasi Diri; Media Sosial.

## Factors Influencing Entrepreneurial Interest Among Culinary Arts Students

### Abstract

*Entrepreneurial interest among culinary arts students is shaped by multiple internal and external factors that influence motivation, self-belief, and readiness to start a business. However, prior studies largely focus on university students in general, and systematic evidence syntheses specifically addressing culinary arts students in vocational education—particularly in relation to campus ecosystems and digital entrepreneurship—remain limited. This study aims to examine determinants of entrepreneurial interest among culinary arts students through a structured literature review. A Google Scholar search covering 2018–2024 was conducted and reported using a PRISMA-guided selection process. Of 87 records identified, 55 remained after duplicate removal; 32 records passed title–abstract screening; 14 full texts were assessed; and 10 studies met the inclusion criteria for synthesis. Data were analyzed using content analysis and thematic synthesis, and findings were integrated through narrative–comparative synthesis. Results indicate that key internal determinants include intrinsic motivation, self-efficacy, creativity/innovation, and risk-taking propensity. Consistent external determinants include entrepreneurship education, supportive campus environments, family support, business incubation programs, and social media/digital entrepreneurship exposure. The synthesis suggests that entrepreneurial interest is more likely to develop when experiential entrepreneurship education strengthens self-efficacy, supports culinary product innovation, and is reinforced by institutional ecosystems and digital marketing literacy.*

**Keywords:** Entrepreneurial Interest; Entrepreneurship Education; Self-Efficacy; Social Media.

**How to Cite:** Padang, A. R. K. N., Alma, S. M., Ingtyas, F. T., & Ginting, L. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Tata Boga. *Empiricism Journal*, 6(4), 2307-2322. <https://doi.org/10.36312/nvtrt869>



<https://doi.org/10.36312/nvtrt869>

Copyright© 2025, Padang et al.

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



## PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan elemen penting dalam pembangunan ekonomi nasional karena berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, peningkatan nilai tambah, dan penguatan daya saing suatu negara. Dalam konteks pendidikan tinggi, pengembangan kewirausahaan tidak hanya dipandang sebagai pilihan karier, melainkan juga sebagai strategi adaptif untuk menghadapi ketidakpastian pasar kerja. Mahasiswa pada pendidikan vokasi, termasuk mahasiswa Tata Boga, berada pada posisi yang strategis karena dibekali kompetensi keterampilan (skill-based) yang relatif dekat dengan kebutuhan industri dan peluang usaha riil. Bidang kuliner memiliki karakteristik yang unik: permintaan pasar cenderung stabil, inovasi produk terjadi cepat, dan proses bisnisnya memungkinkan dimulai dari skala kecil. Namun, potensi tersebut tidak otomatis bertransformasi menjadi keputusan untuk memulai usaha. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa Tata Boga menjadi krusial, baik untuk penguatan kebijakan pendidikan maupun perancangan program pengembangan kewirausahaan yang tepat sasaran.

Minat berwirausaha pada dasarnya mencerminkan dorongan internal untuk memulai dan mengembangkan usaha dengan orientasi memperoleh keuntungan sekaligus menghasilkan nilai tambah. Suryana (2019) menegaskan bahwa minat berwirausaha merupakan bentuk dorongan psikologis yang memengaruhi kesiapan seseorang untuk mengambil keputusan dan bertindak dalam aktivitas kewirausahaan. Minat tersebut bukan sekadar ketertarikan sesaat, melainkan hasil interaksi antara pengetahuan, keyakinan, motivasi, serta pengalaman yang membentuk persepsi individu terhadap peluang dan risiko. Karena itu, minat berwirausaha sering dipahami sebagai prasyarat penting sebelum perilaku wirausaha muncul. Di tingkat mahasiswa, minat berwirausaha juga berkaitan erat dengan pengalaman belajar, iklim kampus, dukungan sosial, dan akses terhadap sumber daya. Dengan kata lain, minat tidak berdiri sendiri, tetapi dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal yang saling menguatkan.

Secara konseptual, faktor internal umumnya mencakup efikasi diri, motivasi, kepribadian, kreativitas, serta pengetahuan dan keterampilan. Efikasi diri, misalnya, menjelaskan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya untuk menyelesaikan tugas dan mengatasi tantangan dalam konteks tertentu. Bandura (1997) memandang efikasi diri sebagai determinan penting dalam pilihan tindakan, intensitas upaya, dan ketahanan menghadapi hambatan—yang seluruhnya relevan dalam proses memulai usaha. Dalam konteks mahasiswa, efikasi diri kewirausahaan dapat terbentuk melalui pengalaman keberhasilan (mastery experiences), pembelajaran observasional, persuasi sosial, serta kondisi emosi saat menghadapi tantangan bisnis. Temuan empiris menunjukkan bahwa efikasi diri berperan dalam menumbuhkan minat berwirausaha karena mahasiswa perlu meyakini dirinya mampu mengelola tugas kewirausahaan dan mengambil keputusan yang diperlukan (Purwaningsih et al., 2023). Konsisten dengan itu, individu yang merasa lebih mampu cenderung lebih tertarik menekuni kewirausahaan dan menilai dirinya cocok dengan kehidupan wirausaha (Santoso & Almadana, 2021). Lebih jauh, efikasi diri yang tinggi juga terbukti terkait dengan minat wirausaha yang lebih kuat (Srianggareni et al., 2020).

Selain efikasi diri, motivasi dan sikap berperan penting karena menentukan arah dan ketekunan individu dalam mengejar tujuan. Pada mahasiswa bidang boga, motivasi personal dilaporkan berpengaruh positif kuat terhadap minat berwirausaha; Munif et al. (2024) menunjukkan proporsi minat yang tinggi pada responden, mengindikasikan bahwa dorongan internal dapat menjadi “penggerak” utama untuk memulai usaha. Kreativitas juga sangat relevan dalam bisnis kuliner karena diferensiasi produk dan inovasi menu sering menjadi penentu daya saing. Shinta dan Suja'i (2024) menekankan bahwa rendahnya kreativitas berkorelasi langsung dengan rendahnya minat berwirausaha, yang menunjukkan bahwa kompetensi kreatif bukan hanya pelengkap, melainkan komponen inti dalam kewirausahaan kuliner. Namun, hubungan antarvariabel internal tidak selalu seragam lintas konteks; Khalid et al. (2022), misalnya, melaporkan bahwa kreativitas berhubungan dengan minat berwirausaha, tetapi efikasi diri tidak selalu muncul signifikan secara statistik. Variasi temuan semacam ini mengindikasikan bahwa konteks pendidikan, karakteristik sampel, dan pendekatan pengukuran dapat memengaruhi kesimpulan, sehingga diperlukan sintesis yang mampu memetakan pola konvergensi dan divergensi hasil penelitian.

Di sisi lain, faktor eksternal mencakup dukungan keluarga, lingkungan pendidikan/kampus, pengalaman praktik, paparan media sosial, serta akses terhadap modal dan teknologi. Pendidikan kewirausahaan menjadi salah satu faktor eksternal yang paling sering diteliti karena ia merupakan intervensi institusional yang dapat dirancang dan dievaluasi. Sejumlah studi menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha; Uma dan Anasrulloh (2023) menunjukkan signifikansi pengaruh pendidikan kewirausahaan melalui nilai P-value (0.003), menegaskan bahwa keterlibatan dalam mata kuliah atau program kewirausahaan dapat mengubah sikap mahasiswa terhadap bisnis, termasuk bisnis kuliner. Temuan ini sejalan dengan gagasan bahwa pendidikan kewirausahaan yang efektif tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga mengembangkan cara berpikir dan bertindak wirausaha, serta memfasilitasi kesiapan mahasiswa menghadapi dinamika bisnis (Pradana & Prakoso, 2023). Bahkan, pendidikan kewirausahaan dapat memicu perubahan minat sehingga mahasiswa memiliki motivasi yang lebih kuat untuk memasuki dunia usaha (Fatonnah et al., 2022).

Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat juga tampak pada variasi bentuk pembelajaran formal, informal, dan non-formal. Hidayat dan Suryani (2024) melaporkan bahwa pendidikan kewirausahaan melalui berbagai jalur mampu meningkatkan niat berwirausaha mahasiswa di Sumatera Barat, memperlihatkan bahwa pembentukan minat dapat terjadi melalui pengalaman belajar yang beragam. Selain itu, pelatihan dan kegiatan penguatan kompetensi—misalnya melalui webinar kewirausahaan—terbukti meningkatkan semangat kewirausahaan mahasiswa (Saefullah et al., 2023). Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan dapat dipahami sebagai ekosistem pembelajaran yang mencakup kurikulum, metode, serta aktivitas pengayaan. Dalam kerangka ini, Setyoningrum et al. (2023) menekankan bahwa pendidikan kewirausahaan ideal perlu disusun berbasis tujuan pembelajaran, materi, metode, dan evaluasi yang tepat agar mendorong keterlibatan mahasiswa dan menumbuhkan karakter wirausaha. Harianti et al. (2020) juga memperkuat bahwa pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan motivasi dan kompetensi mahasiswa, yang pada gilirannya memperbesar peluang tumbuhnya minat wirausaha.

Faktor pengalaman praktik dan keterhubungan dengan industri menjadi aspek eksternal yang sangat penting khususnya di pendidikan vokasi Tata Boga. Kewirausahaan kuliner tidak hanya menuntut pengetahuan konseptual, tetapi juga keterampilan operasional, ketelitian, konsistensi mutu produk, serta pemahaman alur layanan dan manajemen. Karena itu, pengalaman praktik industri dipandang sebagai wahana pembelajaran yang mempertemukan mahasiswa dengan realitas bisnis. Nurfathonah et al. (2024) menunjukkan adanya pengaruh signifikan pengalaman praktik industri terhadap minat berwirausaha mahasiswa ( $p < 0.05$ ), menandakan bahwa pengalaman langsung dapat meningkatkan kepekaan terhadap peluang, memperkuat keyakinan, dan membentuk kesiapan. Temuan lain menguatkan peran kompetensi akademik-praktik: Zalukhu dan Yulastri (2023) menemukan hubungan positif antara hasil belajar mata pelajaran kuliner dengan minat berwirausaha di sektor makanan. Dengan demikian, pembelajaran praktik dan capaian kompetensi tidak hanya berfungsi untuk kesiapan kerja, tetapi juga dapat menjadi modal psikologis dan teknis untuk memulai usaha.

Dari sisi orientasi pasar, bidang kuliner menunjukkan daya tarik yang kuat di kalangan mahasiswa. Arisandi et al. (2024) melaporkan bahwa minat mahasiswa terhadap usaha kuliner tergolong signifikan, dengan sebagian responden memilih kuliner sebagai bidang usaha yang paling diminati. Temuan ini mengindikasikan adanya basis minat yang dapat dikembangkan melalui kebijakan kampus dan desain pembelajaran yang tepat. Dalam konteks transformasi pendidikan vokasi, dukungan terhadap pengembangan kewirausahaan menjadi semakin relevan. Suprap et al. (2024) menegaskan bahwa pendidikan praktis di jurusan kuliner dapat mempersiapkan lulusan untuk berwirausaha secara efektif, sehingga orientasi pendidikan tidak hanya “siap kerja” tetapi juga “siap mencipta kerja”. Di luar itu, wacana penguatan kewirausahaan yang lebih berkelanjutan (sustainable) turut mengemuka. Ermawati dan Ahmad (2022) menyoroti pentingnya dukungan terhadap green entrepreneurship dan inovasi, yang dapat menjadi perspektif tambahan dalam pengembangan kewirausahaan vokasi lintas bidang keahlian. Meski konteksnya berbeda, implikasinya relevan untuk Tata Boga karena bisnis kuliner terkait erat dengan isu keberlanjutan, efisiensi sumber daya, serta inovasi produk yang bertanggung jawab.

Walaupun banyak faktor pendorong, minat berwirausaha mahasiswa juga dapat terhambat oleh persepsi negatif terhadap dunia usaha, kurangnya dukungan sosial, dan keterbatasan lingkungan pendukung. Kusmintarti et al. (2023) menemukan bahwa persepsi negatif dan minimnya dukungan sosial dapat menghalangi niat mahasiswa untuk berwirausaha. Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa peningkatan minat tidak cukup hanya melalui penyampaian materi, melainkan memerlukan ekosistem yang mendorong rasa aman psikologis, akses bimbingan, dan role model. Dalam konteks ini, efikasi diri kerap berperan sebagai mekanisme penting yang menjembatani pengaruh pendidikan terhadap minat. Widyawati dan Mujiati (2021) menunjukkan bahwa efikasi diri dapat memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha, sementara Ubaidillah et al. (2021) menegaskan fungsi efikasi diri sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan minat berwirausaha. Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa program kewirausahaan yang berhasil bukan hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membangun keyakinan diri mahasiswa untuk mengeksekusi rencana usaha.

Di tingkat sosial, dukungan keluarga dan lingkungan sekitar juga berkontribusi dalam pembentukan minat berwirausaha karena menyediakan dukungan emosional, dorongan moral, dan kadang bantuan sumber daya. Lingkungan keluarga yang kondusif dapat memperkuat keyakinan diri seseorang dalam mengejar kewirausahaan sehingga berdampak positif pada minat berwirausaha (Hasan et al., 2021). Dengan demikian, faktor eksternal tidak sekadar latar, melainkan bagian dari “modal sosial” yang memengaruhi persepsi peluang, risiko, dan kemampuan diri. Pada mahasiswa vokasi, modal sosial ini dapat berinteraksi dengan pengalaman praktik dan pendidikan kewirausahaan, membentuk lintasan yang berbeda-beda dalam kemunculan minat wirausaha. Variasi lintasan ini perlu dipetakan secara sistematis agar institusi dapat merancang intervensi yang lebih tepat, misalnya program inkubasi, pendampingan, kemitraan industri, atau pembelajaran berbasis proyek bisnis (project-based entrepreneurship learning).

Meskipun sejumlah penelitian terdahulu telah membahas faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, sebagian besar studi masih berfokus pada mahasiswa secara umum dan belum secara spesifik menempatkan mahasiswa Tata Boga dalam kerangka pendidikan vokasi Indonesia. Padahal, Tata Boga memiliki kekhasan: intensitas pembelajaran praktik tinggi, keterkaitan kuat dengan industri jasa dan kreatif, serta dinamika pasar yang sangat dipengaruhi tren dan inovasi produk. Selain itu, literatur internasional menunjukkan bahwa perkembangan kewirausahaan kuliner semakin dipengaruhi oleh digital entrepreneurship (misalnya pemasaran berbasis media sosial, penggunaan platform daring, dan strategi digital branding) serta food innovation yang menuntut kreativitas dan adaptasi. Namun, integrasi perspektif digital dan inovasi tersebut dalam konteks pendidikan Tata Boga di Indonesia masih terbatas, terutama dalam bentuk sintesis kajian yang memetakan faktor dominan serta menjelaskan bagaimana faktor internal dan eksternal saling terkait. Kesenjangan ini membuat bukti ilmiah yang tersedia cenderung terpecah dan sulit dijadikan dasar penguatan kurikulum atau desain program kewirausahaan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kajian literatur yang terfokus pada mahasiswa Tata Boga menjadi penting untuk memberikan gambaran “state of the art” mengenai faktor-faktor yang paling konsisten memengaruhi minat berwirausaha, sekaligus mengidentifikasi perbedaan temuan antar penelitian. Sintesis yang kuat tidak hanya merangkum faktor, tetapi juga membandingkan konteks dan pendekatan yang digunakan—misalnya perbedaan hasil terkait efikasi diri yang tidak selalu signifikan dalam studi tertentu (Khalid et al., 2022) dibanding temuan yang menegaskan peran sentral efikasi diri (Srianggareni et al., 2020; Santoso & Almadana, 2021). Demikian pula, sintesis perlu menempatkan pendidikan kewirausahaan sebagai faktor yang luas: mencakup kurikulum dan desain pembelajaran (Setyoningrum et al., 2023), dampak pada pola pikir dan kesiapan (Pradana & Prakoso, 2023), hingga variasi implementasi melalui jalur formal maupun pelatihan (Hidayat & Suryani, 2024; Saefullah et al., 2023). Dalam konteks vokasi, pengalaman praktik industri yang terbukti signifikan (Nurfathonah et al., 2024) dan capaian hasil belajar bidang kuliner (Zalukhu & Yulastri, 2023) juga perlu diposisikan sebagai bukti kunci yang membedakan mahasiswa Tata Boga dari kelompok mahasiswa umum.

Dengan demikian, kontribusi kajian ini bersifat spesifik dan relevan. Pertama, kajian ini menyajikan sintesis terarah mengenai faktor internal (misalnya efikasi diri, motivasi, kreativitas) dan faktor eksternal (misalnya pendidikan kewirausahaan, pengalaman praktik industri, dukungan sosial-keluarga, serta konteks pembelajaran vokasi) yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Tata Boga. Kedua, kajian ini berupaya mengintegrasikan temuan nasional dengan perkembangan perspektif yang mengemuka pada kewirausahaan kuliner seperti peran inovasi dan dukungan ekosistem pembelajaran sehingga memberikan pemahaman yang lebih “mutakhir” tentang kebutuhan penguatan kurikulum dan program kewirausahaan vokasi. Ketiga, kajian ini menyoroti implikasi praktis bagi institusi pendidikan: perlunya strategi yang tidak hanya menambah pengetahuan kewirausahaan, tetapi juga membangun efikasi diri (Widyawati & Mujiati, 2021; Ubaidillah et al., 2021), meningkatkan pengalaman praktik yang bermakna (Nurfathonah et al., 2024), serta menumbuhkan kreativitas sebagai modal inovasi bisnis kuliner (Shinta & Suja'i, 2024).

Sejalan dengan tujuan tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menjawab pertanyaan: (1) faktor internal apa saja yang paling dominan memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Tata Boga; (2) faktor eksternal apa saja yang paling konsisten berpengaruh, khususnya pendidikan kewirausahaan dan pengalaman praktik; serta (3) bagaimana implikasi sintesis temuan tersebut bagi penguatan kurikulum, metode pembelajaran, dan ekosistem kewirausahaan di pendidikan vokasi. Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, kajian ini diharapkan dapat menyediakan dasar konseptual dan empiris bagi pengembangan program kewirausahaan yang lebih efektif, kontekstual, dan berorientasi pada kebutuhan nyata bisnis kuliner.

## **METODE**

### **Desain penelitian dan standar pelaporan**

Penelitian ini menggunakan kajian literatur dengan pendekatan *systematic/narrative literature review* yang disusun secara terstruktur untuk mengidentifikasi, menyeleksi, dan mensintesis bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Tata Boga. Proses pelaporan mengikuti prinsip *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA)* agar alur identifikasi hingga inklusi studi transparan dan dapat direplikasi (Page et al., 2021). Penggunaan PRISMA 2020 dipilih karena menyediakan kerangka pelaporan yang lebih mutakhir, sistematis, dan menekankan keterlacakan proses seleksi studi, termasuk alasan eksklusi pada tahap skrining dan telaah penuh.

### **Sumber data dan strategi penelusuran**

Penelusuran literatur dilakukan melalui Google Scholar sebagai basis utama karena cakupan artikel nasional dan internasional yang luas dan relevan untuk topik pendidikan vokasi dan kewirausahaan. Penelusuran dilakukan untuk artikel yang terbit pada rentang 2018–2024, sesuai dengan fokus “kemutakhiran temuan” pada studi ini. Untuk meningkatkan sensitivitas pencarian, digunakan kombinasi kata kunci dalam Bahasa Indonesia dan Inggris yang diturunkan dari variabel utama kajian (minat berwirausaha/entrepreneurial interest dan determinannya), serta konteks bidang (tata boga/kuliner/vokasi). Selain penelusuran berbasis kata kunci, dilakukan juga penelusuran rujukan balik (*backward snowballing*) pada daftar pustaka artikel yang paling relevan untuk mengidentifikasi studi tambahan yang mungkin belum tertangkap oleh string pencarian.

### **Kriteria inklusi dan eksklusi**

Agar seleksi studi konsisten dan menjawab kritik peninjau mengenai ketidakjelasan kriteria, penelitian ini menetapkan kriteria sebagai berikut:

#### **Kriteria inklusi**

1. Artikel jurnal ilmiah (nasional atau internasional) yang terbit pada 2018–2024.
2. Membahas minat/niat berwirausaha (*entrepreneurial interest/intention*) dan/atau faktor determinannya.

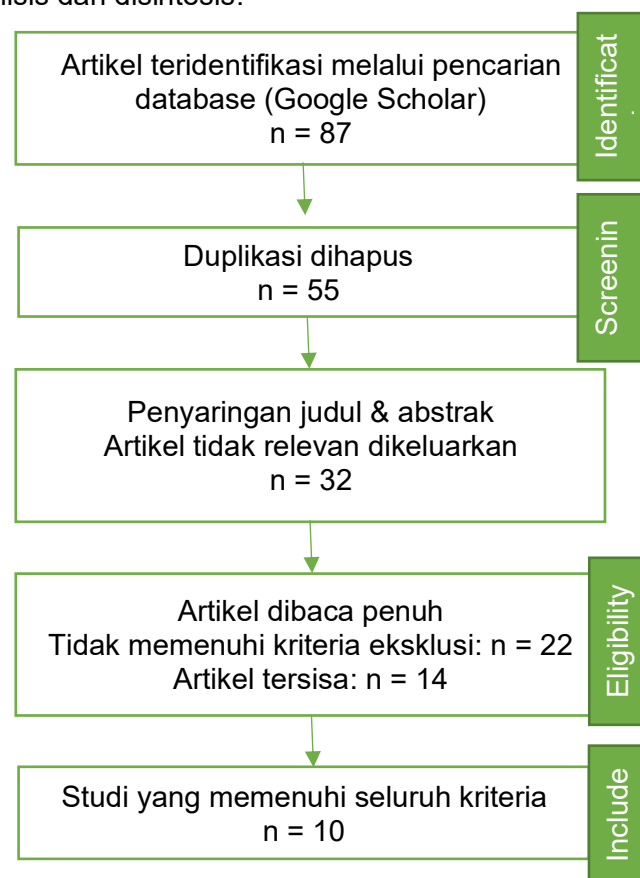
3. Populasi penelitian adalah mahasiswa, diprioritaskan pada konteks pendidikan vokasi dan/atau bidang kuliner/Tata Boga atau bidang sejenis yang relevan.
4. Memuat temuan empiris yang dapat disintesis (kuantitatif, kualitatif, atau mixed-method), atau kajian literatur yang memiliki fokus determinan minat wirausaha dan relevan dengan konteks vokasi.
5. Tersedia teks penuh (full-text) untuk memungkinkan ekstraksi data yang memadai.

#### Kriteria eksklusi

1. Duplikasi artikel hasil penelusuran.
2. Artikel di luar rentang tahun 2018–2024.
3. Tidak membahas minat/niat berwirausaha (misalnya hanya membahas UMKM tanpa kaitan mahasiswa).
4. Populasi bukan mahasiswa (misalnya siswa sekolah dasar/menengah atau pelaku usaha umum tanpa konteks pendidikan tinggi).
5. Tidak tersedia full-text, atau informasi metode/hasil tidak memadai untuk sintesis.

#### Proses seleksi studi dan PRISMA flow

Seleksi literatur dilakukan mengikuti alur PRISMA yang diringkas dalam Gambar 1. Proses pencarian literatur dengan metode PRISMA (terlampir pada bagian temuan). Dari penelusuran awal, teridentifikasi 87 artikel. Setelah penghapusan duplikasi, tersisa 55 artikel. Selanjutnya dilakukan skrining judul dan abstrak sehingga artikel yang tidak relevan dikeluarkan dan tersisa 32 artikel untuk dibaca lebih lanjut. Pada tahap telaah penuh (full-text), artikel yang tidak memenuhi kriteria inklusi (misalnya populasi tidak sesuai, variabel tidak relevan, atau informasi hasil tidak dapat diekstraksi) dikeluarkan sebanyak 22 artikel, sehingga 14 artikel dinyatakan memenuhi kelayakan. Setelah evaluasi kesesuaian akhir terhadap fokus kajian (minat berwirausaha pada mahasiswa dengan relevansi kuat terhadap Tata Boga/kuliner/vokasi dan determinannya), ditetapkan 10 artikel sebagai studi yang diinklusi untuk dianalisis dan disintesis.



**Gambar 1.** Proses pencarian liteartur dengan metode PRISMA

### **Ekstraksi data dan manajemen informasi**

Setelah artikel terinklusi ditetapkan, data diekstraksi menggunakan matriks ekstraksi (tabel kerja) untuk memastikan konsistensi dan memudahkan perbandingan antar studi. Elemen yang diekstraksi meliputi: (1) penulis dan tahun; (2) judul studi; (3) desain/metode dan sumber indeks (misal Sinta/Scopus/DOAJ); (4) karakteristik sampel/konteks; (5) variabel/faktor yang diuji (internal dan eksternal); dan (6) temuan utama terkait pengaruh faktor terhadap minat berwirausaha. Matriks ini menjadi dasar penyusunan Tabel 1 pada bagian hasil.

### **Teknik analisis dan sintesis temuan**

Untuk menjawab kritik peninjau terkait analisis yang belum rinci, penelitian ini menerapkan analisis isi (content analysis) yang dipadukan dengan sintesis tematik (thematic synthesis) dan disajikan dalam bentuk narasi komparatif (narrative synthesis). Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada heterogenitas desain studi, variasi instrumen, serta perbedaan konteks dan variabel sehingga meta-analisis tidak dilakukan. Secara konseptual, sintesis tematik memungkinkan penggabungan bukti lintas studi melalui identifikasi tema/faktor dominan, sedangkan narrative synthesis berguna untuk menyusun interpretasi terpadu ketika hasil studi tidak homogen.

Langkah sintesis dilakukan sebagai berikut:

1. Familiarisasi data: membaca penuh 10 artikel terinklusi dan mencatat temuan terkait determinan minat berwirausaha.
2. Koding awal (open coding): setiap determinan (misalnya efikasi diri, motivasi, kreativitas, pendidikan kewirausahaan, praktik industri, dukungan sosial, media sosial) diberi kode berdasarkan istilah yang digunakan di artikel.
3. Pengelompokan kode menjadi tema deskriptif: kode disatukan menjadi dua tema besar: faktor internal dan faktor eksternal, sesuai kerangka konseptual umum minat berwirausaha dan teori efikasi diri (Bandura, 1997).
4. Pengembangan tema analitis: tema dibandingkan antar studi untuk melihat pola konvergensi (faktor yang konsisten signifikan), divergensi (faktor yang tidak konsisten), serta kemungkinan alasan perbedaan berdasarkan konteks pendidikan, karakteristik responden, atau pendekatan metodologis.
5. Sintesis naratif-komparatif: hasil akhir disajikan dalam bentuk narasi yang menekankan perbandingan antar studi, dan didukung ringkasan sistematis pada Tabel 1.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

minat berwirausaha pada mahasiswa Tata Boga dapat dipahami sebagai hasil dari proses psikologis dan sosial yang terbentuk melalui pengalaman, kebiasaan, serta interaksi individu dengan lingkungan. Minat tidak muncul secara spontan, melainkan berkembang seiring adanya kebutuhan, keinginan, dan hubungan yang kuat antara individu dengan objek atau aktivitas tertentu (Nursyaidah & Sari, 2021). Dalam konteks kewirausahaan, minat dipengaruhi oleh kombinasi minat pribadi, minat situasional, dan interaksi keduanya dalam ciri psikologis individu (Wicaksana, 2021). Hal ini tercermin pada karakter wirausaha yang ideal, seperti percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil risiko, memiliki jiwa kepemimpinan, berorientasi ke depan, serta kreatif dan inovatif (Pusposutardjo dalam Rusdiana, 2022). Karakteristik tersebut menjadi landasan penting yang memperkuat ketertarikan mahasiswa untuk terjun ke dunia usaha, khususnya di bidang kuliner yang menuntut kreativitas dan ketangguhan mental.

Selanjutnya, minat berwirausaha mahasiswa Tata Boga dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang saling berkaitan. Faktor internal meliputi motivasi diri, kepercayaan diri, kreativitas dan inovasi, serta pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan. Motivasi berprestasi, kemandirian, dan keberanian mengambil risiko menjadi pendorong utama mahasiswa untuk memulai usaha (McClelland, 2022; Indrawati, 2023). Di sisi lain, faktor eksternal seperti dukungan keluarga, lingkungan

kampus, teman sebaya, akses modal dan teknologi, serta tren pasar turut memperkuat minat tersebut. Lingkungan keluarga dan kampus yang mendukung, ditambah kemudahan teknologi digital dan tren kuliner yang terus berkembang, menciptakan ekosistem yang kondusif bagi tumbuhnya jiwa wirausaha (Siregar, 2022; Ningsih, 2023; Prasetyo, 2023). Berdasarkan penelaahan terhadap 10 artikel yang relevan, faktor dominan yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Tata Boga adalah motivasi diri, kepercayaan diri, kreativitas, dukungan lingkungan, serta pemanfaatan teknologi dan peluang pasar, yang secara bersama-sama membentuk kesiapan dan keberanian mahasiswa untuk berwirausaha, ringkasan dari 10 naskah tersebut di sajikan pada tabel berikut.

**Tabel 1.** Ringkasan Hasil Penelitian

No	Penulis (Tahun)	Judul	Metode (Indeks)	Hasil Penelitian
1	Astuti, D. (2020)	Pengaruh Motivasi Intrinsik terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Kuantitatif deskriptif (Sinta 2)	Motivasi intrinsik yang tinggi meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.
2	Wijaya, A. (2020)	Self-Efficacy dan Minat Berwirausaha Mahasiswa di Perguruan Tinggi	Kuantitatif korelasional (Google Scholar)	Efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.
3	Putri & Arifin (2019)	Pengaruh Lingkungan Kampus terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Survei kuantitatif (Sinta 3)	Lingkungan kampus yang mendukung dapat menumbuhkan semangat kewirausahaan.
4	Riyanti, B. (2021)	Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Niat Berwirausaha Mahasiswa	Kualitatif fenomenologis (Scopus)	Kreativitas menjadi faktor penting dalam membentuk minat berwirausaha di bidang kuliner.
5	Fitriani & Susanto (2022)	Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Kuantitatif deskriptif (Sinta 4)	Dukungan keluarga berperan penting dalam memotivasi mahasiswa untuk berwirausaha.
6	Rahmawati, T. (2021)	Keberanian Mengambil Risiko sebagai Determinan Minat Berwirausaha	Kuantitatif korelasional (Google Scholar)	Keberanian mengambil risiko berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha.
7	Hendrawan, D. (2023)	Efektivitas Pembelajaran Kewirausahaan dalam Meningkatkan Niat Usaha	Eksperimen semu (Sinta 2)	Pembelajaran kewirausahaan mampu meningkatkan niat dan kesiapan berwirausaha.
8	Sari, L. (2023)	Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa	Kuantitatif survei (DOAJ)	Paparan konten bisnis kuliner di media sosial meningkatkan inspirasi dan minat



No	Penulis (Tahun)	Judul	Metode (Indeks)	Hasil Penelitian
9	Kemenkop UKM (2023)	Laporan Tahunan Program Inkubasi Bisnis Mahasiswa	Dokumentasi studi (Google Scholar)	berwirausaha. Program inkubasi kampus terbukti meningkatkan minat dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa.
10	Rizki & Amelia (2024)	Analisis Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha	Literature review (Sinta 3)	Faktor internal (motivasi, efikasi diri) dan eksternal (dukungan sosial) saling berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

### Pembahasan

Berdasarkan sintesis 10 studi yang dirangkum pada Tabel 1 serta alur seleksi literatur pada Gambar 1 (PRISMA), temuan utama kajian ini menegaskan bahwa minat berwirausaha mahasiswa dibentuk oleh interaksi dinamis antara faktor internal (psikologis dan kompetensi personal) dan faktor eksternal (dukungan lingkungan, pendidikan, dan paparan ekosistem kewirausahaan). Namun, catatan penting dari hasil sintesis ini adalah bahwa kekuatan pengaruh setiap faktor tidak selalu seragam antar studi karena perbedaan konteks (jenis prodi, karakteristik responden, dan lingkungan institusi), serta heterogenitas metode (survei korelasional, deskriptif, eksperimen semu, kualitatif fenomenologis, dokumentasi, dan literature review) sebagaimana terlihat dalam kolom “Metode (Indeks)”. Oleh sebab itu, pembahasan ini tidak hanya merangkum faktor, tetapi juga membandingkan bukti, mengidentifikasi perbedaan hasil, serta menjelaskan mekanisme yang mungkin mendasari hubungan antar variabel.

#### Faktor internal: dari motivasi ke keyakinan kemampuan (self-efficacy) dan kreativitas

Motivasi intrinsik muncul sebagai salah satu determinan internal yang paling konsisten. Studi Astuti, D. (2020) menunjukkan bahwa motivasi intrinsik yang tinggi berkaitan dengan meningkatnya minat berwirausaha. Temuan ini selaras dengan literatur motivasi kewirausahaan yang menekankan bahwa dorongan internal (kebutuhan berprestasi, otonomi, dan aktualisasi diri) mendorong individu untuk melihat wirausaha sebagai pilihan karier yang bermakna (Mónico et al., 2021; Muzakki et al., 2022). Pada mahasiswa, motivasi sering kali dipengaruhi oleh pengalaman belajar dan persepsi relevansi kurikulum; lingkungan belajar yang menstimulasi dapat meningkatkan kesiapan dan motivasi untuk berwirausaha (Farradina et al., 2021; Yang, 2024). Konsistensi ini memperkuat argumen bahwa strategi penguatan minat wirausaha perlu menysasar dimensi motivasional—tidak sekadar pemberian materi, tetapi juga pembentukan tujuan pribadi dan makna (purpose) dari kewirausahaan.

Selanjutnya, self-efficacy (efikasi diri) berperan sebagai mekanisme psikologis kunci yang menjelaskan mengapa mahasiswa berani mengubah ketertarikan menjadi intensi. Wijaya, A. (2020) menemukan efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Literatur yang lebih luas mendukung hal ini: efikasi diri kewirausahaan (entrepreneurial self-efficacy/ESE) tidak hanya berkorelasi dengan niat, tetapi juga dapat berfungsi sebagai mediator antara faktor pengalaman/kontekstual dan intensi (Wang & Huang, 2022; Wu et al., 2022). Dalam kerangka Theory of Planned Behavior, efikasi diri memperkuat persepsi kemampuan (perceived behavioral control) sehingga niat berwirausaha meningkat (Al-Mamary et al., 2020). Ini relevan bagi mahasiswa Tata Boga yang menghadapi tuntutan ganda: kemampuan teknis produksi makanan sekaligus kemampuan manajerial dan pemasaran. Ketika mahasiswa merasa “mampu” menjalankan tugas kewirausahaan (mengelola biaya, inovasi menu, pelayanan, promosi), minat berwirausaha menjadi lebih realistis dan stabil.

Akan tetapi, bukti mengenai efikasi diri tidak selalu homogen. Sebagian studi menunjukkan peran efikasi diri sangat kuat, namun penelitian lain menemukan bahwa efikasi diri tidak selalu signifikan secara statistik dalam model tertentu (Khalid et al., 2022). Perbedaan ini penting dibahas secara kritis: (i) kemungkinan variasi instrumen pengukuran ESE, (ii) perbedaan karakteristik sampel (mahasiswa dengan pengalaman bisnis vs belum pernah praktik usaha), (iii) efek konteks (kampus dengan ekosistem kewirausahaan kuat vs lemah), dan (iv) efek variabel lain yang lebih dominan (misalnya kreativitas, pengalaman kompetisi, atau dukungan lingkungan). Dengan demikian, efikasi diri tetap faktor penting, tetapi efektivitasnya bisa bergantung pada “kondisi pemicu” seperti pengalaman praktik dan paparan aktivitas kewirausahaan.

Kreativitas dan inovasi muncul sebagai faktor internal yang khas dan sangat relevan untuk kewirausahaan kuliner. Riyanti, B. (2021) (kualitatif fenomenologis) menegaskan kreativitas sebagai faktor penting pembentuk minat berwirausaha di bidang kuliner. Dukungan literatur tambahan memperkuat jalur ini: kreativitas berpengaruh signifikan terhadap minat wirausaha mahasiswa (Afria & Suharsono, 2023; Melinda et al., 2023; Harsono & Karlina, 2023), termasuk bukti bahwa kreativitas dapat berpengaruh langsung terhadap minat berwirausaha (Khalid et al., 2022). Dalam bisnis kuliner, kreativitas bukan hanya “ide produk”, melainkan juga inovasi proses (kemasan, layanan, variasi menu, diferensiasi rasa), sehingga mahasiswa yang kreatif lebih mudah melihat peluang pasar dan merasa memiliki proposisi nilai. Namun, kreativitas juga sering membutuhkan “jembatan” berupa motivasi dan lingkungan yang mendukung; kreativitas cenderung lebih kuat pengaruhnya ketika didukung motivasi kewirausahaan yang tinggi (Muzammil et al., 2025) serta dukungan interaksi sosial dan lingkungan (Anjarwati & Kamalia, 2024). Artinya, kreativitas sebagai faktor internal tidak dapat dipisahkan dari konteks eksternal yang memfasilitasi eksperimen dan keberanian mencoba.

Di samping itu, keberanian mengambil risiko (Rahmawati, T., 2021) menandai komponen psikologis yang lazim dalam kewirausahaan. Namun, penting dicatat bahwa “risk-taking” pada mahasiswa sering bersifat *persepsional* (risiko yang dibayangkan) dan dapat berubah ketika individu memiliki efikasi diri dan dukungan lingkungan. Dengan kata lain, peningkatan efikasi diri dan pengalaman praktik berpotensi menurunkan persepsi risiko, sehingga minat meningkat. Mekanisme ini konsisten dengan temuan bahwa pengalaman kompetisi kewirausahaan dapat memperkuat ESE dan intensi (Wu et al., 2022).

### **Faktor eksternal: kualitas ekosistem kampus, keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan media sosial/digital**

Putri & Arifin (2019) menunjukkan bahwa lingkungan kampus yang mendukung dapat menumbuhkan semangat kewirausahaan, sedangkan Fitriani & Susanto (2022) menunjukkan dukungan keluarga sebagai pendorong penting. Kedua faktor ini dapat dipahami sebagai bagian dari “ekosistem sosial” yang menyediakan legitimasi, dukungan moral, role model, jejaring, dan sumber daya awal. Literatur tambahan menegaskan bahwa konteks sosial dan lingkungan wirausaha memengaruhi efikasi diri dan niat mahasiswa (Nguyen, 2020; Xu, 2024). Jika kampus menyediakan kegiatan kewirausahaan, mentoring, akses inkubasi, serta budaya yang menormalkan wirausaha, mahasiswa lebih mungkin melihat wirausaha sebagai pilihan yang feasible. Sebaliknya, persepsi negatif dan dukungan sosial yang rendah dapat menghambat niat berwirausaha (Kusmintarti et al., 2023). Ini menjelaskan mengapa intervensi kampus tidak cukup sekadar program satu kali, tetapi perlu membangun atmosfer yang konsisten.

Pendidikan kewirausahaan merupakan faktor eksternal yang paling kuat terlihat dalam studi-studi pembandingan. Hendrawan, D. (2023) (eksperimen semu) menunjukkan pembelajaran kewirausahaan meningkatkan niat dan kesiapan berwirausaha. Temuan ini sejalan dengan bukti bahwa pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan motivasi dan kompetensi mahasiswa (Harianti et al., 2020) dan membentuk cara berpikir serta kesiapan bertindak wirausaha (Pradana & Prakoso, 2023). Secara empiris, pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat juga tampak melalui nilai signifikansi yang kuat (Uma & Anasrulloh, 2023) serta peningkatan niat melalui jalur formal, informal, dan non-formal (Hidayat & Suryani, 2024; Saefullah et al., 2023; Fatonnah et al., 2022). Yang penting bagi pembahasan ini: pendidikan kewirausahaan tidak hanya bekerja pada level “pengetahuan”,

tetapi juga pada level psikologis dengan meningkatkan ESE (Guo et al., 2022; Hoang et al., 2020; Liu et al., 2023; Zheng & Islam, 2021). Jalur mediasi ini menjelaskan mengapa pembelajaran berbasis pengalaman (experiential learning) cenderung lebih efektif: ia memberi kesempatan mastery experience yang memperkuat keyakinan diri.

Selain pendidikan formal, program inkubasi menjadi bentuk dukungan eksternal yang spesifik. Kemenkop UKM (2023) melaporkan program inkubasi kampus meningkatkan minat dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Secara konseptual, inkubasi menyediakan akses jejaring, pembinaan, pendampingan, dan kadang fasilitas, yang mengurangi hambatan awal (misalnya ketidakpastian dan kurangnya role model). Namun, kelemahan yang perlu dicatat adalah temuan dokumentasi sering tidak menjelaskan ukuran efek atau desain evaluasi, sehingga pembuktiannya lebih lemah dibanding studi eksperimen atau survei terukur. Ini menandakan kebutuhan penelitian lanjutan yang lebih ketat, misalnya evaluasi kuasi-eksperimental pada program inkubasi.

Media sosial merupakan faktor eksternal yang semakin dominan pada kewirausahaan kuliner modern. Sari, L. (2023) menunjukkan paparan konten bisnis kuliner di media sosial meningkatkan inspirasi dan minat berwirausaha. Literatur tambahan memperluas penjelasan mekanisme: media sosial memfasilitasi akses informasi, jejaring, role model, dan pembelajaran sosial, yang pada gilirannya dapat meningkatkan ESE dan niat (Hu et al., 2024; Effendi, 2025; Huang & Zhang, 2020). Selain itu, keterlibatan membangun relasi kewirausahaan melalui media sosial berkorelasi dengan intensi wirausaha (Afranie et al., 2024), dan media sosial juga dapat mendorong kreativitas lewat pertukaran ide dan umpan balik (Isma et al., 2025; Afria & Suharsono, 2023). Dalam konteks Tata Boga, media sosial berperan ganda: (i) kanal pemasaran dan (ii) ruang validasi produk melalui respons audiens. Namun, perlu kehati-hatian: paparan media sosial dapat meningkatkan aspirasi, tetapi tanpa kompetensi dasar dan dukungan ekosistem, minat dapat menjadi fluktuatif atau bersifat “ikut tren”.

Konsep digital entrepreneurship pada mahasiswa kuliner/hospitality juga mempertegas bahwa kewirausahaan kini menuntut literasi digital, digital marketing, dan pengelolaan brand daring (Febriansyah et al., 2024; Simbolon & Laia, 2024; Hamzah et al., 2024). Walaupun peluangnya besar, hambatan struktural seperti akses teknologi dan kualitas konektivitas dapat mengurangi efektivitas intervensi digital (Setiyawan & Ulfatun, 2023). Ini berarti institusi vokasi perlu memastikan kesiapan infrastruktur dan desain pembelajaran digital yang realistis.

### **Interaksi faktor: bukti “kombinasi internal–eksternal” dan perbedaan antar studi**

Salah satu kontribusi penting adalah penguatan argumen bahwa faktor internal dan eksternal saling berpengaruh. Rizki & Amelia (2024) secara eksplisit menyimpulkan keterkaitan faktor internal (motivasi, efikasi diri) dan eksternal (dukungan sosial) terhadap minat berwirausaha. Bukti tambahan mengenai mediasi ESE juga konsisten: efikasi diri dapat memperkuat pengaruh dukungan pendidikan terhadap niat (Wang & Huang, 2022; Al-Mamary et al., 2020) dan menjadi variabel perantara antara stimulus lingkungan dan intensi. Artinya, program kampus, pelatihan, dan pengalaman kewirausahaan lebih efektif bila didesain tidak hanya “mengajar”, tetapi juga membangun keyakinan kompetensi melalui praktik bertahap.

Namun, reviewer menekankan perlunya pembahasan kritis: apakah semua studi menggunakan pendekatan yang sama dan apakah ada hasil kontradiktif?. Studi kualitatif (Riyanti, B., 2021) cenderung menonjolkan aspek proses dan makna (misalnya kreativitas sebagai pengalaman), sedangkan studi kuantitatif korelasional (Wijaya, A., 2020; Rahmawati, T., 2021) menonjolkan hubungan statistik antar variabel. Studi eksperimen semu (Hendrawan, D., 2023) memberi bukti lebih kuat tentang efek pembelajaran kewirausahaan, tetapi tetap terbatas pada konteks implementasi tertentu. Ketidaksamaan ini menjelaskan variasi kesimpulan, termasuk kemungkinan perbedaan signifikansi efikasi diri (Khalid et al., 2022). Oleh karena itu, kekuatan bukti untuk faktor tertentu perlu dibaca sebagai “konsistensi lintas konteks” bukan sekadar “jumlah studi yang menyebut”.

### **Implikasi khusus bagi mahasiswa Tata Boga**

Bagi mahasiswa Tata Boga, sintesis ini memiliki implikasi praktis yang jelas. Pertama, karena kreativitas dan inovasi sangat terkait dengan produk kuliner (Riyanti, B., 2021; Khalid

et al., 2022), pembelajaran perlu memberi ruang eksperimen terstruktur (misalnya pengembangan menu, uji pasar mini, dan desain kemasan). Kedua, pendidikan kewirausahaan yang efektif perlu berorientasi pengalaman sehingga memperkuat efikasi diri (Hoang et al., 2020; Liu et al., 2023) dan tidak berhenti pada teori. Ketiga, integrasi media sosial dan digital entrepreneurship menjadi kebutuhan, tetapi harus disertai dukungan literasi digital dan fasilitas agar tidak menambah kesenjangan akses (Setiyawan & Ulfatun, 2023). Keempat, pendekatan ekosistem melalui dukungan kampus, keluarga, dan program inkubasi menjadi kunci karena faktor eksternal dapat memperbesar peluang internal berkembang (Putri & Arifin, 2019; Fitriani & Susanto, 2022; Kemenkop UKM, 2023).

#### **Keterbatasan studi terdahulu dan keterbatasan kajian ini**

Sesuai saran peninjau, penting menegaskan keterbatasan. Pada studi terdahulu, keterbatasan umum meliputi: dominasi desain korelasional sehingga hubungan kausal sulit dipastikan; variasi pengukuran variabel (khususnya efikasi diri dan minat); serta perbedaan konteks kampus yang membuat generalisasi terbatas. Beberapa laporan program (misalnya dokumentasi inkubasi) cenderung minim informasi evaluasi kuantitatif atau ukuran efek.

Pada kajian ini, keterbatasan meliputi: (i) penggunaan satu basis penelusuran utama (Google Scholar) sebagaimana dijelaskan dalam metode, sehingga potensi studi yang terindeks eksklusif di database lain bisa terlewat; (ii) jumlah studi yang disintesis relatif terbatas (10 artikel), walaupun proses seleksi transparan ditunjukkan dalam Gambar 1 (PRISMA); dan (iii) heterogenitas studi mengharuskan sintesis naratif/tematik, bukan meta-analisis, sehingga perbandingan kekuatan pengaruh antar faktor tidak dapat dinyatakan dalam estimasi efek gabungan. Keterbatasan ini sekaligus membuka agenda riset berikutnya: studi longitudinal pada mahasiswa Tata Boga, evaluasi eksperimental program kewirausahaan dan digital marketing, serta pemetaan peran mediasi efikasi diri dalam konteks vokasi kuliner.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa khususnya di bidang Tata Boga lebih tepat dipahami sebagai hasil interaksi multi-level: motivasi, efikasi diri, kreativitas, dan keberanian mengambil risiko berkelindan dengan dukungan kampus, keluarga, pendidikan kewirausahaan, inkubasi, serta paparan media sosial/digital entrepreneurship. Sintesis berbasis Tabel 1 dan seleksi transparan pada Gambar 1 memperkuat argumen bahwa penguatan minat wirausaha tidak cukup melalui satu intervensi tunggal, melainkan memerlukan desain pembelajaran vokasi yang integratif, berbasis pengalaman, dan relevan dengan ekosistem bisnis kuliner kontemporer.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan sintesis temuan di simpulkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa terutama dalam konteks Tata Boga dibentuk oleh kombinasi faktor internal dan eksternal yang saling menguatkan. Faktor internal yang paling menonjol mencakup motivasi intrinsik, efikasi diri, kreativitas/inovasi, serta keberanian mengambil risiko; sementara faktor eksternal yang dominan meliputi pendidikan kewirausahaan, lingkungan kampus, dukungan keluarga, program inkubasi, dan paparan media sosial. Perbedaan desain dan konteks antar studi menunjukkan bahwa kekuatan pengaruh tiap faktor dapat bervariasi, tetapi pola umumnya konsisten: intervensi pendidikan dan ekosistem pendukung cenderung efektif ketika mampu meningkatkan keyakinan diri, memberikan pengalaman praktik yang bermakna, dan menyediakan ruang untuk kreativitas serta eksplorasi peluang usaha kuliner.

#### **REKOMENDASI**

Institusi pendidikan vokasi Tata Boga perlu menguatkan pendidikan kewirausahaan berbasis pengalaman melalui proyek usaha nyata, praktik industri yang terstruktur, serta pendampingan berkelanjutan agar efikasi diri dan motivasi mahasiswa meningkat secara stabil. Pengembangan kurikulum sebaiknya memasukkan pembelajaran inovasi produk kuliner dan strategi pemasaran digital termasuk pemanfaatan media sosial dengan dukungan fasilitas dan literasi digital agar minat berwirausaha dapat berkembang menjadi kesiapan usaha. Kampus juga disarankan memperluas program inkubasi, mentoring dengan praktisi, serta kegiatan kompetisi atau bazar bisnis sebagai penguat ekosistem kewirausahaan. Untuk penelitian lanjutan, disarankan menggunakan desain evaluatif yang

lebih kuat (misalnya longitudinal atau kuasi-eksperimental) guna menguji mekanisme mediasi efikasi diri dan membandingkan efektivitas berbagai model pendidikan kewirausahaan pada mahasiswa Tata Boga di berbagai konteks institusi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afranie, J., Afriyie, E., Bans-Akutey, A., & Darko, L. (2024). Social media use and entrepreneurial intention of students in higher education. *Annals of Management and Organization Research*, 6(2), 127-138. <https://doi.org/10.35912/amor.v6i2.2164>
- Afria, J. and Suharsono, N. (2023). Penggunaan Media Sosial Pada Minat Berwirausaha Melalui Kreativitas Anak Muda Kota Amuntai. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 1-16. <https://doi.org/10.53682/mk.v4i1.4904>
- Al-Mamary, Y., Abdulrab, M., Alwaheeb, M., & Alshammari, N. (2020). Factors impacting entrepreneurial intentions among university students in Saudi Arabia: testing an integrated model of TPB and EO. *Education + Training*, 62(7/8), 779-803. <https://doi.org/10.1108/et-04-2020-0096>
- Anjarwati, D. and Kamalia, P. (2024). Pengaruh Kreativitas, Kecerdasan Adversitas, dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Edukatif Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(4), 3641-3651. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v6i4.7209>
- Arisandi, D., Sari, W., & Sanjaya, A. (2024). Minat Berwirausaha Mahasiswa Setelah Mengikuti Mata Kuliah Kewirausahaan. *KONTAN*, 3(4). <https://doi.org/10.59818/kontan.v3i4.594>
- Astuti, D. (2020). Pengaruh Motivasi Intrinsik terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 5(2), 112–121.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: Freeman.
- Effendi, N. (2025). Self-Efficacy as an Intervening Variable in the Effect of Social Media on Entrepreneurial Intention: Evidence from Universitas Muara Bungo, Jambi. *Jurnal Kewirausahaan Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 7(1a), 349-361. <https://doi.org/10.59806/jkamtb.v7i1a.563>
- Ermawati, N. and Ahmad, U. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa PKK Prodi Tata Busana. *Fashion and Fashion Education Journal*, 11(2), 73-78. <https://doi.org/10.15294/ffej.v11i2.11522>
- Farradinna, S., Herawati, I., & Mulyani, A. (2021). Psychological Characteristics of Entrepreneurship Potentials among Vocational High School Students. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 27(1), 66-73. <https://doi.org/10.21831/jptk.v27i1.32859>
- Fattonnah, C., Djuwita, D., & Busthomi, A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Syari'ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon. *Hawalah Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(2), 50-60. <https://doi.org/10.57096/hawalah.v1i2.7>
- Febliansyah, M., Abi, Y., Fitriano, Y., & Dary, N. (2024). Sosialisasi Wirausaha Digital Dan Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Minat Dan Motivasi Seorang Siswa SMKS 1 Pembangunan Kota Bengkulu. *JDUN*, 3(2). <https://doi.org/10.37676/jdun.v3i2.6615>
- Fitriani, R., & Susanto, H. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 44–56.
- Guo, R., Yin, H., & Lv, X. (2022). Improvisation and university students' entrepreneurial intention in China: The roles of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial policy support. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.930682>
- Hamzah, S., Alam, S., & Syam, A. (2024). Strategies for Developing Soft Skills, Hard Skills, and Student Entrepreneurial Interest. *Pinisi Discretion Review*, 7(2), 393. <https://doi.org/10.26858/pdr.v7i2.62667>
- Harianti, A., Malinda, M., Nur, N., Suwarno, H., Margaretha, Y., & Kambuno, D. (2020). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Motivasi, Kompetensi Dan Menumbuhkan Minat Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(3), 214-220. <https://doi.org/10.31940/jbk.v16i3.2194>
- Harsono, B. and Karlina, E. (2023). Pengaruh Kreativitas Dan Pengetahuan Digital Ekonomi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas

- Prof. Dr. Moestopo (Beragama). *Jabe (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(4), 408. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i4.16400>
- Hasan, M., Shofa, N., Thaief, I., Ahmad, M., & Tahir, T. (2021). Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Mempengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z melalui Efikasi Diri?. *Ekuitas Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 300. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i2.36975>
- Hendrawan, D. (2023). Efektivitas Pembelajaran Kewirausahaan dalam Meningkatkan Niat Usaha. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12(2), 65–79.
- Hidayat, D. and Suryani, I. (2024). Analisis Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Di Sumatera Barat. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 21(1), 59-70. <https://doi.org/10.29313/performa.v21i1.4088>
- Hoang, G., Le, T., Tran, A., & Du, T. (2020). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Vietnam: the mediating roles of self-efficacy and learning orientation. *Education + Training*, 63(1), 115-133. <https://doi.org/10.1108/et-05-2020-0142>
- Hu, S., Jabor, M., Royo, M., & Wu, F. (2024). Social Media use and Entrepreneurial Intention Among Vocational Students in China: The Role of Entrepreneurial Self-Efficacy and Gender. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, VIII(XII), 2689-2709. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2024.8120226>
- Huang, Y. and Zhang, J. (2020). Social media use and entrepreneurial intention: The mediating role of self-efficacy. *Social Behavior and Personality an International Journal*, 48(11), 1-8. <https://doi.org/10.2224/sbp.9451>
- Isma, A., Dewantara, H., Alisyahbana, A., & Diarra, S. (2025). Digital Literacy, Environment, and E-Commerce Use Toward Digital Entrepreneurial Intentions via Social Media among Generation Z Students. *Quantitative Economics and Management Studies*, 6(1), 57-68. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems3853>
- Kemenkop UKM. (2023). Laporan Tahunan Program Inkubasi Bisnis Mahasiswa. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Khalid, Z., Utami, I., & Hanani, N. (2022). Pengaruh Kreatifitas, Efikasi Diri Dan Ketahananmalangan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Serasi*, 20(2), 85. <https://doi.org/10.36080/js.v20i2.2109>
- Kusmintarti, A., Riawajanti, N., & Asdani, A. (2023). Pendidikan Kewirausahaan dan Intensi Kewirausahaan dengan Sikap Kewirausahaan sebagai Mediasi. *Jurnal Riset Dan Aplikasi Akuntansi Dan Manajemen*, 2(2). <https://doi.org/10.33795/jraam.v2i2.160>
- Liu, Y., Guo, Z., & Zhang, J. (2023). How Entrepreneurship Education Promotes Entrepreneurial Intention among Chinese College Students: A Mediation Model. *Frontiers in Educational Research*, 6(8). <https://doi.org/10.25236/fer.2023.060806>
- Melinda, R., Yohana, C., & F, N. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Sibatik Journal Jurnal Ilmiah Bidang Sosial Ekonomi Budaya Teknologi Dan Pendidikan*, 2(3), 911-924. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i3.688>
- Monico, L., Carvalho, C., Nejati, S., Arraya, M., & Parreira, P. (2021). Entrepreneurship Education and its Influence on Higher Education Students' Entrepreneurial Intentions and Motivation in Portugal. *Bar - Brazilian Administration Review*, 18(3). <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2021190088>
- Munif, N., Purwanti, S., Nugraheni, M., & Sandya, E. (2024). Motivasi dan Sikap Mahasiswa Program Studi Manajemen UNY Terhadap Minat Berwirausaha Bidang Boga. *Syntax Idea*, 6(9), 4044-4054. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i9.4484>
- Muzakki, Y., Winarno, A., & Siswanto, E. (2022). The Influence Of Knowledge Of Entrepreneurship, Self-Efficacy Towards Interests Entrepreneurship Through Motivation Entrepreneurship To Santri At Pondok Pesantren Bahrul Maghfiroh Malang. *International Journal of Economy Education and Entrepreneurship (Ije3)*, 2(1), 9-18. <https://doi.org/10.53067/ije3.v2i1.39>
- Muzammil, M., Hermawan, H., & Sari, M. (2025). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, dan Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

- Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Simki Economic*, 8(2), 495-506. <https://doi.org/10.29407/jse.v8i2.1304>
- Nguyen, T. (2020). Impact of entrepreneurship environmental support factors to university students' entrepreneurship self-efficacy. *Management Science Letters*, 1321-1328. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.026>
- Nurfathonah, N., AISYAH, S., & Suryani, M. (2024). Pengaruh Pengalaman Praktik Industri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa S1 Tata Busana PKK FT UNM. *Educational Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran*, 4(4), 345-359. <https://doi.org/10.51878/educational.v4i4.3560>
- Page, M. J., Moher, D., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T., Mulrow, C. D., ... & McKenzie, J. E. (2021). PRISMA 2020 explanation and elaboration: updated guidance and exemplars for reporting systematic reviews. *BMJ*, n160. <https://doi.org/10.1136/bmj.n160>
- Pradana, B. and Prakoso, A. (2023). Pengaruh Efikasi Diri Berwirausaha Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *J. Educ. Res.*, 2(2), 75-92. <https://doi.org/10.56707/jedarr.v2i2.162>
- Purwaningsih, D., Karlina, E., & Tukiran, M. (2023). Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Research and Development Journal of Education*, 9(2), 1194. <https://doi.org/10.30998/rdje.v9i2.20789>
- Putri, N., & Arifin, M. (2019). Pengaruh Lingkungan Kampus terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 4(3), 98–109.
- Rahmawati, T. (2021). Keberanian Mengambil Risiko sebagai Determinan Minat Berwirausaha. *Jurnal Psikologi dan Kewirausahaan*, 9(1), 33–45.
- Riyanti, B. (2021). Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Niat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Bisnis*, 10(2), 87–95.
- Saefullah, A., Aisha, N., Noviar, E., & AR, R. (2023). Edukasi Meningkatkan Semangat Kewirausahaan Mahasiswa STIE Ganesha Melalui Progam Webinar. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat Pendidikan*, 4(1), 66-82. <https://doi.org/10.33369/jurnalinovasi.v4i1.28543>
- Santoso, T. and Almadana, A. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK di Kota Semarang. *Econbank Journal of Economics and Banking*, 3(1), 19-26. <https://doi.org/10.35829/econbank.v3i1.132>
- Sari, L. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi dan Ekonomi Kreatif*, 7(1), 55–66.
- Setiyawan, R. and Ulfatun, T. (2023). Implementation of Digital Entrepreneurship for Generation Z at Vocational School. *Scaffolding Jurnal Pendidikan Islam Dan Multikulturalisme*, 5(3), 794-812. <https://doi.org/10.37680/scaffolding.v5i3.3950>
- Setyoningrum, A., Nindita, K., Sirait, E., & Herdawan, D. (2023). Model Pendidikan Kewirausahaan yang Ideal untuk Menumbuhkan Entreprenuer Muda. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 8(1), 69. <https://doi.org/10.32503/jmk.v8i1.3167>
- Shinta, I. and Suja'i, I. (2024). Pengaruh Kreativitas dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Anggota Wimut (Wirausaha Muda Tulungagung). *AKSIOMA*, 1(8), 504-514. <https://doi.org/10.62335/6h1tzp97>
- Simbolon, P. and Laia, G. (2024). Strategi Pemasaran Digital Makanan Berat: Pembelajaran dari Praktek Kewirausahaan Mahasiswa STIKES Santa Elisabeth Medan 2024. *Sejahtera Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 3(3), 188-197. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v3i3.2389>
- Srianggareni, N., Heryanda, K., & Telagawathi, N. (2020). Pengaruh Moderasi Self Efficacy Pada Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Di Universitas Pendidikan Ganesha. *Prospek Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26183>
- Suprap, S., Rohmad, A., Hariyanto, H., & Faizin, A. (2024). Kantin Boga sebagai Wujud Praktis Penerapan Edupreneurship Konsentrasi Keahlian Kuliner. *Journal of Education Research*, 5(2), 2332-2337. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i2.847>
- Ubaidillah, E., Syamnasti, A., Pusparini, C., Ghofur, M., Adha, M., & Ariyanti, N. (2021). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Dukungan Lingkungan Keluarga, Motivasi

- Berprestasi Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jamp Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan*, 4(3), 272-284. <https://doi.org/10.17977/um027v4i32021p272>
- Uma, S. and Anasrulloh, M. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Economina*, 2(9), 2346-2360. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.815>
- Wang, L. and Huang, J. (2022). Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy and Prosocial Tendency in the Relation Between College Students' Post-traumatic Growth and Entrepreneurial Intention in the Post-COVID-19 Era. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.861484>
- Widyawati, N. and Mujiati, N. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Kewirausahaan Dengan Efikasi Diri Kewirausahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(11), 1116. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i11.p04>
- Wijaya, A. (2020). *Self-Efficacy* dan Minat Berwirausaha Mahasiswa di Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 11(2), 140–151.
- Wu, L., Jiang, S., Wang, X., Yu, L., Wang, Y., & Pan, H. (2022). Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions of College Students: The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy and the Moderating Role of Entrepreneurial Competition Experience. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.727826>
- Xu, Y. (2024). The influence of entrepreneurial environment on college students' entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Applied & Educational Psychology*, 5(3). <https://doi.org/10.23977/appep.2024.050309>
- Yang, Z. (2024). Entrepreneurial Education and Intention: Basis for an Enhanced Entrepreneurial Mindset among Engineering Students at Guandong Industry and Trade Vocational School, China. *Journal of Business and Management Studies*, 6(3), 189-223. <https://doi.org/10.32996/jbms.2024.6.3.17>
- Zalukhu, Y. and Yulastri, A. (2023). The Relationship Between Learning Outcomes Of Pastry And Bakery Courses With Students Entrepreneurial Interest Of Family Welfare Education Study Program. *Jurnal Pendidikan Tata Boga Dan Teknologi*, 4(2), 440. <https://doi.org/10.24036/jptbt.v4i2.10991>
- Zheng, L. and Islam, A. (2021). Entrepreneurial Intention in Higher Vocational Education: An Empirically-Based Model With Implications for the Entrepreneurial Community. *Sage Open*, 11(4). <https://doi.org/10.1177/21582440211059179>