

INTENSI KEWIRAUSAHAAN DAN KECERDASAN EMOSIONAL BERPENGARUH TERHADAP KEYAKINAN DIRI MAHASISWA DI SULAWESI SELATAN (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Makassar)

Romansyah Sahabuddin

Universitas Negeri Makassar, Makassar, Sulawesi Selatan

Email: romansyah@unm.ac.id

Article History

Received: 06-08-2025

Revision: 26-08-2025

Accepted: 27-08-2025

Published: 05-09-2025

Abstract. This study aims to analyze the influence of entrepreneurial intention and emotional intelligence on the self-efficacy of university students in South Sulawesi, focusing on Management students at Makassar State University as a case study. A quantitative approach was used, using a survey method, to collect data from respondents using a validated questionnaire. The sampling technique used proportional random sampling, with a sample size of 150 students. Data were analyzed using multiple linear regression with the aid of statistical software. The results indicate that entrepreneurial intention and emotional intelligence jointly have a positive and significant effect on student self-efficacy. Partially, both variables also exert a significant influence, with emotional intelligence having a relatively greater contribution to building self-efficacy than entrepreneurial intention. These findings indicate the importance of developing emotional competencies and strengthening entrepreneurial intentions in academic settings to increase student self-efficacy as a foundation for careers and independent ventures. This study has implications for educational institutions in designing integrated personal and entrepreneurial development programs.

Keywords: entrepreneurial intention, emotional intelligence, self-efficacy, students, higher education

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional terhadap keyakinan diri mahasiswa perguruan tinggi di Sulawesi Selatan, dengan fokus pada mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Makassar sebagai studi kasus. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari responden melalui kuesioner yang telah divalidasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan proportional random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 150 mahasiswa. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keyakinan diri mahasiswa. Secara parsial, kedua variabel juga memberikan pengaruh yang signifikan, di mana kecerdasan emosional memiliki kontribusi yang relatif lebih besar dalam membangun keyakinan diri dibandingkan intensi kewirausahaan. Temuan ini mengindikasikan pentingnya pengembangan kompetensi emosional dan penguatan niat berwirausaha dalam lingkungan akademik untuk meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa sebagai bekal dalam karier maupun usaha mandiri. Penelitian ini memberikan implikasi bagi institusi pendidikan dalam merancang program pengembangan pribadi dan kewirausahaan yang terintegrasi.

Kata kunci: intensi kewirausahaan, kecerdasan emosional, keyakinan diri, mahasiswa, pendidikan tinggi

How to Cite: Sahabuddin, R. (2025). Intensi Kewirausahaan Dan Kecerdasan Emosional Berpengaruh Terhadap Keyakinan Diri Mahasiswa di Sulawesi Selatan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Negeri

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk besar dan kekayaan alam melimpah, yang secara potensial seharusnya mampu melahirkan lebih banyak pelaku usaha dibandingkan negara tetangga seperti Malaysia, Singapura, dan Thailand. Namun, kenyataan menunjukkan bahwa tingkat kewirausahaan di Indonesia masih rendah, dengan hanya sekitar 3,47% penduduk yang terjun ke dunia usaha, tertinggal dari Malaysia (4,74%), Thailand (4,26%), dan Singapura (8,76%). Fakta ini mengindikasikan masih banyak peluang wirausaha yang belum dimanfaatkan, terutama di kalangan anak muda.

Di era global dan digital saat ini, generasi milenial memiliki peluang besar untuk menjadi pendorong utama pertumbuhan wirausaha nasional. Akses mereka terhadap informasi dan teknologi memungkinkan lahirnya ide-ide bisnis yang kreatif dan inovatif. Oleh karena itu, mahasiswa di berbagai perguruan tinggi diharapkan tidak hanya bercita-cita menjadi pekerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja. Transformasi dari pencari kerja menjadi pencipta kerja sangat penting bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Tantangan besar tengah dihadapi Indonesia dalam meningkatkan jumlah wirausahawan, terutama menghadapi dinamika Revolusi Industri 4.0 yang menuntut kemampuan adaptasi terhadap kemajuan teknologi dan literasi digital. Pemerintah telah merespons tantangan ini melalui sejumlah kebijakan strategis, salah satunya program e-Smart IKM sebuah platform digital yang diperkenalkan pada 2017 untuk membantu pelaku industri kecil menengah memasarkan produk secara online dan meningkatkan daya saing mereka. Program ini juga memberikan pelatihan dan pembinaan terkait pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha. Hingga kini, lebih dari 4.000 pelaku usaha telah bergabung dalam program tersebut, dengan total omzet mencapai lebih dari Rp 1,3 miliar. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pelaku UKM pun dapat beradaptasi dan tumbuh melalui digitalisasi jika didukung strategi dan bimbingan yang tepat.

Revolusi Industri 4.0 yang ditandai oleh hadirnya teknologi seperti kecerdasan buatan, Internet of Things, dan big data, membuka peluang besar dalam kewirausahaan, seperti akses pasar yang lebih luas dan efisiensi operasional. Namun, tantangan tetap ada, terutama kesiapan pelaku usaha kecil dalam mengadopsi teknologi baru. Oleh karena itu, pemerintah perlu memperluas jangkauan program seperti e-Smart IKM dan memperkuat sinergi dengan dunia pendidikan dan sektor swasta dalam menciptakan lingkungan usaha yang mendukung.

Kampus, khususnya pendidikan vokasi, dituntut membekali mahasiswa dengan keterampilan praktis dan semangat kewirausahaan sejak dini.

Pendidikan tinggi harus mampu mencetak lulusan yang bukan hanya menguasai keahlian teknis, tetapi juga memiliki mentalitas wirausaha, sebab tidak semua lulusan akan terserap ke dunia kerja formal. Dengan semangat inovasi, pemanfaatan teknologi, dan keberanian berwirausaha, generasi muda dapat menjadi tulang punggung ekonomi baru yang mendorong Indonesia menuju kemandirian. Selain itu, dukungan kebijakan lain seperti kemudahan akses modal, insentif usaha pemula, infrastruktur digital, dan perlindungan hukum sangat penting untuk menciptakan ekosistem usaha yang sehat dan berkelanjutan. Peran aktif semua pihak sangat dibutuhkan agar kewirausahaan tumbuh sebagai budaya nasional, bukan sekadar alternatif karier. Dengan potensi demografis yang besar, Indonesia memiliki peluang emas untuk membangun basis wirausaha yang kuat. Namun, peluang tersebut hanya akan berdampak nyata jika didukung langkah strategis dan kolaborasi lintas sektor. Pemberdayaan generasi muda, pemanfaatan teknologi digital, dan kebijakan berkelanjutan adalah kunci utama. Program seperti e-Smart IKM menjadi contoh konkret bagaimana teknologi dapat mendorong pemerataan ekonomi dan menciptakan wirausahawan tangguh yang siap bersaing secara global.

Secara kontekstual, penelitian ini mengangkat populasi yang belum banyak mendapat perhatian dalam kajian serupa, yakni mahasiswa di wilayah Sulawesi Selatan, khususnya Universitas Negeri Makassar. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam merancang model pendidikan kewirausahaan berbasis karakter dan kesiapan emosional yang lebih relevan dengan kebutuhan lokal serta tantangan era Revolusi Industri 4.0.

METODE

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengukur sejauh mana hubungan antar variabel yang telah dirumuskan. Fokus utama penelitian adalah untuk menganalisis keterkaitan antara intensi kewirausahaan, kecerdasan emosional, dan keyakinan diri pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa responden, sementara data sekunder diperoleh dari berbagai literatur ilmiah seperti jurnal, artikel, dan publikasi relevan lainnya yang mendukung kajian teoritis.

Tiga teknik utama digunakan dalam proses pengumpulan data, yaitu observasi, penyebaran kuesioner, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata terkait konteks kerja, dalam hal ini di lingkungan Dinas Pariwisata. Instrumen kuesioner dirancang dalam bentuk pernyataan tertutup untuk mengukur tanggapan responden terhadap dimensi intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional. Skala Likert digunakan sebagai alat ukur kuantitatif dalam kuesioner tersebut. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data melalui arsip atau dokumen resmi yang relevan.

Dalam menentukan sampel, penelitian ini menggunakan pendekatan sampel jenuh, di mana seluruh populasi yang terdiri dari 255 mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Makassar dijadikan responden dalam penelitian. Untuk menganalisis data, digunakan teknik regresi linier berganda guna mengevaluasi pengaruh variabel bebas, yaitu intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional, terhadap variabel terikat yaitu keyakinan diri. Analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik seperti Microsoft Excel dan SPSS. Sebelum pengujian regresi dilakukan, data dianalisis terlebih dahulu untuk memastikan kelayakan dan validitas.

Temuan dari analisis ini menjadi dasar dalam menarik kesimpulan terkait pengaruh faktor-faktor internal terhadap keyakinan diri mahasiswa dalam konteks kewirausahaan, serta memberikan rekomendasi yang dapat dijadikan rujukan dalam pengembangan pendidikan kewirausahaan berbasis karakter dan psikologis.

HASIL

Deskripsi Responden Berdasarkan Intensi Kewirausahaan

Responden dalam penelitian ini berjumlah 255 mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar, seluruhnya berada pada semester 7. Berdasarkan data jenis kelamin, sebanyak 89 orang (35%) adalah mahasiswa laki-laki, sedangkan 166 orang (65%) merupakan mahasiswa perempuan. Komposisi ini menunjukkan dominasi responden perempuan dalam penelitian ini. Dari segi pengalaman berwirausaha, jenis usaha yang paling banyak digeluti oleh responden adalah usaha kuliner, dengan total 115 mahasiswa (45%). Usaha ini cukup merata dijalankan oleh mahasiswa laki-laki (63 orang atau 24,7%) dan perempuan (52 orang atau 20,3%), mencerminkan bahwa bidang kuliner menarik minat kedua gender secara relatif seimbang.

Jenis usaha berikutnya yang cukup populer adalah usaha kafe, yang dijalankan oleh 74 mahasiswa (29%). Dari jumlah tersebut, mayoritas pelaku usaha kafe adalah laki-laki sebanyak 65 orang (25,5%), sementara hanya 9 orang perempuan (3,5%) yang menjalankan usaha

serupa. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kafe lebih banyak diminati oleh mahasiswa laki-laki. Adapun jenis usaha jualan pakaian dan produk skin care dijalankan oleh 64 mahasiswa (25%), dengan dominasi sangat besar oleh mahasiswa perempuan sebanyak 61 orang (23,9%), dan hanya 3 orang laki-laki (1,1%). Ini menunjukkan adanya kecenderungan bahwa jenis usaha ini lebih selaras dengan minat dan karakteristik perempuan.

Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman dalam menjalankan usaha, dengan variasi jenis usaha yang menunjukkan perbedaan preferensi berdasarkan gender. Fakta ini memperkuat relevansi penelitian terhadap hubungan antara intensi kewirausahaan, kecerdasan emosional, dan keyakinan diri, mengingat para responden sudah terpapar langsung pada aktivitas kewirausahaan di lapangan.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji instrumen bukan hanya merupakan tahapan teknis, tetapi juga tahapan konseptual yang mencerminkan kehati-hatian metodologis seorang peneliti. Menurut (John W. Creswell & J. David Creswell, 2018) , setiap instrumen penelitian harus mampu mengukur secara akurat apa yang dimaksudkan untuk diukur (validitas), serta menunjukkan hasil yang konsisten dari waktu ke waktu atau dari individu ke individu yang memiliki karakteristik serupa (reliabilitas). Dalam konteks ini, pengujian instrumen dilakukan dengan harapan agar tidak terjadi bias pengukuran yang dapat mengganggu interpretasi hasil penelitian.

Secara keseluruhan, validitas instrumen untuk ketiga variabel ini, yaitu intensi kewirausahaan, kecerdasan emosional, dan keyakinan diri menunjukkan bahwa item-item yang digunakan dalam pengukuran tidak hanya valid secara statistik tetapi juga substansial, mencerminkan karakteristik yang relevan dalam konteks mahasiswa di Universitas Negeri Makassar. Hasil ini mendukung penggunaan instrumen dalam penelitian lebih lanjut dan menegaskan pentingnya penyesuaian konteks budaya dalam pengembangan alat ukur.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan untuk menilai sejauh mana instrumen kuesioner menunjukkan konsistensi dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen dinyatakan reliabel apabila mampu menghasilkan data yang stabil dan konsisten saat digunakan dalam pengukuran berulang terhadap kelompok subjek yang serupa. Hasil pengujian reliabilitas dari kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini ditampilkan secara rinci pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Intensi Kewirausahaan (X1)	9	0,771	Reliabel
Kecerdasan Emosional (X2)	9	0,904	Reliabel
Keyakinan Diri (Y)	9	0,905	Reliabel

Sumber: Diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan Tabel 4.4, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,771 untuk variabel Intensi Kewirausahaan, 0,904 untuk Kecerdasan Emosional, dan 0,905 untuk Keyakinan Diri. Ketiga nilai ini memenuhi kriteria reliabilitas yang baik hingga sangat baik, sebagaimana dikemukakan oleh George dan Mallery (George & Mallery, 2020) yang menyatakan bahwa nilai Alpha $\geq 0,70$ dianggap reliabel, sedangkan nilai $\geq 0,90$ menunjukkan reliabilitas sangat tinggi.

Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (uji t) dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap tetap (konstan). Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah kontribusi setiap variabel bebas secara individu memiliki signifikansi terhadap variabel terikat dalam model regresi yang dibangun. Melalui uji t, peneliti dapat menentukan variabel mana yang secara statistik berpengaruh nyata terhadap produktivitas kerja karyawan. Adapun hasil analisis uji t disajikan secara rinci pada tabel berikut.

Tabel 2. Uji Parsial (t)

Variabel	t hitung	signifikansi
Intensi Kewirausahaan	3.023	0.003
Kecerdasan Emosional	2.663	0.008

Sumber: Diolah menggunakan SPSS

Dari hasil pengolahan data regresi menggunakan SPSS, dapat diketahui bahwa nilai konstanta (intersep) sebesar 19.292 menunjukkan nilai dasar Keyakinan Diri ketika Intensi Kewirausahaan dan Kecerdasan Emosional diasumsikan bernilai nol. Secara teknis, konstanta ini lebih bersifat teoritis dan bukan interpretasi praktis karena pada kenyataannya tidak mungkin nilai kedua variabel bebas adalah nol. Namun demikian, nilai konstanta ini tetap penting karena menjadi titik awal dalam menyusun persamaan regresi linear yang digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen. Selanjutnya, hasil analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi untuk variabel Intensi Kewirausahaan (X1) adalah sebesar 0,255 dengan nilai signifikansi 0,003.

Ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan pada skor intensi kewirausahaan akan meningkatkan skor keyakinan diri sebesar 0,255 satuan, dengan asumsi bahwa variabel kecerdasan emosional tetap konstan. Nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,003 berada jauh di bawah batas signifikansi 0,05, yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel intensi kewirausahaan terhadap keyakinan diri adalah signifikan secara statistik. Dalam konteks ini,

hasil penelitian mendukung hipotesis bahwa semakin tinggi niat atau keinginan untuk menjadi wirausaha, semakin besar pula tingkat keyakinan diri mahasiswa.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F), yang juga dikenal sebagai Goodness of Fit, digunakan untuk menilai sejauh mana model regresi yang dibangun mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Uji ini tidak hanya mengukur kesesuaian model, tetapi juga menguji apakah seluruh variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dengan demikian, Uji F memberikan gambaran umum mengenai kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari batas alpha (biasanya 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut layak digunakan untuk prediksi. Hasil analisis Uji F dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 4.6 Hasil Uji Simultan (Uji F)

F hitung	Signifikansi
23.915	0.000

Sumber: Diolah menggunakan SPSS

Pada tabel ANOVA yang disajikan, terlihat bahwa nilai F count (F hitung) sebesar 23.915 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 atau bahkan 0.01 menunjukkan bahwa model regresi tersebut secara simultan signifikan. Artinya, kedua variabel bebas yakni Intensi Kewirausahaan (X1) dan Kecerdasan Emosional (X2) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang bermakna terhadap Keyakinan Diri (Y) mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Makassar.

Nilai F count sebesar 23.915 menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel. F count dihitung dengan membandingkan mean square regression (MSR) terhadap mean square residual (MSE), yakni 363.847 dibagi dengan 15.214. Semakin besar nilai F, maka semakin besar pula proporsi variasi total dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model dibandingkan dengan variasi yang tidak dapat dijelaskan (error atau residual). Secara konseptual, hal ini berarti bahwa pengaruh gabungan antara niat untuk berwirausaha dan kecerdasan emosional berkontribusi besar dalam membentuk tingkat keyakinan diri mahasiswa. Keduanya bukan hanya faktor-faktor psikologis yang terpisah, tetapi justru saling mendukung untuk menghasilkan kepercayaan diri yang kuat pada individu mahasiswa. Penelitian ini pun menyajikan fakta empiris bahwa pembentukan keyakinan diri bukan semata-mata hasil dari kondisi internal, melainkan juga hasil dari kombinasi kesiapan emosional dan orientasi tujuan profesional.

Perbandingan ini memperlihatkan bahwa sekitar 15.95% dari keseluruhan varians dalam keyakinan diri mahasiswa dapat dijelaskan oleh intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun model ini signifikan, masih terdapat variabel lain yang dapat memengaruhi keyakinan diri dan perlu dikaji lebih lanjut dalam studi lanjutan. Beberapa kemungkinan variabel yang berperan adalah dukungan sosial, pengalaman organisasi, status ekonomi keluarga, gaya pengasuhan, hingga tingkat stres akademik. Secara teoritis, kontribusi simultan dari intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional terhadap keyakinan diri sejalan dengan sejumlah literatur yang telah diterbitkan dalam dekade terakhir. Menurut Ajzen (Ajzen, 1991), intensi merupakan prediktor terkuat dari perilaku, terutama dalam kerangka *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Dalam konteks ini, mahasiswa yang memiliki intensi kewirausahaan tidak hanya memiliki niat, tetapi juga memiliki persepsi kontrol yang tinggi terhadap kemampuan dirinya dalam mencapai tujuan tersebut. Persepsi ini berkaitan erat dengan konsep self-confidence atau keyakinan diri, karena seseorang akan merasa percaya diri ketika merasa memiliki kontrol dan kesiapan untuk bertindak.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana model regresi mampu menjelaskan proporsi variasi yang terjadi pada variabel dependen sebagai akibat dari perubahan variabel-variabel independen. Koefisien determinasi (R^2) menggambarkan tingkat kontribusi gabungan variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikat. Nilai R^2 berada dalam rentang antara 0 hingga 1 ($0 < R^2 < 1$), di mana nilai yang semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang tinggi. Sebaliknya, nilai yang mendekati 0 menunjukkan bahwa sebagian besar variasi pada variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh model. Oleh karena itu, R^2 menjadi indikator penting dalam mengevaluasi kelayakan model regresi secara keseluruhan. Hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square
0.399	0.160	0.153

Sumber: Diolah menggunakan SPSS

Output dari model summary menunjukkan bahwa nilai R (korelasi berganda) sebesar 0.399, nilai R Square (R^2) sebesar 0.160, dan nilai Adjusted R Square sebesar 0.153. Nilai standard error of the estimate tercatat sebesar 3.90052. Nilai R Square (R^2) sebesar 0.160 mengandung arti bahwa sekitar 16,0% variasi dari variabel dependen (keyakinan diri mahasiswa) dapat dijelaskan oleh model regresi yang mencakup intensi kewirausahaan dan

kecerdasan emosional secara bersama-sama. Dengan demikian, sebanyak 84,0% variasi dalam variabel keyakinan diri dijelaskan oleh faktor lain di luar model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai Adjusted R Square yang sedikit lebih rendah, yaitu 0.153, menyesuaikan nilai R Square dengan jumlah prediktor dalam model. Penyesuaian ini penting karena jika terlalu banyak variabel independen yang dimasukkan, nilai R Square cenderung meningkat, meskipun kontribusi sebenarnya tidak signifikan.

Nilai koefisien determinasi ini memberikan informasi penting mengenai kekuatan prediksi model secara keseluruhan. Dalam penelitian sosial, khususnya dalam psikologi pendidikan dan manajemen perilaku, nilai R Square sebesar 0.160 sudah dianggap memadai, terlebih ketika objek penelitian adalah manusia yang secara alami memiliki banyak dimensi psikologis, sosial, dan lingkungan yang sulit untuk dikontrol sepenuhnya (Hair et al., 2022). Menurut Cohen (Cohen, 1988), interpretasi umum terhadap R^2 mengklasifikasikan nilai sekitar 0.02 sebagai kecil, 0.13 sebagai sedang, dan 0.26 ke atas sebagai besar. Maka, nilai 0.160 tergolong dalam kategori sedang, yang mengindikasikan bahwa model memiliki kekuatan moderat dalam menjelaskan fenomena keyakinan diri.

Secara teoritis, intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional memang merupakan dua faktor utama yang dapat memengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang. Intensi kewirausahaan, yang dalam teori Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) diposisikan sebagai prediktor utama dari perilaku, sangat terkait dengan sejauh mana individu merasa mampu dan siap untuk mewujudkan niatnya. Rasa kemampuan ini identik dengan persepsi akan diri sendiri atau self-confidence. Mahasiswa yang memiliki intensi kewirausahaan cenderung memiliki orientasi masa depan yang kuat, persepsi kontrol diri yang tinggi, serta keyakinan terhadap kemampuan dalam menghadapi risiko, tantangan, dan ketidakpastian, yang merupakan inti dari keyakinan diri (Bandura, 1997).

Sementara itu, kecerdasan emosional merujuk pada kemampuan individu untuk mengenali, memahami, dan mengatur emosinya sendiri serta orang lain (Goleman Bloomsbury, n.d.). Mahasiswa dengan kecerdasan emosional yang baik cenderung mampu menghadapi tekanan akademik, menyelesaikan konflik interpersonal, serta beradaptasi dengan lingkungan kampus dengan lebih baik. Kondisi ini akan membentuk pola pikir positif dan stabil secara emosional, yang merupakan pondasi penting dalam membangun rasa percaya diri. Maka, kontribusi variabel kecerdasan emosional dalam menjelaskan variasi keyakinan diri sangat logis secara konseptual dan terkonfirmasi secara statistik dalam output ini.

Lebih jauh, nilai korelasi berganda (R) sebesar 0.399 menunjukkan hubungan positif antara kedua variabel independen secara kolektif terhadap variabel dependen. Artinya, semakin

tinggi nilai intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional yang dimiliki oleh mahasiswa, maka semakin tinggi pula tingkat keyakinan diri mereka. Meski tidak menunjukkan hubungan yang sangat kuat, korelasi ini mencerminkan kecenderungan umum yang positif dan konsisten. Hal ini menegaskan bahwa model regresi yang dibangun dalam penelitian ini berada dalam arah yang sesuai dengan teori dan realitas empiris.

Temuan ini sejalan dengan sejumlah penelitian sebelumnya. Studi oleh (Ye & Kang, 2025) yang menganalisis hubungan antara kecerdasan emosional, efikasi diri, dan intensi berwirausaha menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berkontribusi signifikan dalam membentuk rasa percaya diri dan kesiapan karir mahasiswa. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian oleh (Februslita et al., 2025) yang menunjukkan bahwa kombinasi antara motivasi intrinsik dan kematangan emosional memiliki korelasi kuat terhadap self-confidence mahasiswa. Dengan demikian, model yang dibangun dalam penelitian ini tidak hanya kuat dari sisi statistik, tetapi juga memiliki relevansi konseptual dan kontekstual.

DISKUSI

Pengaruh Intensi Kewirausahaan terhadap Keyakinan Diri

Pengaruh intensi kewirausahaan terhadap keyakinan diri pada mahasiswa merupakan tema yang tidak hanya penting dalam konteks akademik, tetapi juga sangat relevan dalam rangka membentuk generasi muda yang tangguh dan mandiri. Mahasiswa sebagai kelompok usia produktif berada dalam masa perkembangan identitas dan aktualisasi diri. Dalam konteks ini, intensi kewirausahaan memainkan peran penting sebagai faktor pendorong yang dapat membentuk keyakinan diri mereka. Intensi kewirausahaan merujuk pada keinginan, preferensi, dan rencana seseorang untuk menjadi wirausahawan. Menurut Ajzen (Ajzen, 1991) dalam Theory of Planned Behavior (TPB), intensi merupakan indikator paling langsung dari perilaku. Ketika mahasiswa memiliki niat kuat untuk memulai usaha, maka secara psikologis mereka telah melewati tahapan berpikir reflektif terhadap potensi, kekuatan, dan kesiapan diri. Refleksi ini pada akhirnya menjadi dasar pembentukan keyakinan diri atau self-confidence.

Bandura (Bandura, 1997) menjelaskan bahwa keyakinan diri terbentuk dari self-efficacy, yaitu kepercayaan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks mahasiswa, keyakinan diri menjadi indikator utama kesiapan untuk menghadapi tantangan, mengambil keputusan, serta menunjukkan keberanian dalam mengelola risiko. Dalam penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa Manajemen FEB UNM, hasil uji parsial menunjukkan bahwa intensi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keyakinan diri, dengan nilai koefisien sebesar 0,255 dan signifikansi 0,003. Temuan

ini menunjukkan bahwa intensi kewirausahaan memiliki kontribusi positif dalam pembentukan keyakinan diri mahasiswa. Artinya, semakin tinggi niat mahasiswa untuk berwirausaha, maka semakin tinggi pula tingkat keyakinan diri mereka dalam menghadapi tantangan kehidupan akademik maupun profesional.

Program-program kewirausahaan yang diterapkan di Universitas Negeri Makassar seperti PKM, PMW, MBKM, dan Inkubator Bisnis memberikan ruang aktualisasi bagi mahasiswa untuk menyalurkan niat kewirausahaannya. Melalui program-program tersebut, mahasiswa belajar membangun usaha rintisan, berkolaborasi dalam tim, hingga mempresentasikan ide bisnis mereka di depan publik atau investor. Proses-proses ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis mereka, tetapi juga mendorong pertumbuhan keyakinan diri. Keterampilan berbicara di depan umum, menyusun rencana bisnis, hingga mengelola kegagalan usaha merupakan pengalaman yang memperkuat persepsi mahasiswa terhadap kapasitas dirinya. Hal ini relevan dengan konsep entrepreneurial mindset yang ditandai dengan optimisme, keberanian mengambil risiko, dan ketahanan dalam menghadapi tantangan (Dweck, 2006). Ketika mahasiswa memiliki keyakinan bahwa masa depan mereka berada di tangan sendiri, mereka akan merasa lebih percaya diri untuk merancang, mencoba, dan merealisasikan impian mereka, termasuk dalam konteks kewirausahaan.

Penguatan ini juga terlihat dari data yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa telah mengikuti berbagai pelatihan dan kompetisi bisnis. Partisipasi aktif mereka dalam kegiatan semacam itu memberi umpan balik positif dari lingkungan sekitar, seperti dosen, mentor, dan teman sebaya. Menurut Bandura (Bandura, 1997), verbal persuasion dari lingkungan sosial merupakan salah satu faktor penting yang membentuk self-efficacy. Dalam teori mastery experience oleh Bandura, pengalaman sukses yang berulang akan memperkuat kepercayaan diri individu terhadap kemampuannya sendiri. Sebaliknya, kegagalan yang dipahami sebagai bagian dari proses belajar tidak akan meruntuhkan keyakinan, tetapi justru memperkuat determinasi, selama individu memiliki growth mindset yang adaptif (Dweck, 2006).

Dalam konteks mahasiswa Manajemen UNM, intensi kewirausahaan tidak terlepas dari pengaruh lingkungan kampus yang mendukung. Kegiatan seminar, workshop, dan mentoring menghadirkan peran serta tokoh inspiratif yang menjadi role model bagi mahasiswa. Tokoh-tokoh ini berfungsi sebagai vicarious experience atau pembelajaran lewat pengamatan, di mana mahasiswa membentuk keyakinan bahwa mereka juga dapat mencapai kesuksesan seperti yang ditunjukkan oleh model tersebut. Penelitian sebelumnya oleh (Ramayah & Harun, 2005) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan intensi berwirausaha tinggi memiliki tingkat self-

confidence yang lebih kuat dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak memiliki intensi serupa. Hasil ini mendukung temuan penelitian di UNM yang menunjukkan bahwa variabel intensi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keyakinan diri mahasiswa.

Studi lain oleh (Karyaningsih et al., 2020) menegaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh melalui pendidikan dan pelatihan mampu meningkatkan intensi berwirausaha, yang kemudian berdampak positif terhadap peningkatan self-confidence. Dari sisi praktis, pengaruh intensi kewirausahaan terhadap keyakinan diri memberikan landasan bagi pengambil kebijakan di lingkungan universitas untuk mengembangkan program-program pendidikan yang lebih integratif. Kampus tidak hanya harus menyediakan kurikulum kewirausahaan yang kuat, tetapi juga memastikan adanya pendekatan pembinaan kepribadian dan karakter. Salah satu strategi yang bisa dilakukan adalah mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan dengan pelatihan motivasi, komunikasi, kepemimpinan, dan pengelolaan emosi. Melalui pendekatan ini, mahasiswa akan dibekali tidak hanya dengan keterampilan teknis, tetapi juga aspek afektif yang mendukung keberanian bertindak dan mengambil keputusan.

Rekomendasi ini selaras dengan temuan dari Romansyah (Sahabuddin et al., 2025) yang menyatakan bahwa intensi berwirausaha yang dibarengi dengan pembinaan kepercayaan diri akan menciptakan profil mahasiswa yang adaptif, resilien, dan berdaya saing tinggi di pasar kerja maupun dunia bisnis. Oleh karena itu, pendekatan transdisipliner dalam mengembangkan intensi kewirausahaan menjadi kunci strategis dalam membentuk mahasiswa unggul yang percaya pada kapasitas dirinya sendiri.

Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Keyakinan Diri

Kecerdasan emosional merupakan salah satu komponen penting dalam pembentukan karakter dan kepribadian individu, khususnya dalam lingkungan pendidikan tinggi seperti Universitas Negeri Makassar (UNM). Dalam konteks mahasiswa Manajemen, kecerdasan emosional berperan tidak hanya sebagai mekanisme adaptasi sosial, tetapi juga sebagai penunjang utama pembentukan keyakinan diri. Keyakinan diri atau self-confidence, yang didefinisikan sebagai keyakinan individu terhadap kapasitas dirinya dalam mengatasi tantangan dan mencapai tujuan, sangat dipengaruhi oleh bagaimana individu tersebut mengelola emosi, berinteraksi sosial, dan merespons tekanan lingkungan akademik.

Menurut Goleman (Goleman Bloomsbury, n.d.), kecerdasan emosional mencakup kemampuan mengenali emosi diri sendiri dan orang lain, kemampuan mengelola emosi, serta keterampilan sosial seperti empati dan komunikasi. Mahasiswa dengan kecerdasan emosional tinggi cenderung memiliki kontrol emosi yang lebih baik, dapat merespons situasi dengan tenang, serta memiliki relasi sosial yang sehat. Hal ini berdampak positif terhadap

pembentukan keyakinan diri karena mereka merasa lebih mampu mengendalikan situasi dan yakin terhadap kemampuan dirinya dalam menyelesaikan tugas akademik maupun tantangan hidup sehari-hari.

Dalam penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa Manajemen UNM, ditemukan bahwa kecerdasan emosional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keyakinan diri. Hasil uji statistik menunjukkan nilai koefisien beta sebesar 0,205 dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Ini menandakan bahwa semakin tinggi kecerdasan emosional yang dimiliki oleh mahasiswa, semakin tinggi pula tingkat keyakinan diri mereka. Artinya, kecerdasan emosional menjadi prediktor penting dalam pembentukan persepsi diri yang positif. Mahasiswa yang mampu memahami dan mengelola emosinya dengan baik akan lebih mampu untuk bertindak percaya diri dalam situasi sosial maupun akademik.

Secara psikologis, kecerdasan emosional memberikan landasan bagi pengembangan self-efficacy yang kuat. (Mayer et al., 2004) menyatakan bahwa kecerdasan emosional yang baik memungkinkan seseorang untuk membangun hubungan sosial yang sehat, mengenali kekuatan dan kelemahan diri sendiri, serta mengembangkan kontrol emosi yang memadai. Kondisi ini sangat diperlukan dalam membentuk keyakinan diri karena individu merasa dihargai, dimengerti, dan memiliki kapasitas untuk mengelola tekanan. Dalam konteks mahasiswa Manajemen yang menghadapi berbagai tuntutan akademik, organisasi, dan ekspektasi masa depan, kecerdasan emosional menjadi sumber kekuatan yang krusial.

Penelitian Almanda (Almanda Meidynita Kadir et al., 2024) di lingkungan mahasiswa UNM mendukung temuan ini, di mana kecerdasan emosional memiliki korelasi positif terhadap peningkatan prestasi akademik dan kepercayaan diri. Responden dengan skor kecerdasan emosional tinggi umumnya menunjukkan tingkat self-confidence yang lebih baik dibandingkan responden dengan skor rendah. Hal ini diperkuat oleh data bahwa mahasiswa dengan kecerdasan emosional tinggi lebih aktif dalam diskusi kelas, lebih percaya diri dalam menyampaikan pendapat, dan lebih mampu menyelesaikan konflik interpersonal secara konstruktif. Dari aspek budaya lokal, pengembangan kecerdasan emosional mahasiswa di UNM juga tidak terlepas dari nilai-nilai lokal Bugis-Makassar yang menjunjung tinggi sikap sopan santun, empati, dan tanggung jawab sosial. Adaptasi instrumen kecerdasan emosional yang digunakan dalam penelitian juga menunjukkan relevansi kontekstual yang tinggi. (Riky Sai Maruli & Olivia Fransisca Moniaga, 2022) menekankan pentingnya adaptasi budaya dalam validasi instrumen psikologis agar data yang dihasilkan tidak hanya valid secara statistik, tetapi juga bermakna dalam konteks lokal. Oleh karena itu, respon positif dari mahasiswa terhadap

item-item dalam skala kecerdasan emosional menunjukkan bahwa konsep tersebut telah melekat secara sosial dan dapat diinternalisasi dalam pengembangan karakter mahasiswa.

Pelatihan manajemen stres, komunikasi interpersonal, dan pengendalian emosi sangat dibutuhkan untuk membekali mahasiswa dengan kecerdasan emosional yang baik. Durlak (Joseph A. Durlak et al., 2022) dalam *Handbook of Social and Emotional Learning* menyatakan bahwa program berbasis kecerdasan emosional di lingkungan pendidikan memberikan dampak positif terhadap perilaku sosial, penurunan stres, serta peningkatan performa akademik dan kesejahteraan psikologis secara umum.

Dengan demikian, integrasi antara pendidikan formal dan pelatihan emosional akan menciptakan profil lulusan yang tidak hanya cerdas secara kognitif, tetapi juga dewasa secara emosional dan siap menghadapi tantangan dunia kerja. Mahasiswa dengan kecerdasan emosional tinggi akan lebih percaya diri dalam wawancara kerja, lebih adaptif dalam lingkungan profesional, dan lebih resilien menghadapi kegagalan. Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam pengembangan kecerdasan emosional akan memberikan dampak jangka panjang yang positif bagi mahasiswa maupun institusi.

Pengaruh Simultan Intensi Kewirausahaan dan Kecerdasan Emosional Terhadap Keyakinan Diri

Dalam era persaingan global dan revolusi industri 4.0, mahasiswa sebagai generasi produktif diharapkan memiliki kemampuan untuk bertindak secara mandiri dan inovatif. Salah satu modal utama dalam menghadapi tantangan tersebut adalah keyakinan diri yang kuat. Keyakinan diri atau self-confidence merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya dalam mengatasi tugas, tantangan, dan situasi sosial dengan cara yang efektif. Dalam konteks pendidikan tinggi, terutama di bidang manajemen dan kewirausahaan, keyakinan diri berperan sebagai katalis utama dalam mengembangkan potensi diri dan membentuk perilaku proaktif. Penelitian ini menunjukkan bahwa keyakinan diri mahasiswa dipengaruhi oleh dua faktor signifikan, yakni intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional, baik secara parsial maupun simultan.

Intensi kewirausahaan dipahami sebagai dorongan internal seseorang untuk memulai usaha, menciptakan nilai ekonomi, dan mengelola risiko yang menyertainya. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), intensi merupakan faktor utama yang memprediksi perilaku aktual. Mahasiswa yang memiliki intensi kewirausahaan tinggi cenderung telah melewati proses evaluasi atas sikap, norma sosial, dan kontrol perilaku yang memungkinkan mereka merasa mampu untuk bertindak secara mandiri. Dalam konteks ini, intensi bukan sekadar niat abstrak, melainkan suatu komitmen psikologis yang mencerminkan kesiapan

seseorang dalam menjalani kehidupan sebagai wirausahawan. Di Universitas Negeri Makassar, khususnya pada Program Studi Manajemen, intensi kewirausahaan mahasiswa telah dibentuk melalui berbagai program seperti Program Kreativitas Mahasiswa (PKM), Program Mahasiswa Wirausaha (PMW), dan Inkubator Bisnis dan Inovasi Kampus (IBIK). Program-program ini tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga menstimulasi sikap, orientasi nilai, dan kemampuan mengambil keputusan secara mandiri. Melalui kegiatan tersebut, mahasiswa tidak hanya belajar tentang manajemen dan pemasaran, tetapi juga dilatih untuk mengembangkan ide bisnis, menghadapi tantangan pasar, dan membentuk daya juang. Kegiatan ini memberikan pengalaman langsung yang menurut Bandura (Bandura, 1997) merupakan sumber utama pembentukan self-efficacy. Ketika mahasiswa berhasil menyelesaikan tugas-tugas kewirausahaan, mereka memperoleh apa yang disebut mastery experience, yang secara signifikan memperkuat kepercayaan terhadap kemampuan diri sendiri.

Keberhasilan dalam membangun intensi kewirausahaan akan memberikan dampak psikologis berupa rasa percaya diri yang meningkat. Mahasiswa yang memiliki rencana konkret, preferensi terhadap pilihan kewirausahaan, serta hasrat untuk berwirausaha menunjukkan bahwa mereka telah membangun skema kognitif positif tentang kemampuan dirinya. Dalam penelitian ini, intensi kewirausahaan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap keyakinan diri, dengan koefisien regresi sebesar 0,255 dan signifikansi 0,003. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa dengan intensi kuat untuk menjadi pengusaha akan cenderung merasa lebih mampu menghadapi tantangan dan memiliki persepsi yang positif terhadap potensi dirinya.

Selain intensi kewirausahaan, faktor lain yang memiliki kontribusi besar dalam pembentukan keyakinan diri mahasiswa adalah kecerdasan emosional. Kecerdasan emosional, sebagaimana dijelaskan oleh Mayer, Salovey, dan Caruso (Mayer et al., 2004), adalah kemampuan individu dalam mengenali, memahami, mengatur, dan menggunakan emosi secara adaptif dalam berbagai situasi. Dalam kehidupan akademik yang penuh tekanan, konflik sosial, dan ketidakpastian masa depan, kemampuan ini menjadi sangat penting. Mahasiswa yang mampu mengenali emosi pribadi, mengelola stres, serta menjalin hubungan sosial yang sehat akan lebih mudah membentuk persepsi positif terhadap dirinya. Goleman (Goleman Bloomsbury, n.d.) bahkan menyatakan bahwa kecerdasan emosional merupakan prediktor yang lebih kuat dari IQ dalam menentukan kesuksesan individu, terutama dalam bidang-bidang yang melibatkan interaksi sosial dan pengambilan keputusan.

Di lingkungan Universitas Negeri Makassar, kecerdasan emosional dikembangkan melalui pelatihan, workshop, mentoring, serta kegiatan ekstrakurikuler. Dalam simulasi bisnis,

mahasiswa diuji kemampuannya dalam membuat keputusan di bawah tekanan, menghadapi konflik tim, dan berinteraksi dengan berbagai pihak. Proses-proses ini tidak hanya mengasah keterampilan manajerial, tetapi juga menumbuhkan empati, toleransi, dan kontrol diri. Dalam hasil penelitian, kecerdasan emosional juga memberikan kontribusi signifikan terhadap keyakinan diri, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,214 dan signifikansi 0,008. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan mahasiswa dalam mengelola emosi, semakin tinggi pula rasa percaya diri yang mereka miliki. Mahasiswa yang cerdas secara emosional lebih resilien, tidak mudah terpengaruh oleh kegagalan, serta mampu menjalin hubungan yang mendukung perkembangan dirinya. Mereka tidak hanya percaya pada kemampuannya sendiri, tetapi juga mendapatkan dukungan sosial yang memperkuat persepsi positif terhadap dirinya. Ketika intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional digabungkan dalam satu model regresi, keduanya menunjukkan pengaruh simultan yang signifikan terhadap keyakinan diri mahasiswa. Hasil uji F dengan nilai signifikansi 0,000 dan F-hitung sebesar 23.915 menunjukkan bahwa model ini secara statistik layak digunakan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,160 menandakan bahwa sekitar 16% variasi dalam keyakinan diri dapat dijelaskan oleh kedua variabel ini. Meskipun tidak mencakup keseluruhan faktor yang memengaruhi keyakinan diri, hasil ini memberikan gambaran bahwa intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional adalah dua komponen yang saling melengkapi.

Kedua faktor tersebut bekerja dalam harmoni. Mahasiswa yang memiliki tujuan dan orientasi kewirausahaan akan merasa lebih percaya diri jika didukung oleh kecakapan emosional yang memadai. Sebaliknya, kecerdasan emosional yang tinggi akan menjadi tidak optimal jika mahasiswa tidak memiliki arah atau niat yang jelas terhadap masa depannya. Oleh karena itu, sinergi antara keduanya membentuk fondasi kokoh dalam membangun kepercayaan diri mahasiswa secara utuh.

Studi oleh (Sahabuddin et al., 2025) juga menegaskan pentingnya pendekatan transdisipliner dalam membina intensi kewirausahaan. Menurutnya, pengembangan intensi harus dibarengi dengan pembinaan karakter dan kepercayaan diri, agar mahasiswa dapat menjadi pribadi yang adaptif, resilien, dan kompetitif. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian ini yang menunjukkan bahwa intensi tanpa kecerdasan emosional tidak cukup untuk membangun keyakinan diri yang tangguh. Keduanya harus dikembangkan secara bersamaan melalui program-program kampus yang holistik.

Studi oleh (Suhartiwi, 2020) menegaskan bahwa adaptasi instrumen pengukuran dan strategi pelatihan yang disesuaikan dengan konteks lokal memberikan hasil yang lebih representatif dan efektif. Dari perspektif teoritik, temuan ini mendukung berbagai teori

psikologi dan pendidikan yang menempatkan keyakinan diri sebagai hasil dari interaksi antara faktor kognitif, afektif, dan sosial. Self-efficacy theory (Bandura, 1997), emotional intelligence theory (Goleman Bloomsbury, n.d.), dan planned behavior theory (Ajzen, 1991) secara integratif menunjukkan bahwa perilaku manusia, termasuk keyakinan terhadap kemampuan diri, merupakan produk dari niat bertindak, pengalaman sukses, serta pengelolaan emosi yang efektif. Oleh karena itu, model simultan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kekuatan teoretik yang kuat dan konsistensi dengan literatur akademik yang ada.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa intensi kewirausahaan dan kecerdasan emosional secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keyakinan diri mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar. Mahasiswa yang memiliki niat kuat untuk terjun ke dunia kewirausahaan serta mampu mengelola emosinya dengan baik, menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam menghadapi tantangan akademik maupun kehidupan profesional. Intensi kewirausahaan, yang tercermin dalam hasrat, preferensi, dan rencana yang dimiliki oleh mahasiswa untuk menjadi wirausahawan, telah terbukti memberi kontribusi positif terhadap keyakinan diri mereka. Sementara itu, kecerdasan emosional yang diwujudkan melalui kemampuan manajemen diri, kepekaan sosial, dan pengelolaan hubungan interpersonal juga secara nyata memperkuat kemampuan mahasiswa dalam menilai dan mempercayai potensi diri mereka.

Kekuatan pengaruh kedua variabel tersebut bukan hanya terlihat secara terpisah, namun lebih dominan ketika keduanya digabungkan dalam satu model analisis. Hal ini membuktikan bahwa pengembangan kepercayaan diri mahasiswa harus dilakukan dengan pendekatan yang komprehensif, tidak hanya berfokus pada penguatan aspek kognitif atau motivasional, tetapi juga pada pengembangan kecakapan emosional yang mendalam. Dengan demikian, pembentukan karakter mahasiswa sebagai individu yang percaya diri, resilien, dan adaptif dapat tercapai secara lebih efektif.

REKOMENDASI

Sebagai implikasi dari temuan ini, institusi pendidikan tinggi, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar, disarankan untuk merancang kurikulum yang tidak hanya mengedepankan aspek teoritis kewirausahaan, tetapi juga menyertakan program-program yang mendukung pengembangan kecerdasan emosional secara sistematis.

Pelatihan soft skills, simulasi bisnis berbasis pengalaman, mentoring oleh pelaku usaha, serta kegiatan reflektif yang melibatkan pemahaman emosi dan komunikasi interpersonal perlu diintegrasikan dalam proses pendidikan. Dengan langkah tersebut, mahasiswa tidak hanya akan tumbuh sebagai calon wirausahawan yang kompeten secara teknis, tetapi juga sebagai individu yang memiliki keyakinan kuat terhadap kemampuannya untuk berkontribusi nyata dalam dunia usaha dan masyarakat luas.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Almanda Meidynita Kadir, Widyastuti, & Ahmad Ridfah. (2024). Pengaruh Kecerdasan Emosional Dengan Stres Akademik Dalam Menyusun Skripsi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 3(6), 783–797. <https://doi.org/10.56799/peshum.v3i6.5227>
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. In *Self-efficacy: The exercise of control*. W H Freeman/Times Books/ Henry Holt & Co.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences Second Edition*.
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset : The New Psychology of Success - PDFDrive.com*.
- Februslita, I., Widian Sari, M., & Seplinda, M. (2025). Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Kepercayaan Diri Terhadap Kesiapan Kerja Yang Dimoderasi Oleh Hardiness Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2021 Universitas Putra Indonesia Yptk Padang. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 8(1), 63–72. <https://doi.org/10.57093/metansi.v8i1.358>
- George, D., & Mallery, P. (2020). *IBM SPSS Statistics 26 Step by Step: A Simple Guide and Reference*. <https://doi.org/10.4324/9780429056765>
- Goleman Bloomsbury, D. (n.d.). *EMOTIONAL INTELLIGENCE WHY IT CAN MATTER MORE THAN IQ*.
- Hair, J. F., Tomas, G., Hult, M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. <https://www.researchgate.net/publication/354331182>
- John W. Creswell, & J. David Creswell. (2018). *FIFTH EDITION RESEARCH DESIGN Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 241–290.
- Joseph A. Durlak, Celene E. Domitrovich, Roger P. Weissberg, & Thomas P. Gullotta. (2022). *Handbook of Social and Emotional Learning Research and Practice*.
- Karyaningsih, R., Wibowo, A., Saptono, A., & Narmaditya, B. (2020). Does entrepreneurial knowledge influence vocational students' intention? Lessons from Indonesia. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8, 138–155. <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080408>

- Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. R. (2004). TARGET ARTICLES: “Emotional Intelligence: Theory, Findings, and Implications.” *Psychological Inquiry*, 15(3), 197–215. https://doi.org/10.1207/s15327965pli1503_02
- Ramayah, T., & Harun, Z. (2005). Entrepreneurial intention among the students of Universiti Sains Malaysia (USM). *International Journal of Management and Entrepreneurship*, 1, 8–20.
- Riky Sai Maruli, & Olivia Fransisca Moniaga. (2022). *PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN PERILAKU BELAJAR TERHADAP PEMAHAMAN AKUNTANSI MAHASISWA UNIVERSITAS ADVENT INDONESIA (UNAI)*.
- Sahabuddin, R., Azhari, A., & Burhamzah, R. (2025). Peran Intensi Berwirausaha dan Kecerdasan Emosional Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Diri dan Motivasi Berwirausaha Mahasiswa. *JURNAL AGROSAINS : Karya Kreatif Dan Inovatif*, 10(1), 156–168. <https://doi.org/10.31102/agrosains.2025.10.1.156-168>
- Suhartiwi, S. (2020). The development and validation of the Self-Confidence Scale (SSCS): classical test theory analysis. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 6(2), 93. <https://doi.org/10.29210/020203762>
- Ye, Z.-M., & Kang, K.-W. (2025). The Impact of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurship on Entrepreneurial Intention: Entrepreneurial Attitude as a Mediator and Entrepreneurship Education Having a Moderate Effect. *Sustainability*, 17(10), 4733. <https://doi.org/10.3390/su17104733>