

## Transformasi Identitas Diri dalam Proses Menjadi Wirausahawan: Studi Fenomenologi pada Mahasiswa

Rika Verawati<sup>1</sup>, Lovelly Dwindah Dahen<sup>2</sup>, Wati<sup>3</sup>, Nisha Selvia<sup>4</sup>, Citra Dwi Putri<sup>5</sup>

Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis<sup>1,2,3,4</sup>

Prodi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis<sup>5</sup>

Universitas PGRI Sumatera Barat

\*Corresponding author, e-mail: [rika.pekonstkip@gmail.com](mailto:rika.pekonstkip@gmail.com)

### ARTICLE INFO

Received 23 Oktober 2025

Accepted 16 Desember 2025

Published 18 Desember 2025

**Keywords:** Self-Identity,  
Entrepreneurship, Phenomenological  
Study

**DOI :**

<https://doi.org/10.24036/ecogen.v8.i4.32>

### ABSTRACT

Entrepreneurial identity has become a key concept in entrepreneurship literature. Previous research has focused more on quantitative dimensions, such as external factors influencing entrepreneurial intentions. This study aims to explore in-depth the experiences of college students in developing an entrepreneurial identity. This study used a qualitative approach with an interpretive phenomenological method, as it is considered the most appropriate method for exploring the lived experiences of participants in depth. The research subjects were students from various study programs who were active in campus entrepreneurial activities and independent businesses. Data were collected through in-depth semi-structured interviews and participant observation, allowing researchers to understand the participants' personal narratives. The research instruments consisted of interview guides and field notes, while the data analysis technique used the Interpretive Phenomenological Analysis method to identify key themes related to entrepreneurial identity transformation. The results show that students' self-identity transformation progresses through three main phases: the search for the meaning of entrepreneurship, the negotiation of identity with the social environment, and the internalization of entrepreneurial values. Key supporting factors include peer communities, entrepreneurial mentors, and business experience, while barriers arise from self-doubt, academic pressure, and limited resources. This research contributes to the enrichment of entrepreneurial identity theory by adding a phenomenological perspective on the process of self-identity transformation in college students.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author.

## PENDAHULUAN

Beragam wacana tentang kewirausahaan di kalangan mahasiswa mengindikasikan meningkatnya minat untuk berwirausaha, namun pengetahuan tentang bagaimana identitas kewirausahaan mahasiswa terbentuk dan berubah masih tertinggal dibanding studi berbasis niat atau *outcome* pembelajaran (Celuch, K., et al., 2017). Meningkatnya intensi dan aktivitas kewirausahaan kalangan mahasiswa, tetapi belum menyediakan penjelasan mikro mengenai pengalaman transformasional yang mereka alami dalam lintasan akademik-praktik (Nasir, 2025; Sangapan et al., 2025). Kesenjangan ini menegaskan perlunya telaah proses pembentukan identitas melalui kacamata pengalaman hidup mahasiswa yang sedang merintis usaha. Kurikulum kewirausahaan di perguruan tinggi terbukti berkorelasi positif dengan niat dan perilaku kewirausahaan (Dharmastutu et al., 2024; Effendi et al., 2021). Namun, studi ini kurang menelaah *identity work* sebagai mekanisme penghubung antara pengalaman belajar dan terbentuknya peran diri sebagai wirausahawan. Sementara itu, studi lain menunjukkan bahwa konstruksi identitas kewirausahaan tumbuh melalui praktik dan interaksi yang terstruktur di dalam kegiatan berbasis proyek (Wicaksono et al., 2025). Dengan demikian, terdapat jarak teoretik antara bukti efektivitas pedagogi dan pemahaman tentang perubahan identitas pada pelaku yang masih berstatus mahasiswa.

Penelitian terdahulu mengenai identitas kewirausahaan menegaskan bahwa identitas seorang wirausahawan bukanlah sesuatu yang bersifat tunggal atau tetap, melainkan entitas yang selalu berubah, dipengaruhi interaksi sosial, dan terbentuk melalui berbagai lapisan pengalaman. Identitas kewirausahaan adalah hasil dari proses negosiasi sosial yang berlangsung secara terus-menerus, di mana individu harus menyeimbangkan peran, harapan, dan nilai yang berasal dari lingkungan sekitar dengan aspirasi pribadi (Pratama et al., 2025; Pratiwi et al., 2024). Hal ini berarti seorang wirausahawan tidak hanya membangun citra diri berdasarkan kemampuannya sendiri, tetapi juga harus menegosiasikan pengakuan, legitimasi, serta dukungan dari komunitas, pasar, dan pemangku kepentingan lain. Sejalan dengan itu, proses pembentukan identitas sangat erat kaitannya dengan kemampuan individu dalam merefleksikan pengalaman, menautkan makna, serta menyusun cerita diri. Narasi pribadi menjadi sarana penting bagi wirausahawan untuk memahami perjalanan mereka, sekaligus membangun legitimasi atas peran dan identitas yang sedang dibentuk (Sangapan et al., 2025; Tanoto, 2024; Sidebang et al., 2024). Narasi ini tidak hanya merekam pencapaian dan kegagalan, tetapi juga mengartikulasikan nilai, motivasi, dan orientasi masa depan. Walaupun literatur telah memperlihatkan pentingnya refleksi pengalaman dan narasi dalam pembentukan identitas, masih terdapat keterbatasan bukti empiris yang kuat mengenai bagaimana proses tersebut berlangsung secara khusus pada mahasiswa yang berada dalam fase transisi menjadi pendiri usaha. Kekosongan ini menandai adanya ruang penelitian yang signifikan, yakni untuk mengungkap pengalaman langsung mahasiswa dalam mengartikulasikan dan menginternalisasi identitas kewirausahaan di tengah dinamika pendidikan tinggi.

Transformasi identitas mahasiswa dalam proses menjadi wirausahawan digerakkan oleh dinamika siklus bertindak dan merefleksi yang berlangsung dalam kondisi penuh ketidakpastian. Dalam situasi ini, mahasiswa dituntut untuk tidak hanya mengandalkan rencana

yang kaku, tetapi juga menyesuaikan langkah mereka dengan sumber daya yang dimiliki serta peluang yang terbuka di lingkungan sekitar. Logika efektivitas berperan penting, karena mahasiswa belajar untuk menggunakan apa yang tersedia, mengelola risiko pada batas kerugian yang masih dapat diterima, serta membangun jejaring kolaboratif yang strategis dengan pihak-pihak terkait. Setiap tindakan yang mereka lakukan disertai refleksi kritis terhadap hasil maupun proses, sehingga membentuk siklus belajar yang berulang dan berkesinambungan. Pola ini membantu mahasiswa mengembangkan kapasitas adaptif sekaligus memperkuat keyakinan diri mereka sebagai calon wirausahawan yang mampu bertahan di tengah dinamika pasar yang tidak pasti (Paratama & Wardan, 2025).

Di samping itu, proses pembentukan identitas kewirausahaan juga sangat dipengaruhi oleh kebutuhan mahasiswa untuk memperoleh legitimasi dari lingkungan sosial. Legitimasi tersebut diwujudkan melalui penyusunan narasi identitas yang unik dan autentik, tetapi tetap dapat diterima oleh audiens kunci seperti mentor, rekan sebaya, pelanggan, maupun investor kecil. Penelitian yang dilakukan oleh Fauchart & Gruber (2011) menyebutkan *Entrepreneurial Identity* dan Motivasi Sosial. Fokus penelitian yang dilakukannya adalah: Mengidentifikasi bagaimana identitas self-image (darimata seorang wirausaha memandang dirinya) terbentuk dalam konteks sosial. Hasil utama yang di dapat menyatakan identitas wirausaha terbentuk melalui interaksi individu dengan kelompok rujukan (*community of practice*).

Kebutuhan legitimasi sosial memengaruhi bagaimana mahasiswa atau calon wirausaha memposisikan diri dan membangun narasi kewirausahaan (misalnya sebagai “inventor”, “optimizer”, atau “communitarian”). Semakin kuat kebutuhan penerimaan sosial, semakin besar kecenderungan seseorang mengadopsi nilai dan norma kelompok yang dianggap “sah” bagi wirausaha. Kontribusi yang dihasilkan menunjukkan bahwa identitas kewirausahaan bukan hanya faktor psikologis, tetapi juga produk sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Navis & Glynn (2011) menyatakan bahwa legitimasi sebagai dasar identitas *entrepreneurial ventures*. Fokus penelitian menghasilkan peran legitimasi dalam tahap awal pembentukan identitas wirausaha dan perusahaannya. Hasil kajian menemukan *venturers* membutuhkan *cognitive legitimacy* (orang lain memahami apa yang mereka lakukan) dan *sociopolitical legitimacy* (dukungan sosial yang lebih luas). Calon wirausaha membentuk identitasnya melalui narasi yang “masuk akal” bagi lingkungan sosial. Identitas yang dianggap tidak legitimate oleh lingkungan akan sulit bertahan dan memengaruhi niat berwirausaha. Kontribusi: Menegaskan bahwa legitimasi sosial adalah “mata uang simbolis” yang membentuk identitas awal wirausaha.

Narasi ini berfungsi sebagai media untuk menegaskan jati diri kewirausahaan sekaligus membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata orang lain (Maskuri et al., 2023). Dalam konteks pendidikan tinggi, proyek kewirausahaan di kelas atau program inkubasi bisnis menyediakan ruang yang memungkinkan mahasiswa menegosiasikan peran mereka secara nyata (Solehudin, 2022). Arena tersebut bukan hanya tempat praktik keterampilan teknis, tetapi juga wadah bagi mahasiswa untuk mengalami langsung pergeseran identitas dari sekadar peserta didik menjadi aktor wirausaha yang aktif. Dengan demikian, transformasi identitas kewirausahaan mahasiswa dapat dipahami sebagai proses sosial dan reflektif yang berlangsung

dalam interaksi antara tindakan nyata, refleksi diri, serta pengakuan dari lingkungan yang relevan.

Urgensi penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam dua ranah utama, yaitu teoretis dan praktis kebijakan. Pada ranah teoritis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai identitas kewirausahaan dengan menawarkan model proses yang berfokus pada populasi mahasiswa. Kelompok ini menjadi penting karena berbagai survei global menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah mahasiswa yang terlibat dalam aktivitas kewirausahaan, namun mekanisme transformasi identitas mereka masih belum sepenuhnya terungkap secara jelas. Pada ranah praktis kebijakan, temuan penelitian ini memberikan landasan yang kuat bagi pengembangan kurikulum serta layanan inkubasi bisnis yang menempatkan pembentukan identitas sebagai fokus utama, bukan hanya sekadar transfer pengetahuan atau keterampilan teknis. Pendekatan tersebut memungkinkan perguruan tinggi dan pemangku kebijakan untuk merancang intervensi yang lebih responsif terhadap kebutuhan wirausahawan muda.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi interpretatif karena paling tepat untuk menyingkap dan menafsirkan pengalaman hidup partisipan secara mendalam. Orientasi fenomenologis memusatkan perhatian pada makna yang dilekatkan mahasiswa terhadap peristiwa-peristiwa kunci dalam perjalanan berwirausaha, sedangkan dimensi interpretatif menekankan proses penafsiran peneliti atas narasi yang disampaikan partisipan. Subjek penelitian adalah mahasiswa dari berbagai program studi yang aktif dalam ekosistem kewirausahaan. Pemilihan responden dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling. Pemilihan mahasiswa berdasarkan kriteria keterlibatan mahasiswa dalam kewirausahaan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dan observasi partisipatif untuk menangkap narasi personal sekaligus praktik nyata yang mengiringinya. Wawancara berfokus pada momen pemicu, strategi menghadapi ketidakpastian, penegasan peran, serta interaksi dengan lingkungan pendukung, sementara observasi diarahkan pada situasi pembelajaran dan aktivitas usaha sehari-hari. Instrumen penelitian meliputi pedoman wawancara yang memastikan keterarahan topik sekaligus memberi ruang eksplorasi makna dan catatan lapangan yang merekam konteks, ekspresi nonverbal, serta refleksi peneliti. Analisis data menggunakan *Interpretative Phenomenological Analysis (IPA)* dengan langkah-langkah bertahap: pembacaan berulang transkrip, penandaan unit makna, perumusan tema-tema, dan sintesis pola lintas kasus. Prosedur ini menghasilkan tema utama mengenai transformasi identitas kewirausahaan mahasiswa, yang ditopang kutipan representatif dan jejak analitik yang transparan, sehingga temuan dapat dipertanggungjawabkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan dalam penelitian ini bahwa transformasi identitas kewirausahaan pada mahasiswa dimulai dari fase pencarian makna yang dipicu oleh rangsangan eksternal seperti

tugas berbasis proyek, keikutsertaan komunitas kewirausahaan, teladan keluarga pengusaha, atau peluang pasar di sekitar kampus.

Transformasi identitas diri mahasiswa terjadi melalui interaksi antara pengalaman kewirausahaan, lingkungan kampus, dan refleksi personal. Proses ini dimulai dari identitas awal sebagai mahasiswa yang fokus pada akademik. Paparan terhadap ekosistem kewirausahaan seperti program inkubasi, kompetisi bisnis, mentor, dan komunitas bertindak sebagai pemicu yang mendorong mahasiswa memasuki fase eksplorasi. Dalam fase ini, mahasiswa mencoba berbagai aktivitas bisnis, mengalami kegagalan maupun keberhasilan, dan membangun makna baru mengenai diri mereka. Proses internalisasi ini kemudian menghasilkan identitas baru sebagai wirausahawan muda, ditandai dengan peningkatan kepercayaan diri, kemampuan mengambil risiko, dan terbentuknya orientasi kewirausahaan yang lebih baik. Identitas kewirausahaan mulai bergerak ketika mahasiswa mengalami momen pemicu dan melakukan eksperimen berbiaya terbatas. Partisipan P7 menyatakan:

“Saya mulai berjualan bukan karena yakin seratus persen, tetapi karena punya bahan sisa proyek kelas. Saya pikir, ruginya masih bisa saya tanggung jika tidak laku.”

Pola bertindak merefleksi ini konsisten dengan logika efektivasi pada populasi mahasiswa, dimana keputusan didorong oleh sumber daya yang dimiliki dan batas kerugian yang dapat diterima ketimbang rencana kausal jangka panjang. Sejalan dengan banyak studi terkini yang menekankan pentingnya eksposur langsung terhadap konteks kewirausahaan sebagai katalis identitas (Panjaitan et al., 2025). Eksposur pengalaman kewirausahaan nyata mendorong mahasiswa membentuk identitas wirausaha melalui proses refleksi dan narasi diri. Selain itu, penelitian eksploratif mengenai pengalaman wirausahawan muda menegaskan bahwa praktik langsung dan refleksi merupakan elemen fundamental dalam pembentukan mindset kewirausahaan (Susilowati et al., 2024). Dalam konteks Indonesia, pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa juga memperlihatkan bahwa pengalaman nyata usaha memperkuat efikasi diri, memperjelas konsep diri, dan memperkuat motivasi intrinsik (Parida et al., 2025). Konsep yang berdekatan dengan bagaimana kegagalan terkendali menyajikan data untuk menata ulang ekspektasi identitas.

Walaupun banyak kesesuaian antara hasil penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, ada pula perbedaan nuansa penting yang perlu dicermati. Sebagai contoh, sebagian studi kuantitatif tentang identitas kewirausahaan menempatkan self-efficacy dan harapan hasil sebagai prediktor langsung dari intensi berwirausaha, sementara identitas berfungsi sebagai mediator (Rossanty et al., 2024). Hanya saja, model model ini lebih dinamis: identitas bukan sekadar mediator statis, melainkan objek yang terus ditata ulang melalui eksperimen berbiaya terbatas dan umpan balik lingkungan. Selanjutnya, penelitian lain juga menunjukkan bahwa identitas kewirausahaan bisa naik atau turun tergantung konteks dan pengalaman baru (Sangapan et al., 2025). Ini menguatkan bahwa transformasi identitas bukan garis lurus progresif, melainkan siklik dan bernaung di bawah identitas akademik atau sosial. Di sisi lain, ada literatur yang menyoroti hambatan struktural seperti dukungan institusional dan modal lingkungan, misalnya dukungan universitas atau ekosistem kewirausahaan yang kurang

eksplisit muncul dalam narasi tahap awal identitas. Padahal studi juga menemukan bahwa persepsi dukungan universitas signifikan memoderasi hubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan dan niat berwirausaha (Carina et al., 2024).

Temuan ini memperkuat argumen bahwa identitas kewirausahaan bukanlah sifat bawaan atau instan, melainkan konstruk dinamis yang dirajut melalui pengalaman praktis dan umpan balik lingkungan. Meski demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa proses transformasi identitas rentan terhadap hambatan internal maupun eksternal, sehingga perlu diperkuat dengan peran institusi pendidikan, dukungan ekosistem, dan mekanisme mentoring.

Fase negosiasi identitas dan pencarian legitimasi ditandai oleh upaya sistematis mahasiswa untuk menyeimbangkan kekhasan usaha dengan penerimaan oleh audiens kunci: mentor, rekan sebaya, pelanggan awal, dan pengelola inkubasi. Mahasiswa menegosiasikan identitasnya melalui *identity work* yang menyeimbangkan kekhasan dengan penerimaan audiens kunci. Partisipan P3 menuturkan,

“Kami brand-nya beda, tetapi kami tetap pakai standar kemasan yang diakui supaya toko mau titip jual.”. Strategi “unik namun sah” itu tampak pada pemilihan nama usaha, narasi pitch, dan penataan etalase digital, yang mendorong validasi dari mentor, rekan sebaya, dan pelanggan awal.

Temuan bahwa mahasiswa secara aktif menegosiasikan identitas dan mencari legitimasi melalui narasi usaha, bukti kemajuan, serta pengakuan dari mentor dan pelanggan, didukung oleh penelitian Rahmayanti et al. (2025) yang menunjukkan bahwa dukungan institusi dan validasi sosial menjadi faktor utama dalam pembentukan identitas kewirausahaan. Perubahan identitas dari mahasiswa menjadi pengusaha terjadi ketika mahasiswa mampu membangun kepercayaan sosial dan memperoleh peluang nyata dalam praktik kewirausahaan (Susanti, 2024). Fase internalisasi nilai dan stabilisasi praktik dalam penelitian ini selaras dengan pandangan bahwa identitas kewirausahaan tumbuh melalui pengakuan sosial dan penerapan nilai dalam aktivitas sehari-hari. Meskipun hasil penelitian ini mendukung temuan sebelumnya, terdapat perbedaan penting dalam dinamika transformasi identitas. Arianto dan Masnawati (2022) menemukan bahwa konflik identitas antara peran mahasiswa dan pengusaha sering kali berlangsung lama karena lemahnya dukungan eksternal di awal proses. Sebaliknya, dalam penelitian ini mahasiswa relatif cepat memperoleh legitimasi melalui strategi komunikasi dan pencapaian terukur seperti legalitas usaha dan testimoni pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung di ruang inkubasi dan interaksi intensif dengan mentor mempercepat pembentukan identitas wirausaha.

Lintasan bertindak-merefleksi yang didukung pengambilan keputusan awal berdasarkan sumber daya yang ada, kolaborasi oportunistik, dan batas kerugian yang dapat diterima sesuai dengan temuan dalam studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa prinsip efektivitas memfasilitasi pengembangan sikap kewirausahaan, kemampuan adaptasi, dan kreativitas mahasiswa dalam merespons ketidakpastian, serta bahwa pendidikan kewirausahaan membantu mahasiswa menggunakan sumber daya yang ada dan menghadapi ketidakpastian dengan eksperimentasi (Firdaus & Rush, 2024). Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya fokus pada niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) sebagai variabel terukur yang

melibatkan self-efficacy, pendidikan kewirausahaan, dan kreativitas (Samsuria & Lukiastuti, 2024) Penelitian ini memperdalam aspek tindakan kecil melalui percobaan penjualan sederhana dan feedback nyata sebagai trigger legitimasi diri serta transformasi intensi ke perilaku nyata, yang relatif jarang digambarkan dalam studi survei skala besar. Partisipan P11 mencatat,

“Setiap hari saya menulis ulang pengalaman yang saya alami di tempat saya bekerja, mencatat nama-nama pelanggan, dan merapikan unit economics. Lama-lama saya merasa memakai identitas pendiri, bukan sekadar tugas kuliah.”. Kegiatan berbasis aksi bertindak sebagai identity workspace yang memfasilitasi refleksi, penautan makna, dan pengujian peran, konsisten dengan kajian identitas kewirausahaan terkini pada berbagai setting pendidikan tinggi.

Penelitian ini mengungkap bahwa transformasi identitas diri mahasiswa menjadi wirausahawan adalah sebuah proses dinamis dan mekanis. Identitas tidak muncul hanya dari niat atau motivasi, tetapi terwujud melalui rangkaian keputusan kecil, refleksi terhadap feedback nyata, adaptasi tujuan, dan penguatan komitmen. Skema efektivasi terbukti sebagai kerangka teoritis yang relevan dalam menjembatani pengalaman empiris mahasiswa dengan pembentukan niat dan tindakan kewirausahaan. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mendukung mahasiswa menjadi wirausahawan, intervensi tidak cukup sekedar memperkuat niat atau menanamkan teori, melainkan harus menciptakan ruang untuk eksperimen awal, feedback nyata, refleksi, dan penyesuaian tujuan (micro-cycles). Implikasi praktisnya adalah bahwa pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi harus dirancang sedemikian rupa agar mahasiswa diposisikan sebagai aktor eksperimen. Memanfaatkan sumber daya terbatas, menerima risiko kecil, menjalin kolaborasi oportunistik agar identitas wirausahawan benar-benar berkembang menjadi perilaku yang terukur.

## SIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa transformasi identitas kewirausahaan mahasiswa berlangsung sebagai lintasan prosedural yang berlapis dan terukur, ditopang oleh tiga tema kunci: pencarian makna dan pemicu awal, negosiasi identitas dan pencarian legitimasi, serta internalisasi nilai dan stabilisasi praktik. Fase pertama memperlihatkan bagaimana paparan tugas berbasis proyek, komunitas kewirausahaan, teladan keluarga, atau peluang pasar mendorong eksperimen berbiaya terbatas. Fase kedua menunjukkan bahwa penguatan identitas tidak terjadi di ruang hampa, melainkan melalui kerja identitas yang menyeimbangkan kekhasan dengan penerimaan audiens kunci. Mahasiswa secara sistematis mengonstruksi narasi asal-usul, memformulasikan proposisi nilai, dan menyusun isyarat legitimasi kemas yang sesuai standar, testimoni, legalitas dasar, dan metrik traksi—sembari mengelola batas peran antara “mahasiswa” dan “pendiri”. Interaksi berulang di kelas proyek, klinik bisnis, dan lokakarya berperan sebagai arena uji publik atas klaim identitas. Ketika “legitimasi minimum” tercapai, transisi menuju fase ketiga dimungkinkan: nilai yang semula diproklamasikan di internalisasi ke dalam rutinitas ritme produksi, respons layanan, pencatatan keuangan serta dikodifikasi menjadi prosedur sederhana dan heuristik keputusan. Kontribusi teoretik penelitian ini setidaknya tiga. Pertama, penelitian ini mengklarifikasi mekanisme penghubung antara niat dan perilaku kewirausahaan

melalui lintasan bertindak merefleksi berbasis efektivitas, melampaui penjelasan berbasis survei yang statis. Kedua, temuan memerinci paradoks “legitimate distinctiveness” dalam fase mikro: identitas yang khas justru memperoleh pengakuan ketika disajikan melalui isyarat yang dapat dibaca institusi. Ketiga, penelitian menempatkan inkubator dan ruang kelas berbasis aksi sebagai “identity workspace” yang menyediakan skafolding sosial-epistemik untuk merumuskan, menguji, dan mengkalibrasi identitas pendiri. Implikasi praktisnya, kurikulum perlu merancang pengalaman tindakan-refleksi yang terstruktur, menyediakan perangkat legitimasi dini (template kemasan, standar kualitas, panduan legalitas), dan mengintegrasikan metrik proses (traksi, konsistensi layanan) sebagai indikator kemajuan identitas.

## REFERENSI

- Arianto, A., & Masnawati, E. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Dalam Berwirausaha Di Indonesia. *Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(2), 433-443.
- Carina, T., Wibawa, I. W. S., & Yani, N. W. M. N. (2024). Peran Moderasi Perceived University Support dalam Pengaruh Proactive Personality terhadap Entrepreneurial Intention. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 274-289.
- Celuch, K., Bourdeau, B., & Winkel, D. (2017). *Entrepreneurial Identity: The Missing Link for Entrepreneurship Education*. *Journal of Entrepreneurship Education*, 20(2).
- Dharmastuti, C. F., Lembana, D. A. A., & Sustaningrum, R. (2024). Membina wirausahawan masa depan: Peran inkubator bisnis dalam membentuk niat berwirausaha di perguruan tinggi. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 24(1), 31-44.
- Effendy, F., Awalludin, D., Hurriyati, R., Disman, D., Sultan, M. A., Nugraha, S., & Suhono, S. (2021). Dampak Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Wirausaha Mahasiswa dengan Pendekatan Model TPB. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 195-202.
- Firdaus, M. I. N., & Rush, D. I. (2024). Peran Orientasi Kewirausahaan Pada Pembelajaran Dalam Meningkatkan Kreativitas Lulusan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).
- Maskuri, A., Iswahyuni, R., & Serli, M. L. (2023). Urgensi Sosial Media Dalam Membangun Personal Branding Inovasi Wirausaha. In *Prosiding Seminar Nasional Kemahasiswaan* 1(1), 88-92.
- Nasir, N. (2025). Peran Edukasi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Pajak dan Manajemen*, 8(1), 43-52.

- Panjaitan, L. R., Brutu, M. M., & Sitompul, D. (2025). Peran Komunitas Belajar Kewirausahaan Dalam Pengembangan Keterampilan Adaptif Dan Jaringan Profesional pada Masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 5(1), 49-61.
- Paratama, D., & Wardan, W. (2025). Strategi Pengembangan Kewirausahaan dalam Membentuk Karakter Mahasiswa Untuk Menghadapi Tantangan dalam Berbisnis UMKM. *Journal of Modern Social and Humanities*, 1(1), 7-12.
- Parida, R., Permana, P., & Muthmainah, N. (2025). Efikasi diri, motivasi, dan prestasi: studi eksploratif pada mahasiswa. *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 11(1), 161-170.
- Pratama, M. V., Susanto, E., Khalefi, A. T. G., & Aptawidiyadhana, Y. B. (2025). Peran Lingkungan dan Pengalaman Proses Harapan dan Usaha dalam Pembentukan Jati Diri. *Kajian Administrasi Publik dan ilmu Komunikasi*, 2(1), 93-102.
- Pratiwi, T. I., AS, U. S., Supriatna, M., & Nadhirah, N. A. (2024). Analisis kebutuhan perencanaan karir berbasis aspirasi karir mahasiswa: Studi literatur. *Indonesian Journal of Educational Counseling*, 8(1), 114-129.
- Rahmayanti, P. L. D., Purba, I. A. P. L., Juliartini, K., & Buditama, W. S. P. (2025). Memberdayakan Kewirausahaan Sosial: Peran Pengalaman Kerja Sosial, Dukungan Universitas, Empati, dan Efikasi Diri dalam Membentuk Niat Berwirausaha. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 21(2), 60-77.
- Rossanty, N. P. E., Wirastuti, W., & Nunu, A. A. R. (2024). Membangun Intensi Kewirausahaan: Peran Efikasi Diri dalam Konteks Pendidikan Kewirausahaan dan Stereotip Gender di Morowali: Building Entrepreneurial Intention: The Role of Self-Efficacy in the Context of Entrepreneurship Education and Gender Stereotypes in Morowali. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 6(1), 44-57.
- Samsuria, I. K., & Lukiastruti, F. (2024). Niat Wirausaha Sosial: Peran Prioritas Pengalaman, Self-Efikasi Wirausaha Sosial, Dan Keamanan Finansial. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 227-240.
- Sangapan, L. H., Paryanti, A. B., & Manurung, A. H. (2025). Eksplorasi Pengalaman Wirausahawan Muda dalam Mewujudkan Entrepreneurial Mindset di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 3(1), 36-43.
- Sidebang, L. K., Pangaribuan, S. V., Munthe, F. N. Y., & Lubis, P. K. D. (2024). Analisis Karakter Mahasiswa dalam Berwirausaha. *Economic Reviews Journal*, 3(4), 1109-1120.

- Solehudin, R. H. (2022). Pendidikan Entrepreneurship Berbasis Karakter Religius Menuju Transformasi Sosial Berkemajuan. *Inovasi Pendidikan dalam Multi Perspektif*, 182.
- Susanti, W. F. E. (2024). Pendidikan Kewirausahaan Sebagai Penggerak Niat Berwirausaha Mahasiswa Di Era Digital. *Jebital: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 16-24.
- Susilowati, C., Ismail, T., Barinta, D. D., Abanan, M. Z. R., & Aini, M. F. (2024). Strategi Pengembangan Kreativitas Dan Pengenalan Mindset Wirausaha Di Lingkungan Pendidikan Dasar. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1.1), 171-176.
- Tanoto, S. R., & Setiawan, R. (2024). Edukasi Kewirausahaan Untuk Mempersiapkan Calon Wirausahawan Muda. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 3(12), 1277-1286.
- Wicaksono, A., Suharson, A., Wibisono, A., Ambarwati, L., Syaflan, M., & Yulianto, P. D. (2025). Pendidikan Seni melalui Inovasi Desain, Kewirausahaan, dan Pemasaran Produk Kerajinan Bambu di Kalurahan Bawuran. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 10(1), 460-466.