

**PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI  
BERWIRAUSAHA, DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA**

<sup>1</sup>Neni Widyawati, <sup>2</sup>Aniek Widiarti\*, <sup>3</sup>Rizal Fahmi

<sup>1</sup>Universitas Islam Syekh-Yusuf, Kota Tangerang

<sup>2</sup>Universitas Islam Syekh-Yusuf, Kota Tangerang

<sup>3</sup>Universitas Islam Syekh-Yusuf, Kota Tangerang

*Email: awidiarti@unis.ac.id*

---

---

**Abstrak**

Kewirausahaan merupakan salah satu kegiatan yang menjadi perhatian penting, sebab dapat mengembangkan pertumbuhan sosio-ekonomi suatu negara dan dapat mengurangi jumlah pengangguran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana pengaruh secara parsial pembelajaran kewirausahaan, motivasi berwirausaha, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah 227 mahasiswa FKIP UNIS Tangerang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple random sampling* dengan jumlah 145 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yaitu berupa angket melalui *Google Form* dan wawancara. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26.0. Adapun hasil penelitian hipotesis pertama dari hasil uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hipotesis kedua menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hipotesis ketiga menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

**Kata Kunci:** Pembelajaran Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Penggunaan Media Sosial, Minat Berwirausaha.

---

---

**1. Pendahuluan**

Kewirausahaan merupakan salah satu kegiatan yang telah menjadi perhatian penting untuk mengembangkan pertumbuhan sosio-ekonomi terhadap suatu negara (Mahanani & Sari, 2018). Terlebih pada era ini, sebab setiap individu mempunyai kebutuhan sehari-hari yang semakin bertambah banyak, maka seiring perkembangan zaman manusia

dituntut untuk selalu bekerja agar memiliki pengasilan, oleh sebab itu setiap individu perlu bekerja sebagai karyawan ataupun sebagai wirausahawan (Darwis et al., 2021; Anugerah, 2021). Hal ini mengharuskan setiap individu mengembangkan *skills* yang dimiliki dalam dirinya dari berbagai aspek baik dari segi pendidikan, ekonomi atau aspek lainnya agar lebih berkompeten.

Namun, hal demikian tidak lah mudah dilakukan karena Indonesia mengalami pandemi covid-19. Pandemi covid-19 mengubah semua pola kehidupan mulai dari sektor pendidikan, ekonomi, sosial, budaya dan lainnya salah satunya yang terdampak adalah sektor ekonomi. Oleh sebab itu, banyak pekerja di penjuru dunia diberhentikan secara massal (PHK) dan sejumlah besar pengusaha gulung tikar karena penghasilannya sangat menurun semenjak munculnya virus covid-19 hingga saat ini (Anugerah, 2021).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia tercatat jumlah pengangguran terbuka pada bulan Februari 2020 sebesar 6,73 juta orang dengan persentase 4,94%. Namun pada bulan Februari 2021 tercatat bahwa pengangguran meningkat menjadi 8,75 juta orang dengan persentase 6,26%. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada bidang pendidikan Diploma/Universitas masih dikatakan tinggi dengan persentase 6,98%. Data tersebut membuktikan bahwa lulusan perguruan tinggi masih banyak yang belum memiliki pekerjaan. Menurut Christianingrum & Rosalina (2017) menyatakan misi pemerintah tidak dapat terlaksana dengan maksimal karena sebagian besar mahasiswa lulusan perguruan tinggi dominan tertarik untuk mencari kerja (*job seeker*), hal ini disebabkan perguruan tinggi mengimplementasikan sistem pembelajaran yang hanya untuk mempersiapkan output mahasiswanya agar segera lulus sesuai dengan keterampilannya dibandingkan

menyiapkan lulusan yang siap menciptakan lapangan kerja. Perguruan tinggi setiap tahunnya banyak meluluskan mahasiswa sehingga jumlah pengangguran lulusan diploma/sarjana semakin meningkat (Dewi & Subroto, 2020).

Salah satu cara yang digunakan untuk memperkecil jumlah pengangguran yaitu melalui kegiatan berwirausaha dan menjadi pengusaha, sebab cara tersebut merupakan solusi yang tepat dalam mengatasi pengangguran (Amiruddin, 2021). Kegiatan wirausaha akan dapat membangkitkan perekonomian suatu negara sehingga mampu menciptakan lapangan kerja dan bisa meningkatkan pendapatan untuk negara (Darwis et al., 2021). Maka penting bagi negara membutuhkan peranan pelaku usaha handal, salah satunya wirausahawan muda karena akan mendukung keberhasilan pembangunan nasional (Hendrawan & Hani, 2017; Mardisetosa et al., 2020). Oleh sebab itu, mahasiswa merupakan target pertama untuk mengembangkan minat berwirausaha di Indonesia (Listiwati et al., 2020).

Menurut Budiman et al., (2019) dalam Global Entrepreneur Monitor (GEM), menyatakan negara dapat berkembang maju apabila mempunyai wirausahawan idealnya sebesar 5% dari total penduduknya. Berdasarkan info yang dikeluarkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM yang dilansir di laman kemenkopukm.go.id bahwa rasio kewirausahaan di Indonesia pada tahun 2021 sebesar 3,47%. Walaupun rasio wirausaha di Indonesia telah mencapai

standar internasional sebesar 2%, namun ternyata masih dibawah rata-rata atau dikatakan rendah jika dibandingkan dengan negara-negara maju di ASEAN seperti Thailand dengan rasio wirausaha sebesar 4,26%, Malaysia 4,74%, dan Singapura 8,76%. Hal ini menunjukkan bahwa wirausaha di Indonesia jumlahnya terbilang kalah dengan wirausaha di negara lain, maka diketahui masih rendahnya minat berwirausaha masyarakat Indonesia.

Upaya mengatasi hal tersebut, maka diperlukan pengetahuan kewirausahaan yang baik agar memiliki bekal ilmu tentang kewirausahaan sehingga bisa meningkatkan jiwa dan perilaku berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan bisa didapatkan oleh mahasiswa dijenjang pendidikan formal yakni tersedianya pembelajaran kewirausahaan diperguruan tinggi (Dewi & Subroto, 2020). Hal ini lembaga pendidikan merupakan wadah yang tepat untuk membentuk karakter berwirausaha mahasiswa, artinya perguruan tinggi mempunyai peranan penting dalam penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan sehingga dapat mendorong mahasiswa sebagai wirausaha sebelum maupun setelah lulus (I Gede Bayu, 2021). Maka sudah seharusnya perguruan tinggi menerapkan pola pembelajaran kewirausahaan secara konkrit. Oleh karena itu, pembelajaran kewirausahaan di harapkan tidak hanya menjadi salah satu kewajiban program perkuliahan saja, tetapi juga perlu adanya pendekatan ekonomi dan sosial (Ni Luh, 2017). Pendekatan ekonomi

bahwa individu bisa memberikan hasil (pendapatan) untuk diri sendiri, orang lain dan pemerintah. Sedangkan pendekatan sosial merupakan pendekatan yang dimana mahasiswa sesudah lulus dari jenjang perguruan tinggi bisa membangun lapangan pekerjaan lebih banyak lagi untuk masyarakat dilingkungannya (Murdjianto, 2006). Hal ini menunjukkan bahwa untuk memulai usaha, tentu sangat diperlukan pemahaman yang baik tentang kewirausahaan. Pemahaman tersebut untuk mengatasi dan mengantisipasi suatu persoalan yang akan terjadi terkait pengelolaan usaha, mengidentifikasi peluang, dan strategi untuk mencapai tujuan usaha yang di harapkan (Wibowo, 2017).

Oleh sebab itu, pembelajaran kewirausahaan dapat menjadi bekal pengalaman dalam memulai usaha sehingga mahasiswa menjadi harapan besar di masa depan yang memiliki etos dan semangat kerja menjadi wirausahawan yang bisa mengurangi angka pengangguran saat ini (Halimah et al., 2018). Meskipun pembelajaran tentang kewirausahaan itu penting, namun seorang wirausahawan tidak hanya mengandalkan dari pengetahuan dalam dirinya saja. Tetapi terdapat faktor pendorong yang dibutuhkan oleh mahasiswa dalam meningkatkan minat berwirausaha yaitu sikap mandiri dan motivasi berwirausaha (Hendrawan & Hani, 2017).

Motivasi dalam kewirausahaan tidak didapatkan sejak lahir, namun merupakan proses yang perlu

dipelajari, dikembangkan, dilatih dan diterapkan dalam kehidupan (Nurhaida, 2021). Seseorang mempunyai minat untuk memulai usaha jika mempunyai motivasi sehingga dapat mendorong dirinya dalam bekerja menjadi lebih giat (Mahmud & Sa'adah, 2019). Hal ini diperkuat oleh Lestari et al., (2016) yang mengatakan motivasi berarti merupakan kekuatan dasar untuk mendorong seseorang dalam bertindak. Kekuatan dasar tersebut dapat menggerakkan seseorang untuk melakukan berbagai hal salah satunya memulai usaha, maka telah berani mengambil risiko sehingga mampu menghasilkan produk yang memiliki *value*. Bahwa peran motivasi berwirausaha sangat menentukan keberanian seseorang dalam mengembangkan usaha dengan berbagai inovasi (Harie & Andayanti, 2020) dan dapat mampu bertahan dari berbagai hal negatif sehingga bisa mempertahankan usahanya dengan baik (Huggins et al., 2017). Hal ini menunjukkan motivasi usaha dan minat usaha diperlukan untuk mahasiswa yang hendak membangun usaha guna dapat menemukan peluang berwirausaha sehingga mampu menuangkan peluang tersebut menjadi peluang pekerjaan (Fahrurrozi et al., 2020). Walaupun mahasiswa telah memperoleh pengetahuan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha, namun tidak hanya hal demikian, tetapi yang akan dihadapi dalam persaingan dunia usaha adalah peran penggunaan media sosial. Maka

terdapat faktor lain yang akan memengaruhi mahasiswa untuk berwirausaha adalah penggunaan media sosial (Intan & Randi, 2021).

Pada era saat ini atau disebut *industrial revolution 4.0* perkembangan dunia digital semakin pesat dan kehidupan tidak lepas dari penggunaan teknologi yang menghadirkan media sosial. Media sosial merupakan sarana media yang berguna sebagai bertukar/menemukan informasi dan komunikasi berbasis online (Aida, 2018).

Saat ini, media sosial semakin diakui keberadaannya karena dapat membantu kegiatan berwirausaha sebab menggunakan sambungan internet sehingga akan sangat mudah diakses oleh siapapun dan dimanapun (Listiawati et al., 2020). Hal ini tentu memberikan kesempatan bagi *e-marketing* karena merupakan sebuah fenomena dalam dunia *marketing* agar dapat berkembang secara dinamis. Maka hal ini dapat menjadi sebuah peluang yang menguntungkan untuk wirausahawan kedepannya agar terus menggali *skill* berwirausaha melalui media sosial (Yusril & Harti, 2014). Untuk itu mahasiswa di harapkan bisa mengambil manfaat dari peluang ini agar dapat menggunakan media sosial yang dimiliki secara bijak dan mempunyai inisiatif yang tinggi untuk dapat minat berwirausaha.

Selain itu, mahasiswa bisa memiliki keyakinan dalam dirinya apabila memiliki niat dan tekad melatih dirinya untuk berwirausaha secara online dengan mempromosikan melalui

Facebook, Whatsapp, Instagram dan media sosial lainnya (Rahayu & Laela, 2018). Dalam hal ini, jika media sosial dimanfaatkan untuk peluang usaha, maka kreativitas berwirausaha akan meningkat.

Adapun hasil pra penelitian melalui pengamatan dan wawancara kepada beberapa mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Syekh Yusuf angkatan 2018-2021 sebanyak 13 orang, bahwa mahasiswa FKIP diberikan mata kuliah kewirausahaan pada semester 3 dan 5 ditempuh dengan total 2 SKS. Mata kuliah tersebut sebagai salah satu pembelajaran wajib yang harus diikuti oleh mahasiswa FKIP UNIS. Pembelajaran kewirausahaan yang didapat tentang teori dan praktik kewirausahaan. Setelah mendapatkan pelajaran dan praktiknya, mahasiswa tidak menerapkan praktik yang telah diajarkan karena hanya untuk memenuhi mata kuliah kewirausahaan. Sehingga mahasiswa belum memiliki niat untuk memulai usaha. Hal ini, karena rendahnya motivasi mahasiswa dalam berwirausaha. Selain itu, mahasiswa belum memberanikan diri mengambil risiko dan tidak memanfaatkan peluang yang ada. Peluang tersebut yaitu membangun bisnis secara online. Adapun hasil terkait penggunaan media sosial menyatakan tujuan menggunakan media sosial hanya untuk hiburan seperti melihat konten yang menarik, mengikuti trend dan sekedar mencari informasi yang *up to date* sehingga tidak digunakan dengan bijak. Hal ini

menyatakan bahwa masih rendahnya minat berwirausaha mahasiswa FKIP UNIS. Oleh karena itu, perlunya menanamkan kesadaran tentang pentingnya pengetahuan dalam mengembangkan kreatifitas dan ide-ide dalam berwirausaha sehingga mampu menciptakan lapangan kerja dan mengubah perekonomian suatu negara menjadi lebih maju.

Hasil penelitian Mustikawati & Kurjono (2020) yang menjelaskan dengan adanya suatu pembelajaran kewirausahaan dilembaga pendidikan baik sekolah maupun perguruan tinggi akan meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa sebab memperoleh pemahaman ilmu pengetahuan dan praktik meliputi teori, program pelatihan kewirausahaan dan lainnya, maka penting nya mahasiswa memiliki *skill* salah satunya berjiwa wirausaha di era revolusi 4.0. Hal ini diperkuat oleh penelitian Indriyani & Margunani (2018); Listiawati et al., (2020) menunjukkan adanya pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Namun berbanding terbalik dengan penelitian Dewi & Subroto (2020) tidak ada pengaruh positif pada variabel pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Motivasi berwirausaha merupakan hal yang tidak bisa terpisahkan pada diri seseorang sebab diperlukan sebagai dorongan diri untuk melakukan sebuah aktivitas salah satunya berwirausaha agar tingkat produktivitas seseorang semakin meningkat untuk mengembangkan usahanya (Mahmud

& Sa'adah, 2019). Hal ini dipertegas dengan penelitian Hafizhah et al., (2019) motivasi berwirausaha terhadap niat berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan, hal ini apabila seseorang mempunyai motivasi usaha yang besar dalam dirinya, maka akan meningkat minat terhadap usaha. Namun menurut Hartanti & Rohmad (2016) menyatakan motivasi berwirausaha tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Selain pembelajaran kewirausahaan dan motivasi berwirausaha, terdapat peran penggunaan media sosial dalam membangun usaha, terlebih saat ini memasuki era serba digital atau disebut *industrial revolution 4.0* sehingga dengan adanya peran penggunaan media sosial sangat memudahkan akses berbisnis lebih luas (Listiwati et al., 2020). Hal ini diperkuat oleh penelitian Aida (2018) tingkat penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Selain itu, Purwanto (2021) menyatakan dalam penelitiannya bahwa memperoleh hasil yang positif pada penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Berdasarkan uraian di atas, dengan adanya hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten atau masih bertolak belakang sehingga perlu diuji kembali untuk menambah literatur-literatur topik tersebut. Maka penelitian ini berfokus untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pembelajaran kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan penggunaan media sosial terhadap

minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan dan memecahkan masalah secara ilmiah mengenai minat berwirausaha mahasiswa sehingga memperoleh hasil yang konsisten dan temuan dalam setiap variabel yang berkontribusi.

Minat berwirausaha merupakan individu yang mempunyai kemauan, tekad, dan ketertarikan terhadap dunia usaha sehingga ingin berusaha dengan tekun dalam memulai usaha tanpa adanya paksaan dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup (Sumarna & Sunarjo, 2021). Pendapat lain dikemukakan Mardisentosa & Khusaini (2019) bahwa minat berwirausaha mahasiswa merupakan keinginan atau kehendak diri sendiri melakukan pekerjaan dengan bersusah payah supaya semua kebutuhan hidup terpenuhi tanpa mengkhawatirkan perasaan takut pada risiko yang kelak terjadi, sehingga menjadi sebuah proses pembelajaran kegagalan dalam membangun bisnis. Minat berwirausaha berkaitan dengan perilaku sebab minat diartikan sebagai bakat atau niat dalam diri, hal ini terbukti bahwa niat dijadikan sebagai cerminan terhadap munculnya perilaku sesungguhnya (Rahmadani et al, 2018). Terdapat pada Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) Ermawati et al., (2017); Ajzen (2005) menyatakan bahwa tindakan perilaku atau sikap bisa membentuk niat seseorang sehingga memberikan pengaruh secara langsung terhadap minat berwirausaha.

Menurut Ambadar Jackie et al., (2010) ada beberapa faktor penyebab seseorang minat berwirausaha yaitu penghasilan besar, ingin mandiri, kondisi terdesak, mendapatkan kepuasan, dan menuangkan kreativitas. Terdapat beberapa faktor lain yang diduga menjadi penyebab minat berwirausaha meliputi faktor lingkungan, faktor sosio geografi dan kepribadian (Kusmintarti et al., 2017; Indarti & Rostiani, 2008). Adapun untuk dapat mengukur minat dalam berwirausaha menggunakan indikator; memilih berkarir sebagai wirausaha, tertarik untuk berbisnis, berkeinginan membangun bisnis, dan berani mengambil risiko untuk meraih keberhasilan.

Pembelajaran kewirausahaan didefinisikan sebagai sebuah upaya yang dilaksanakan oleh lembaga pendidikan guna menumbuhkan ilmu pengetahuan, *attitude* dan memiliki jiwa berwirausaha kepada mahasiswa sehingga menjadi bekal untuk mereka agar dapat inovatif, kreatif dan mandiri (Rahman & Amir, 2020). Pendapat lain yang dikemukakan oleh Jailani et al., (2017) bahwa pembelajaran kewirausahaan merupakan seseorang yang memiliki pemahaman tentang bisnis guna dapat menghasilkan produk yang kemudian dikembangkan lebih besar. Alih-alih, dalam pembelajaran kewirausahaan memiliki tujuan agar dapat membentuk individu menjadi insan yang berkarakter, berpengetahuan dan memiliki *skill* sebagai seorang pengusaha (Ni Luh, 2017). Pembelajaran dirancang berguna

membantu seseorang dalam proses belajar mengenai suatu hal baru, salah satunya kewirausahaan sehingga mempunyai pola yang mengandung 4 unsur diantaranya yakni 1) pemikiran, 2) perasaan, 3) keterampilan, dan 4) kesehatan.

Motivasi berwirausaha merupakan kekuatan yang berasal pada diri individu bertujuan untuk menciptakan bisnis sehingga mampu memahami dan melihat alur dalam peluang bisnis (Mahanani & Sari, 2018). Sementara menurut Harie & Andayanti (2020) dalam Wikanso (2013) motivasi berwirausaha adalah bagian daya penggerak seseorang sehingga timbul rasa ingin melakukan kegiatan bisnis sehingga dapat terjamin dan terarah tujuannya. Hal ini, dengan adanya motivasi untuk berwirausaha seseorang akan mendapatkan kepuasan dalam bentuk *profit*, kebebasan, harapan yang menjadi kenyataan dan hal-hal lain yang dapat diatasi dengan baik sehingga usaha yang dirintis mencapai kesuksesan (Yuningsih et al., 2016).

Putri & Syamwil (2021) dalam (Wukir, 2013) menjelaskan ada faktor-faktor yang menjadi penyebab seseorang termotivasi dalam berwirausaha adalah faktor internal dan eksternal. Namun terdapat indikator yang dapat mengukur motivasi berwirausaha yaitu 1) keinginan sukses, 2) berwirausaha adalah kebutuhan, 3) harapan masa depan, dan 4) adanya kepuasan dalam berwirausaha.

Media sosial didefinisikan sebagai sebuah platform yang menggunakan jaringan internet agar pengguna dapat

berkomunikasi antar pengguna lain sehingga terjalin ikatan sosial di dunia maya (Listiawati et al., 2020) dalam (Nasrullah, 2015). Menurut Fraccastoro et al., (2021) menyatakan media sosial merupakan sebuah layanan aplikasi yang telah diciptakan atas dasar ideology sehingga pengguna dapat menyajikan sebuah konten. Selain itu, Wang et al., (2020) menyatakan media sosial erat kaitannya dengan seseorang yang berbisnis (pengusaha), sebab dengan hadirnya media sosial mereka mendapatkan pengetahuan mengenai peluang, mengidentifikasi konsumen maupun suatu persoalan, memobilisasi sumber daya dan pengelolaan hubungan antara konsumen.

Menurut Aida (2018) penggunaan media sosial merupakan individu yang memakai *platform* media sosial atau disebut aplikasi internet yang dapat memberikan manfaat, selain menjalin komunikasi dan informasi dengan mudah serta dapat sebagai sumber peluang berbisnis secara online. Penggunaan media sosial saat ini mempunyai peranan penting dan berpengaruh besar sebagai layanan yang dapat meningkatkan dan mengembangkan suatu bisnis, sebab mudah diakses oleh siapapun, terutama bagi para pebisnis yang dapat menjangkau konsumen secara luas (Oladipo et al., 2020) sehingga, dapat bersaing dan beroperasi secara nasional dan internasional yang dapat mendongkrak margin penjualan dalam meningkatkan laba (Fraccastoro et al., 2021). Adapun penggunaan media sosial diukur menggunakan beberapa

indikator yaitu 1) sarana komunikasi, 2) kemudahan mengakses dan 3) pemanfaatan sosial (Purwanto, 2021; Aida, 2018; Kurniawan & Harti, 2013).

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan kuesioner yang didistribusikan melalui whatsapp dengan skala likert. Desain pada penelitian menggunakan asosiatif mengenai hubungan kausal atau sebab akibat, maka menjelaskan variabel-variabel yang sedang diteliti diketahui hubungannya antara mempengaruhi dan dipengaruhi. Adapun penelitian ini akan menggunakan bantuan software SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26.

Populasi ini yaitu seluruh mahasiswa aktif Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan angkatan tahun 2018-2021 yang berjumlah 227 mahasiswa. Teknik sampel yang digunakan pada penelitian adalah *simple random sampling*, dengan perhitungan rumus slovin tingkat kesalahan 5% = 0,05, maka diperoleh hasil sampel sebanyak 145 mahasiswa.

Teknik analisis data yang digunakan dimulai dari tabulasi data dan selanjutnya dilakukan uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Setelah uji prasyarat dilakukan uji analisis data regresi meliputi regresi berganda, koefisien determinasi dan uji t parsial.

Peneliti melakukan pengujian terhadap keabsahan data-data sebagai hasil dan temuan peneliti sehingga hasil penelitian yang menjadi kesimpulan dapat diterima atau kredibel. Agar data penelitian ini dapat dipercaya, maka peneliti melakukan uji instrumen dengan uji validitas dan uji reliabilitas kepada 30 mahasiswa non sampel, hasil dapat dilihat pada tabel 12.

**Tabel 12. Ringkasan Hasil Uji Instrumen**

Variabel	Uji Validitas		Uji Reliabilitas	
	Valid	Invalid	Cronbach's Alpha	Tingkat Hubungan
1. Pembelajaran kewirausahaan	9	1	0,755	Kuat
2. Motivasi berwirausaha	8	0	0,797	Kuat
3. Penggunaan media sosial	8	1	0,887	Sangat kuat
4. Minat berwirausaha	10	0	0,934	Sangat kuat

Sumber: hasil SPSS 2022

Berdasarkan tabel 12. hasil uji validitas menunjukkan bahwa terdapat 35 pernyataan yang valid sebab mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai  $Sig. < 0,05$  sehingga pernyataan berguna dan layak mengukur variabel. Kecuali pernyataan nomor 2 dan 25 yang tidak valid. Sedangkan hasil uji reliabilitas menyatakan seluruh nilai  $alpha\ cronbach's > 0,60$ , sehingga dapat diterima atau reliabel serta layak untuk disebarkan kepada responden dalam penelitian.

**3. Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS for Windows versi 26, peneliti terlebih dahulu melakukan

analisis deskriptif statistik Analisis deskriptif digunakan untuk penggambaran tentang statistik dari setiap variabel yang akan diuji. Gambaran deskriptif meliputi jumlah observasi, nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standar *deviation*. Uraian deskriptif menggambarkan kondisi variabel penelitian yang meliputi pembelajaran kewirausahaan, motivasi berwirausaha, penggunaan media sosial dan minat berwirausaha. Ringkasan hasil deskriptif dapat dilihat pada tabel 13.

**Tabel 13. Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std.Dev
1. Pembelajaran Kewirausahaan	145	17	45	37,48	5,132
2. Motivasi Berwirausaha	145	14	40	35,34	4,871
3. Penggunaan Media Sosial	145	15	40	36,27	4,076
4. Minat Berwirausaha	145	18	50	41,27	6,558

Sumber: Hasil SPSS 2022

Adapun hasil prasyarat analisis pada pengujian uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, diperoleh hasil bahwa  $p\text{-value}$  dari *unstandardized residual*  $0,093 > 0,05$ , maka keseluruhan data berdistribusi normal.

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui korelasi antara variabel bebas, bahwa baiknya regresi tidak berkorelasi antar variabel. Hasil diperoleh pada uji multikolinieritas bahwa keseluruhan variabel mempunyai nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10,00$ , sehingga tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam regresi.

Selanjutnya pengujian heteroskedastisitas menggunakan

metode uji glejser menunjukkan hasil semua variabel mempunyai nilai Sig. > 0,05 sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Setelah melakukan prasyarat analisis, terdapat hasil analisis data terkait uji regresi berganda dapat dilihat pada tabel 14.

**Tabel 14. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std.Error
(Constant)	0,859	3,760
1. Pembelajaran Kewirausahaan	0,322	0,104
2. Motivasi Berwirausaha	0,433	0,108
3. Penggunaan Media Sosial	0,406	0,122

Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Hasil SPSS 2022

Berdasarkan ringkasan hasil regresi linier berganda pada tabel 14. didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0,859 + 0,322 X_1 + 0,433 X_2 + 0,406 X_3$$

a = 0,859, menunjukkan bahwa variabel minat berwirausaha akan meningkat jika variabel pembelajaran kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan penggunaan media sosial bernilai satu.

b<sub>1</sub> = 0,322, berarti pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa adalah positif cukup kuat. Jika nilai pembelajaran kewirausahaan ditingkatkan satu satuan, maka minat berwirausaha naik sebesar 0,322.

b<sub>2</sub> = 0,433, berarti pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa adalah positif cukup kuat. Jika nilai pembelajaran

kewirausahaan ditingkatkan satu satuan, maka minat berwirausaha naik sebesar 0,433.

b<sub>3</sub> = 0,406, berarti pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa adalah positif cukup kuat. Jika nilai penggunaan media sosial ditingkatkan satu satuan, maka minat berwirausaha naik sebesar 0,406.

Adapun untuk mengetahui berapa besar persentase sumbangan atau tingkat ketepatan menganalisis regresi mengenai pengaruh dari variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat yang mempunyai besarnya nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) antara 0-1 (Perdana, 2016: 65) dilakukan uji koefisien determinasi, hasil dapat dilihat pada tabel 15.

**Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Ajusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,701	0,492	0,481	4,724

Sumber: Hasil SPSS 2022

Merujuk pada tabel 15. Diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,492, yang berarti variabel pembelajaran kewirausahaan, motivasi berwirausaha, dan penggunaan media sosial berpengaruh sebesar 0,492 atau 49,2%, sedangkan sisanya 50,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t untuk menguji secara parsial sendiri-sendiri variabel independen mempengaruhi variabel dependen atau tidak, dapat dilihat pengaruh tidak langsung dan memeriksa nilai

signifikansinya. Berikut hasil analisis dapat dilihat pada tabel 16.

**Tabel 16. Ringkasan Hasil Uji t X<sub>1</sub>**

Variabel	Nilai t		Sig.
	t-hitung	t-tabel	
X1 → Y	3,106	1,976	0,002

Sumber: Hasil SPSS 2022

Berdasarkan tabel 16, diperoleh nilai  $t_{hitung} 3,106 > t_{tabel} 1,976$  atau p-value Sig.  $0,002 < 0,005$ , maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial variabel pembelajaran kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha.

**Tabel 17. Ringkasan Hasil Uji t X<sub>2</sub>**

Variabel	Nilai t		Sig.
	t-hitung	t-tabel	
X2 → Y	3,997	1,976	0,000

Sumber: Hasil SPSS 2022

Berdasarkan tabel 17, diperoleh nilai  $t_{hitung} 3,997 > t_{tabel} 1,976$  atau p-value Sig.  $0,000 < 0,005$ , maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa secara parsial variabel motivasi berwirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha.

**Tabel 18. Ringkasan Hasil Uji t X<sub>3</sub>**

Variabel	Nilai t		Sig.
	t-hitung	t-tabel	
X3 → Y	3,320	1,976	0,001

Sumber: Hasil SPSS 2022

Berdasarkan tabel 18, diperoleh nilai  $t_{hitung} 3,320 > t_{tabel} 1,976$  atau p-value Sig.  $0,001 < 0,005$ , maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa secara parsial variabel penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha.

**a. Pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha**

Penelitian memperoleh hasil bahwa secara signifikan adanya pengaruh dari pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP UNIS Tangerang. Hal ini sesuai dengan penelitian Listiawati, et. al., (2020); Lisa & Margunani (2018) yang menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Yulianto (2021) mempertegas bahwa hasil yang diteliti membuktikan variabel pembelajaran kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha dengan hasil menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan yang berkualitas melalui pelajaran dan prakarya maka akan semakin meningkat pengetahuan dan keterampilan kecakapan hidup, hal ini semakin tinggi kualitas pembelajaran kewirausahaan sehingga dapat meningkatkan minat berwirausaha.

Namun hasil penelitian tidak sebanding dengan apa yang diteliti oleh Dewi & Subroto (2020) yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dikarenakan hasil penelitian menyatakan pembelajaran kewirausahaan tidak bisa meningkatkan pemahaman tentang usaha dan tidak optimalnya sarana prasarana dalam menunjang

pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi seperti internet, magang dan program pelatihan kewirausahaan.

**b. Pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha**

Penelitian memperoleh hasil bahwa secara signifikan adanya pengaruh dari motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP UNIS Tangerang. Hal ini menandakan bahwa faktor motivasi berwirausaha menjadi bagian penting untuk mendorong seseorang dalam menentukan dan menetapkan apa yang diinginkan dalam hidup salah satunya minat berwirausaha, Mahmud & Sa'adah, (2019) menyatakan motivasi berwirausaha merupakan hal yang tidak bisa terpisahkan pada diri seseorang. Sejalan dengan yang diteliti oleh Hafizhah, et. al., (2019) yang membuktikan variabel motivasi bewirausaha berpengaruh terhadap niat bewirausaha, hal ini apabila seseorang memiliki motivasi usahanya tinggi, maka semakin tinggi juga niat usahanya. Temuan yang diteliti oleh Harie & Andayanti (2020) menyatakan secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Hartanti & Rohmad (2016) yang menunjukkan bahwa motivasi bewirausaha tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha, sebab mahasiswa

tidak memiliki ketertarikan pada suatu tantangan sehingga tidak berani menanggung risiko dan khawatir memiliki hutang besar, maka lebih memilih menjadi seorang karyawan yang mendapatkan gaji bulanan.

**c. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP UNIS.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Purwanto (2021); Intan & Randi (2021); Yusril & Harti (2014) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Dipertegas dengan hasil penelitian Aida (2018) menunjukkan bahwa ditemukan adanya pengaruh pada variabel tingkat penggunaan media sosial terhadap minat bewirausahaan mahasiswa, hal ini menyatakan apabila seseorang menggunakan media sosial untuk hal yang bermanfaat seperti mencari informasi bisnis, inspirasi usaha, dan mempromosikan bisnis sehingga akan menjadi alternatif yang tepat bagi mahasiswa yang tidak memiliki penghasilan. Namun sebaliknya dikatakan tidak baik jika hanya digunakan untuk hal-hal yang tidak memiliki manfaatnya seperti bermain game, mengomentari postingan dan lainnya tidak akan

menghasilkan kegiatan yang produktif. Oleh sebab itu, maka semakin baik penggunaan media sosial, akan semakin tinggi minat berwirausaha mahasiswa.

Penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Astra Susilawaty (2022) yang menyatakan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa, dikarenakan mahasiswa cenderung menggunakan media sosial sekedar sebagai sumber mencari informasi, bersenang-senang dan berinteraksi saja sehingga tidak dimanfaatkan untuk mencari kegiatan berwirausaha.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah oleh peneliti menggunakan metode regresi linier berganda melalui uji t, peneliti dapat menjabarkan kesimpulan mengenai penelitian ini sebagai berikut:

1. Pembelajaran kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP UNIS Tangerang. Hasil ini menggambarkan jika pembelajaran kewirausahaan membuka cara berfikir mengenai usaha dan metode yang digunakan meliputi praktik juga pelatihan-

pelatihan yang difasilitasi oleh perguruan tinggi baik, maka pola pikir terhadap minat berwirausaha mahasiswa akan meningkat.

2. Motivasi berwirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP UNIS Tangerang. Hasil ini menggambarkan jika motivasi berwirausaha mahasiswa tinggi dengan tujuan ingin sukses dan akan berhasil, maka minat berwirausaha mahasiswa akan meningkat.
3. Penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP UNIS Tangerang. Hasil ini menggambarkan jika media sosial digunakan dengan baik untuk mengakses trend tentang usaha dan inspirasi usaha yang dapat menjangkau lebih luas dan mudah penggunaannya, maka minat berwirausaha mahasiswa akan meningkat.

Motivasi berwirausaha adalah faktor yang lebih dominan pada penelitian ini yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa FKIP UNIS Tangerang, hal ini menjelaskan bahwa tingginya motivasi mahasiswa, maka akan meningkatkan minat berwirausaha.

#### 6. Referensi

- Aida. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3). <https://doi.org/10.26740/jupe.v6n3.p>

- Ambadar Jackie et al. (2010). *Membentuk Karakter Pengusaha* (1st edition). Bandung: Kaifa.
- Amiruddin, A. (2021). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Manajemen Stie Pembangunan Tanjungpinang Angkatan Tahun 2020-2021. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 88-102. <https://doi.org/10.30606/hirarki.v3i1.667>
- Anugerah. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Latar Belakang Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Tengah Situasi Pandemi (Sukabumi). *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 48.
- Astra Susilawaty. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa E. *Journal Of Business Administration*, 2(1), 1-15.
- Budiman, A., Hendrayati, H., Perdana, Y., & Surachman, E. (2019). Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.17509/jimb.v10i2.22323>
- Christianinggrum, & Rosalina, E. (2017). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Integrated Journal of Business and Economics (IJBE)*, 1(1), 45-55.
- Darwis, M., Kumar, R., Niswaty, R., & Nasrullah, M. (2021). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 3(1), 31. <https://doi.org/10.32493/fb.v3i1.2021.31-41.8694>
- Dewi, T., & Subroto, W. T. (2020). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Angkatan 2016 Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(2), 62-69. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n2.p62-69>
- Ermawati, N., Soesilowati, E., & Prasetyo, P. E. (2017). Pengaruh Need for Achivment Dan Locus of Control Terhadap Intensi Berwirausaha Melalui Sikap Siswa Kelas Xii Smk Negeri Se Kota Semarang. *Journal of Economic Education*, 6(1), 66-74. <https://doi.org/10.15294/jeec.v6i1.14704>
- Fahrurrozi, M., Jailani, H., & Putra, Y. R. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha dan Motivasi Berwirausaha. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 4(2), 265-277. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i2.2868>
- Fraccastoro, S., Gabrielsson, M., & Chetty, S. (2021). Social Media Firm Specific Advantages as Enablers of Network Embeddedness of International Entrepreneurial Ventures. *Journal of World Business*, 56(3), 101164. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101164>
- Hafizhah, K., Mulyadi, H., & Utama, R. D. H. (2019). Faktor pembelajaran kewirausahaan dan motivasi berwirausaha dalam meningkatkan niat

- berwirausaha. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 4(2), 59–69. <https://doi.org/10.17509/jbme.v4i2.17374>
- Halimah, S., Wanto, H., & Mahmu'ddin, M. (2018). Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa Melalui Kecerdasan Emosional. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 14(1), 53. <https://doi.org/10.23971/jsam.v14i1.870>
- Harie, S., & Andayanti, W. (2020). Pengaruh Motivasi Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Intelektium*, 1(2), 107–114. <https://doi.org/10.37010/int.v1i2.187>
- Hartanti & Rohmad. (2016). Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha dengan Perencanaan Strategis Sebagai Variabel Moderating pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 3(2), 1–20.
- Hendrawan, J. S., & Hani, S. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 02(03), 291–314.
- Huggins, R., Prokop, D., & Thompson, P. (2017). Entrepreneurship and the determinants of firm survival within regions: human capital, growth motivation and locational conditions. *Entrepreneurship and Regional Development*, 29(3–4), 357–389. <https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1271830>
- I Gede Bayu. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jambura Economic Education Journal*, 3(2), 52–61.
- Indarti & Rostiani. (2008). Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang Dan Norwegia. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Indonesia (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Gadjah Mada)*, 23(4), 369–384. <https://doi.org/10.22146/jieb.6316>
- Intan & Randi. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1), 74–79. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i1>.
- Jailani, M., Rusdarti, & Sudarma, K. (2017). Pengaruh Kewirausahaan, Motivasi Belajar, Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 52–59. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Kusmintarti, A., Riwijanti, N. I., & Asdani, A. (2017). Pendidikan Kewirausahaan dan Intensi Kewirausahaan dengan Sikap Kewirausahaan sebagai Mediasi. *Journal of Research and Applications: Accounting and Management*, 2(2), 119. <https://doi.org/10.18382/jraam.v2i2.160>
- Lestari, A., Hasiolan, A. B., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh Sikap Mandiri, Lingkungan Keluarga dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Para Remaja (Studi Empiris di Desa Jamus Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak). *Journal*

- Of Management*, 2(2).
- Lisa, I., & Margunani, M. (2018). Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 848-862. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28315>
- Listiawati, M., Dyah, C., & Susantiningrum, S. (2020). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Di Mahasiswa Fkip Uns. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 25(1), 27. <https://doi.org/10.20961/jkb.v25i1.43386>
- Mahanani, E., & Sari, B. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. *Ikraith-Humaniora*, 2(2), 31-40.
- Mahmud, A., & Sa'adah, L. (2019). Pengaruh Penggunaan Instagram Dan Efikasi Diri Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 18-32.
- Mardisentosa, B., & Khusaini, K. (2019). Gender Differences in Students' Entrepreneurial Interest in Higher Education at Tangerang. *Binus Business Review*, 10(2), 95-103. <https://doi.org/10.21512/bbr.v10i2.5545>
- Mardisetosa, B., Khusaini, K., & Gumelar Widia Asmoro. (2020). Personality, Gender, Culture, and Entrepreneurial Intentions of Undergraduate Student: Binary Logistic Regression. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPED)*, 8(2), 128-143. <https://doi.org/10.21009/jped.008.2.5>
- Mustikawati, A., & Kurjono, K. (2020). Studi tentang Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa di Era Revolusi 4.0. *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(1), 31-37. <https://doi.org/10.21831/socia.v17i1.33048>
- Ni Luh. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 137. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19998>
- Nurhaida, N. (2021). Analisis Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dari Faktor Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1), 58-67. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v1i1.15>
- Oladipo, O. G., Onalapo, A. B., & Ekpenyong, U. E. (2020). The Role of Social Media in Entrepreneurial Development: The Nigerian Perspective. *Covenant Journal of Entrepreneurship*, 4(1). <https://doi.org/10.47231/gwai9193>
- Perdana, E. K. (2016). Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22. In *Lab Kom Manajemen Fe Ubb* (Edisi 1). LAB KOM MANAJEMEN FE UBB.
- Purwanto, A. (2021). The Role of the Use of Social Media and Family Environment on Entrepreneurial Interest of Private University Students. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(6), 33-43. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v2i6.219>

- Putri, A. A., & Syamwil, S. (2021). Pengaruh efikasi diri, pendidikan kewirausahaan, motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha siswa. *Jurnal Ecogen*, 4(2), 169-178.
- Rafika Rahmadani, Suwatno, A. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendidikan Kewirausahaan(Entrepreneurship Education) Di Perguruan Tinggi Negeri Kota Bandung. *SOSIO-DIDAKTIKA: Social Science Education Journal*, 1(1), 47-53. <https://doi.org/10.15408/sd.v1i1.9522>
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>
- Rahman, A., & Amir, M. (2020). Pengukuran Efektifitas Pembelajaran Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Minat dan Tindakan Berwirausaha Mahasiswa. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 4(2), 217-225. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i2.2591>
- Sumarna, N., & Sunarjo, I. S. (2021). Efikasi Diri dan Minat Berwirausaha Siswa SMK. *Jurnal Sublimapsi*, 2(3), 11-21.
- Wang, W., Liang, Q., Mahto, R. V., Deng, W., & Zhang, S. X. (2020). Entrepreneurial entry: The role of social media. *Technological Forecasting and Social Change*, 161(September). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120337>
- Wibowo. (2017). Dampak Pendidikan Kewirausahaan bagi Mahasiswa. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 01(01), 1-14. <https://doi.org/10.21632/ajefb.1.1.1-14>
- Yulianto, A. R. (2021). Kontribusi Lingkungan dan Pembelajaran Wirausaha dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha. *Cakrawala: Jurnal Pendidikan*, 15(1), 94-103. <https://doi.org/10.24905/cakrawala.v15i1.1717>
- Yuningsih et al. (2016). Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha dengan Kemampuan Usaha sebagai Variabel Mediasi pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Priangan Timur-Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(3), 297-323. <https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.3.6>
- Yusril & Harti. (2014). Pengaruh Tingkat Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi*.