

Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang

Febri Nur Khofifah¹, Fahimul Amri²

^{1,2}Jurusan Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Jombang, Indonesia

DOI: 10.15294/baej.v4i3.71378

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima, 7 Oktober 2023
Disetujui, 12 November 2023
Dipublikasikan, 31 Desember 2023

Keywords:

*Intensity Use of Social Media;
Entrepreneurship Knowledge;
Entrepreneurial Interest*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Regresi linier berganda digunakan sebagai analisis data. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang dari angkatan 2019, 2020, dan 2021 dengan sampel penelitian berjumlah 105 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, minat berwirausaha dipengaruhi oleh pengetahuan berwirausaha. Intensitas penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan secara bersama sama berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang

Abstract

This research aims to explain the influence of the intensity of social media use and entrepreneurial knowledge of STKIP PGRI Jombang economic education students on their interest in entrepreneurship. This study uses a quantitative approach. Multiple linear regression was used as data analysis. The population in this study were STKIP PGRI Jombang economics education students from the 2019, 2020 and 2021 classes with a research sample of 105 students. The research results show that the intensity of social media use influences students' interest in entrepreneurship, interest in entrepreneurship is influenced by knowledge of entrepreneurship. The intensity of the use of social media and entrepreneurial knowledge together influence the entrepreneurial interest of economic education students at STKIP PGRI Jombang

PENDAHULUAN

Peningkatan pesat media web, khususnya media sosial, memengaruhi perkembangan moneter. Karena media sosial adalah peningkatan teknologi dari web berbasis web lain, yang mempermudah dalam berbagi, berpartisipasi, menawarkan, dan menyusun jaringan berbasis internet, sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri melalui gambar, suara dan video dengan cara diposting di berbagai aplikasi berbasis web seperti situs Twitter, YouTube, Instagram dan WhatsApp yang dapat dilihat oleh banyak orang secara gratis (Fauzi, 2016; Rahayu & Laela, 2018). Penggunaan aplikasi inovasi web yang tepat sangat penting untuk kemajuan dalam memulai sebuah bisnis. Apalagi teknologi internet sudah didukung oleh perangkat seluler seperti ponsel, sehingga perpaduan antara inovasi ini semakin mendukung seseorang yang memulai bisnis (Cahyani et al., 2022). Ada Beberapa program jejaring sosial yang ramah pengguna dan sederhana yang mendukung kewirausahaan. Aplikasi media sosial dimanfaatkan dalam merintis minat di masa yang serba canggih ini. Apalagi media sosial sudah mendarah daging dalam kehidupan sehari-hari. Aplikasi hiburan seperti media sosial dapat digunakan untuk komunikasi dan kerjasama (Susilawaty, 2022). Maraknya pemanfaatan media berbasis web berdampak pada semakin banyaknya organisasi yang bermunculan, dengan adanya fenomena tersebut media sosial semakin dirasakan dalam pelaksanaan bisnis yang semakin berkembang, melalui hiburan virtual semakin memudahkan dalam pemasaran produk (Puspita Rahayu & Nugroho Sulistyowati, 2022). Oleh karena itu, sangat penting untuk memanfaatkan media sosial untuk

memberikan kesempatan kepada calon pemilik bisnis untuk mengeksplorasi potensi kewirausahaan mereka. Melalui media sosial akan menemukan sumber informasi, berbagai ide dan insiparasi untuk menggali potensi kewirausahaan. \

Salah satu keterampilan yang memungkinkan seseorang memanfaatkan peluang bisnis dan mencapai tujuannya adalah kewirausahaan. Kewirausahaan adalah usaha untuk melakukan kegiatan usaha berdasarkan kemauan dan keinginan sendiri. Dengan usaha bisnis, dapat membuka pintu kerja yang luas, tidak bergantung pada orang lain selain mendapatkan gaji yang lebih menonjol daripada menjadi karyawan (Noviantoro, 2017). Keinginan-keinginan tersebut harus diimbangi dengan pengetahuan kewirausahaan yang mendukung agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Pengetahuan kewirausahaan menjadi sudut pandang yang penting untuk membentuk inspirasi seseorang dalam berbisnis (Abdullah & Septiany, 2019). Adanya pengetahuan kewirausahaan akan membangun pemahaman tentang berbagai fakta yang menginspirasi keberanian untuk mengambil risiko dalam menghadapi bisnis. Akan tetapi membangun kewirausahaan tidaklah mudah, seorang wirausaha harus memiliki minat berwirausaha yang terlahir dari diri sendiri (Kirana et al., 2018). Dalam hal ini, sejumlah faktor berpengaruh terhadap minat awal dalam berwirausaha, terutama di kalangan mahasiswa yang tertarik untuk memulai bisnis mereka sendiri (Yusmira et al., 2019).

Seseorang memiliki minat kewirausahaan jika dia melihat peluang di lingkungannya dan bersedia mengambil risiko yang berkaitan dengan menjalankan

bisnis (Evaliana, 2015; Atmaja & Margunani, 2016). Seseorang atau individu dikatakan memiliki minat berwirausaha apabila mereka lebih senang dan tertarik untuk memulai usaha yang kreatif dan inovatif dengan tujuan memperoleh keuntungan tanpa takut akan resikonya (Anggraeni & Harnanik, 2015). Namun, masalah utamanya adalah mahasiswa ketika memulai bisnis mereka sendiri memiliki rasa ketakutan yang cukup tinggi akan kegagalan untuk mengembangkan bisnis mereka.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan menunjukkan pengakuan mahasiswa pendidikan ekonomi hanya sebagian kecil mahasiswa mengakses media sosial untuk mencari dan memberikan informasi mengenai bisnis *online*, mahasiswa yang memiliki pengetahuan yang cukup akan berwirausaha cenderung menggunakan media sosial lebih lama untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan mencari informasi mengenai bisnis *online*. Dari informasi tersebut terlihat bahwa minat dunia usaha bagi mahasiswa untuk terjun ke dunia usaha masih terbilang rendah atau setidaknya dapat dikatakan berada pada tingkat yang sedang.

Berdasarkan paparan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa yang mampu menggunakan media sosial secara tepat dan memanfaatkan pengetahuan yang dimilikinya akan cenderung lebih sadar untuk mencari informasi atau mengembangkan ide-ide dan memanfaatkan peluang yang berkaitan dengan berwirausaha.

Senada dengan hal tersebut bahwa minat berwirausaha dapat dipengaruhi oleh intensitas pemanfaatan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan (Rahayu

& Sulistyowati, 2022). Kecenderungan mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan berkorelasi positif dengan tingkat pengetahuan kewirausahaan mereka dan frekuensi penggunaan media sosial, sebaliknya pengetahuan kewirausahaan yang kurang dan semakin rendah seseorang dalam memanfaatkan media sosial, maka kemampuan mahasiswa untuk memulai usaha menjadi semakin rendah.

Menyadari fakta tersebut, diperlukan adanya upaya untuk dapat menanamkan minat berwirausaha pada mahasiswa saat ini. Salah satunya adalah melalui pembelajaran mata kuliah pengetahuan kewirausahaan yang telah didapat, Dengan pengetahuan yang memadai, mahasiswa akan dapat menggunakan aplikasi media sosial untuk berwirausaha dengan memanfaatkan peluang yang sudah ada.

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang terhadap minat berwirausaha, baik secara parsial maupun simultan.

METODE

Pendekatan kuantitatif diambil dalam metode ini. Sedangkan kuesioner dibagikan kepada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2019, 2020, dan 2021 STKIP PGRI Jombang. Pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi, dan angket, dengan populasi 144 siswa aktif. Sampel dalam penelitian ini dengan proporsional random sampling, terdiri dari 105 responden (laki laki 35 dan 70 perempuan). Skala Likert digunakan dalam penelitian ini. Tabel berikut

menunjukkan rentang skala untuk setiap kategori.

Tabel 1. Kategori Jawaban Responden

Skor Rata-rata	Keterangan
1,00 - 1,80	Sangat rendah
1,81 - 2,60	Rendah
2,61 - 3,40	Sedang
3,41 - 4,20	Tinggi
4,21 - 5,00	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono (2013)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kuisioner terhadap 105 responden mahasiswa aktif STKIP PGRI Jombang tahun 2019, 2020 dan 2021, maka dari informasi tersebut diperoleh data tentang permasalahan yang dibahas. Kuesioner online berbasis google formulir digunakan untuk pengumpulan data.

Analisis Diskriptif

Media sosial yang selama ini digunakan oleh mahasiswa sebagai berikut:

Tabel 2. Aplikasi media sosial yang digunakan

Media sosial	Persentase
Whatsapp dan instagram	87,6%
Instagram dan facebook	4,5 %
Whatsapp dan tiktok	8,6%
Jumlah	100%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan persepsi mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang menunjukkan bahwa ada 4 media sosial yang sering digunakan oleh mahasiswa pendidikan ekonomi dalam sehari-hari. Aplikasi *whatsapp* dan *instagram* adalah aplikasi yang biasa dipakai mahasiswa pendidikan ekonomi dalam sehari-hari untuk

mengakses informasi. Temuan ini, menunjukkan bahwa WhatsApp dan Instagram merupakan aplikasi media sosial yang sangat erat kaitannya dengan rutinitas mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang.

Intensitas Penggunaan Media Sosial

Berdasarkan analisis deksriptif menunjukkan hasil rerata sebagai berikut.

Tabel 3. Jawaban Responden

Indikator	Mean
Komunikasi	4,30
Berbagi atau Sharing	4,30
Saling Terhubung	4,50
Total	4,40

Sumber : Data diolah, 2023

Hasil data tabel 3 diketahui ada tiga indikator dalam variabel intensitas penggunaan media sosial. Indikator “komunikasi” memiliki skor sejumlah 4,30 masuk dalam kriteria sangat tinggi. Indikator “berbagi atau sharing” memiliki skor sebesar 4,30 masuk dalam kriteria sangat tinggi. Indikator “saling terhubung” dengan skor sejumlah 4,50 masuk dalam kriteria sangat tinggi. Maka dapat dikatakan bahwa dengan skor rata-rata 4,40 tingkat penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa STKIP PGRI Jombang sangat tinggi.

Tunjukkan bahwa banyaknya penggunaan media sosial berdampak pada minat mahasiswa untuk memulai usaha sendiri. Ini karena media sosial adalah cara yang baik untuk berbagi informasi tentang betapa mudahnya menjalankan bisnis. Media sosial secara fundamental mempengaruhi minat dalam bisnis. Semakin tinggi mahasiswa dapat pemanfaatan media sosial, maka peluang

untuk berbisnis semakin tinggi, sebaliknya jika semakin rendah kemampuan dalam memanfaatkan media sosial, maka peluang untuk dapat bisnis semakin rendah. (Satrio Nugroho & Tomo, 2020; Suratno et al., 2020). Khususnya bagi mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang yang saat ini sebagian besar sudah memiliki media sosial menjadi peluang yang besar untuk dapat menjalankan kegiatan usaha atau berbisnis.

Pengetahuan kewirausahaan

Berdasarkan temuan penelitian, minat mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang untuk berwirausaha dipengaruhi secara positif oleh pengetahuan kewirausahaan. Berdasarkan analisis deskriptif yang menunjukkan hasil rata-rata sebagai berikut.

Tabel 4. Jawaban Responden

Indikator	Mean
Pengetahuan tentang usaha yang akan dirintis	4,10
Pengetahuan tentang lingkungan usaha yang ada	4,00
Pengetahuan tentang manajemen dan bisnis	4,00
Mengambil resiko usaha	4,20
Merumuskan solusi masalah	4,10
Total	4,10

Sumber : Data diolah, 2023

Hasil data tabel 4 diketahui ada lima indikator dalam variabel pengetahuan kewirausahaan. Indikator “pengetahuan mengenai usaha yang akan dirintis” memiliki skor sebesar 4,10 dalam kriteria tinggi. Indikator “pengetahuan lingkungan usaha yang ada” memiliki skor sebesar 4,00 dalam kriteria tinggi. Indikator “pengetahuan mengenai manajemen dan bisnis” memiliki skor sebesar 4,00 dalam

kriteria tinggi. Indikator “Mengambil resiko usaha” memiliki skor sebesar 4,20 dalam kriteria sangat tinggi. Indikator “merumuskan solusi masalah” dengan skor sebesar 4,10 dalam kategori tinggi. Sehingga dapat ditunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan pada mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang dari kelima indikator di atas dengan skor 4,10 tergolong kategori tinggi.

Menurut temuan ini, minat berwirausaha mahasiswa dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimilikinya. Hal ini dikarenakan perguruan tinggi yang mengajarkan kewirausahaan dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang teori dan praktek menjual produk secara langsung. Semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan, maka minat mahasiswa untuk berwirausaha dapat semakin meningkat (Satrio Nugroho & Tomo, 2020; Santoso, dkk, 2021). Senada pendapat tersebut bahwa minat berwirausaha telah ditanamkan sejak awal di bangku perkuliahan (Abdullah & Septiany, 2019; Santoso & Nurkhin, 2022). Dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa perguruan tinggi berperan dalam memberikan pengetahuan kewirausahaan di kalangan mahasiswa agar mahasiswa memiliki pola pikir dan berperilaku sebagai wirausaha. Dari ulasan diatas menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian ini bahwa ada pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang, sehingga hipotesis diterima.

Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi secara positif oleh intensitas

penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan. Hasil analisis deskriptif variabel menunjukkan rerata sebagai berikut:

Tabel 5. Jawaban Responden

Indikator	Mean
Ketertarikan	4,30
Perasaan senang	4,50
Keinginan	4,60
Total	4,50

Sumber : Data diolah, 2023

Hasil analisis data dalam tabel 5 diketahui ada tiga indikator dalam variabel minat berwirausaha. Indikator “ketertarikan” dengan skor sebesar 4,30 termasuk dalam kriteria sangat tinggi. Indikator “perasaan senang” dengan skor sebesar 4,50 dalam kriteria sangat tinggi. Indikator “keinginan” memiliki skor sebesar 4,60 dalam kriteria sangat tinggi. Maka dapat disimpulkan minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang dari tiga indikator di atas dengan skor rata rata sebesar 4,50 termasuk pada kategori sangat tinggi.

Hasil deskripsi tersebut menunjukkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa dapat berkembang sesuai dengan faktor yang mempengaruhinya seperti faktor dari dalam seperti persepsi, sikap, motivasi, prestasi belajar, bakat, jenis kelamin dan harapan bekerja, dan juga faktor dari luar yang muncul karena adanya pengaruh media sosial, ekonomi keluarga, pendidikan atau pengetahuan, lingkungan dan lain sebagainya (Sumerta et al., 2020). Seseorang akan berminat untuk berwirausaha ketika memiliki kesiapan yang lebih baik dibandingkan mereka yang tidak memiliki minat untuk merintis sebuah usaha (Rahayu & Sulistyowati, 2022). Seiring dengan perkembangan media sosial, tentunya menjadi peluang bagi mahasiswa STKIP PGRI Jombang melihat bagaimana menariknya konten promosi online yang ada pada media sosial (*whatsapp dan instagram*).

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil uji regresi linier berganda dapat ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,452	3,096		2,084	,040
1 Intensitas Media Sosial	,315	,069	,373	4,561	,000
Pengetahuan Kewirausahaan	,344	,071	,393	4,816	,000

a. Dependent Variable: Minat Beriwusaha

Sumber : Data diolah, 2023

Model regresi yang menyatakan pengaruh X1 dan X2 terhadap Y, mahasiswa di STKIP PGRI Jombang dapat dinyatakan sebagai berikut berdasarkan hasil pengujian.

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \epsilon$$

$$Y = 6,452 + 0,315 X_1 + 0,344 X_2 + \epsilon$$

Persamaan regresi linier berganda mendiskripsikan keterkaitan antara variabel bebas dan variabel terikat, dapat disimpul-

Kan : (1) Nilai constant diketahui 6,452, nilai ini bisa diartikan sebagai berikut: jika Intensitas penggunaan media sosial (X1), Pengetahuan kewirausahaan (X2) nilainya konstan, maka nilai variabel terikat minat berwirausaha (Y) adalah 6,452. (2) Diketahui bahwa variabel Intensitas penggunaan media sosial (X1) meningkat 1 satuan sedangkan variabel bebas lainnya tetap, sehingga variabel minat berwirausaha (Y) meningkat sebesar 0,315. (3) Diketahui Pengetahuan kewirausahaan (X2) meningkat 1 satuan sedangkan variabel bebas yang lain tetap, maka variabel minat berwirausaha (Y) meningkat sebesar 0,344.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (uji t)

Berdasarkan tabel 6, didapatkan hasil uji parsial sebagai berikut: (1) Nilai koefisien regresi variabel intensitas penggunaan media sosial (X1) sebesar 4,561 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Bila nilai t hitung > t tabel (4,561 > 1,983) dan signifikansi lebih kecil dari < 0,05, maka menunjukkan intensitas penggunaan media sosial (X1) secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y).

Sedangkan untuk nilai t hitung koefisien regresi variabel pengetahuan kewirausahaan (X2) diperoleh sebesar 4,816 dengan signifikan 0,000. Bila nilai signifikansi t hitung > t tabel (4,816 > 1,983) dan lebih kecil < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh variabel pengetahuan kewirausahaan (X2) secara parsial terhadap variabel minat berwirausaha (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Variabel bebas dan variabel terikat ditentukan dengan menggunakan uji F secara bersamaan (bersama-sama). Hasil pengujian secara simultan ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

ANOVA ^a					
Model	Sum of	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	254,495	2	127,248	31,863	0,00 _b
Residual	407,352	102	3,994		
Total	661,848	104			

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel 7 diketahui bahwa F tabel sebesar 3,08. F hitung (31,863) > F tabel (3,08) dan sig (0,000) < α (0,05) menunjukkan bahwa ada pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha Temuan ini mendukung

hipotesis bahwa minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI-Jombang secara simultan dipengaruhi oleh intensitas pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial.

Koefisien Determinasi R²

Tabel 8. Hasil Uji koefisien determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,869 ^a	,755	,750	,89929

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa nilai (R²) sebesar 0,755 atau 75 % sehingga dapat disimpulkan bahwa persentase sumbangan intensitas penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa adalah 75%. Sedangkan 25% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Artinya intensitas penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan jika digabungkan akan dapat mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa adalah 75%.

KESIMPULAN

Terbukti dari banyaknya mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang yang menggunakan media sosial WhatsApp dan Instagram untuk kegiatan bisnis online dan mencari informasi tentang kewirausahaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Melalui penerapan ilmu kewirausahaan, mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang akan memperoleh pola pikir dan sikap kewirausahaan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, D., & Septiany, F. R. (2019). *Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka)*. www.detiknews.com

Anggraeni, B., & Harnanik. (2015). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xi Smk Islam Nusantara Comal Kabupaten Pemalang. In *Juni* (Issue 1).

Atmaja, A.T, & Mergunani. (2016). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Aktivitas Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang*. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>

Cahyani, N. L. P., Westra, K., Ariyati, N. M., Netriani, N. K., Sumarno, T., & Sau, B. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* , 14 (1). <https://doi.org/10.>

Evaliana, Y. (2015). Pengaruh Efikasi Diri dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Manajemen* , 1.

Fauzi, V. P. (2016). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sosial Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru. In *JOM FISIP* (Vol. 3, Issue 1). <http://www.beritateknologi.com>,

Kirana, D. G. C., Harini, & Nugroho, J. A. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan

- Ekonomi Tahun Angkatan 2014-2016). *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4.
- Noviantoro, G. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Puspita Rahayu, E., & Nugroho Sulistyowati, S. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan, Ekonomi Dan Bisnis*, 7(Tahun), 12–23.
- Rahayu, E., & Laela, S. (2018). *Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa* (Vol. 20). <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw>
- Satrionugroho, B., & Tomo, S. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIKOMSiN)*, 8(2). <https://doi.org/10.30646/tikomsin.v8i2.516>
- Santoso, JTB, Dian Fithra Permana, Hana Netti Purasani. (2021). The Role of Peers in Encouraging the Students Digi-preneur Intentions. *ICE-BEES*, July 27-28. DOI 10.4108/eai.27-7-2021.2316883
- Santoso, JTB dan Ahmad Nurkhin. (2022). Student Digi-preneur: The Role of Peer Team-Based Learning and Project-Based Learning. *Dinamika Pendidikan* 17 (2) 215-226
- Sumerta, I. K., Redianingsih, N. K., Pranawa, I. M. B., & Indahyani, D. N. T. (2020). Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Suratno, Kohar, F., Rosmiati, & Kurniawan, A. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa/I Pada Smk Negeri 1 Kota Sungai Penuh*. 1(5). <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Media sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. In *Journal of Business Administration (JBA)* (Vol. 2, Issue 1).
- Yusmira, E., Marwati, & Rakib, M. (2019). *Faktor-faktor Yang Memengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Yang memiliki Usaha Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar)*.