

# **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

***Maria Gustina, Ati Sumiati, Mardi***

*Universitas Negeri Jakarta, Indonesia*

*by.mariagustina@gmail.com, ati-sumiati@unj.ac.id, mardi@unj.ac.id*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi terjangkau dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 di Fakultas Ekonomi UNJ angkatan 2018 yang berjumlah 269 orang dengan sampel sebanyak 161 orang menggunakan teknik *proportional random sampling*. Pengumpulan data menggunakan instrument kuesioner dengan skala *likert*. Uji persyaratan analisis yang dilakukan menunjukkan hasil yakni data berdistribusi normal dan linear. Berdasarkan hasil uji hipotesis dan uji koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis diterima. Koefisien determinasi pada penelitian ini adalah 46,7% yang menunjukkan penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga dalam memengaruhi minat berwirausaha sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga secara simultan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

**Kata Kunci:** *Penggunaan Media Sosial, Lingkungan Keluarga, Minat Berwirausaha*

## **THE EFFECT OF THE USE OF SOCIAL MEDIA AND THE FAMILY ENVIRONMENT ON INTEREST IN ENTREPRENEURSHIP ON STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS, JAKARTA STATE UNIVERSITY**

This research was conducted on undergraduate students at the Faculty of Economics UNJ. The method used is the survey method with questionnaires. The affordable population in this study was undergraduate students at the Faculty of Economics unj class of 2018 which amounted to 269 people with a sample of 161 people using proportional random sampling techniques. The data analysis techniques used are descriptive analysis, analysis requirement test, hypothesis test, and determination coefficient test. The analysis requirements test conducted showed the results are normal and linear distributed data. Based on the results of hypothesis tests and coefficients of determination, it can be concluded that all hypotheses are accepted. The coefficient of determination in this study was 46.7% which showed the use of social media and family environment in influencing entrepreneurial interests while the rest was influenced by other factors that were not studied. Based on the results of the analysis, it can be concluded that the use of social media and family environment simultaneously affects entrepreneurial interests.

**Keywords:** Use of Social Media, Family Environment, Entrepreneurial Interests

## **PENDAHULUAN**

Salah satu masalah utama yang dihadapi negara berkembang seperti Indonesia adalah masalah ketenagakerjaan. Populasi terus bertambah setiap tahun tetapi tidak diikuti oleh peningkatan pekerjaan, yang merupakan penyebab pengangguran yang meluas.

Jumlah pengangguran di Indonesia terus meningkat. Terlepas dari tingkat pendidikan terakhir, setiap pencari kerja harus bersaing untuk pekerjaan dalam kesempatan kerja yang terbatas.

Menurut Biro Pusat Statistik, populasi pekerja adalah 131,03 juta orang, meningkat 1,67 juta orang dari Februari 2020. Sementara jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 6,88 juta orang dengan peningkatan 60 ribu orang pada Februari 2020. Dilihat dari jenjang pendidikan, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) masih menempati posisi tertinggi di antara jenjang pendidikan lainnya, yaitu sebesar 8,49 persen. Sekolah Menengah Atas (SMA) TPT menempati peringkat kedua dengan persentase 6,77 persen, TPT Diploma I,II, dan III berada di peringkat ketiga dengan persentase 6,76 persen. TPT Universitas menempati posisi keempat dengan persentase 5,73 persen. Berdasarkan data tersebut, tingkat pengangguran terdidik tergolong sangat tinggi. Permasalahan pengangguran terdidik ini disebabkan banyaknya sarjana atau lulusan sekolah yang tidak sesuai dengan jumlah lapangan kerja yang ada dan belum berani menyediakan atau menciptakan lapangan kerja. Melalui minat dalam berwirausaha dapat membantu mahasiswa untuk berani melakukan sesuatu yang mereka sukai seperti menciptakan lapangan kerja sesuai dengan latar belakang pendidikan mereka.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat dalam berwirausaha, yaitu penggunaan media sosial. Menurut Hootsuite pada Januari 2020, diperkirakan pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta orang dan pengguna media sosial mencapai 160 juta pengguna dengan penetrasi 59% yang tersebar di seluruh wilayah. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat sebesar 12 juta (8,1 persen) antara April 2019 dan Januari 2020. Perkembangan internet telah mempengaruhi berbagai sektor, salah satunya pembangunan ekonomi. Di masa lalu, berbagai transaksi perdagangan yang sebelumnya hanya dilakukan secara tatap muka dan beberapa cara lain seperti mengirim postingan atau telepon, kini dapat dilakukan melalui internet dengan akses yang paling mudah dan efisien. Transaksi melalui internet dikenal sebagai e-commerce. Penjual memasarkan produknya melalui jejaring media sosial seperti Instagram, Facebook, Tiktok bahkan hingga percakapan grup seperti Whatsapp.

Selain itu, mahasiswa Fakultas Ekonomi juga telah menggunakan media sosial dalam Program Pengembangan Manajemen dan Bisnis (PPMB) yang diikutinya untuk memasarkan produk yang dijual agar lebih efisien dan informasi produk tersebut dapat tersebar secara meluas dan cepat. Menurut data yang diambil dari situs daring Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta peserta yang mengikuti Program Mahasiswa Wirausaha FE UNJ tidak mencapai target yang seharusnya. Dari 200 orang yang ditargetkan hanya 110 orang yang mengikuti Program Mahasiswa Wirausaha tersebut. Berdasarkan data tersebut menunjukkan kurangnya minat mahasiswa Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Jakarta untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan.

Selain penggunaan media sosial, faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah faktor lingkungan keluarga. Bila diperhatikan banyak dari kalangan wirausaha memiliki latar belakang keluarga yang sudah terlebih dahulu terjun dalam dunia kewirausahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor lingkungan keluarga sangat berperan dalam mendorong minat berwirausaha.

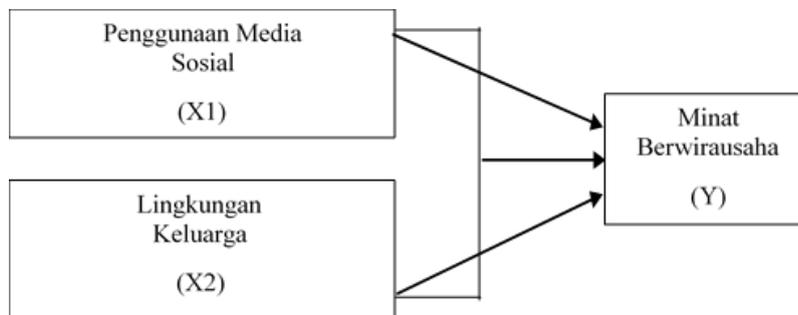
Beberapa hasil studi sebelumnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha menunjukkan perbedaan hasil atau *research gap*. Hasil penelitian (Komang Sumerta et al., 2020) penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian (Kumara, 2020) menyatakan media sosial secara signifikan berpengaruh positif terhadap berwirausaha. Hasil penelitian (Suratno et al., 2020) mengungkapkan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Kurniawan & Harti, 2013) menyatakan penggunaan media sosial memiliki pengaruh dengan tingkat yang sangat rendah terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian (Hariyani & Wibowo, 2020) juga menyatakan variabel pemanfaatan media sosial secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian (Indriyani, 2018) menunjukkan lingkungan keluarga memiliki pengaruh signifikan yang tinggi terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian (Syarifuddin et al., 2017) menunjukkan lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha, semakin tinggi intensitas pergaulan di lingkungannya, maka semakin tinggi peluang bagi mahasiswa untuk mendapatkan informasi, motivasi dan dorongan untuk berwirausaha. Hasil penelitian (Wiani, 2018) menyatakan pengaruh lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan (Nurhadifah, 2018) menunjukkan terdapat pengaruh positif lingkungan keluarga tetapi dengan tingkat yang sangat rendah terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian (Rahmadi & Heryanto, 2016) mengungkapkan hasil yang berbeda bahwa lingkungan sosial dan keluarga tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, berdasarkan latar belakang dan *reaserch gap* yang ada penulis ingin melakukan kajian mengenai pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode pengumpulan dan pengolahan data. Data dikumpulkan dengan menggunakan alat ukur yang valid dan reliabel dikuantifikasi dan dianalisis (Duli,

2019). Penelitian ini dilakukan dengan metode survey yang biasanya dilakukan untuk mengambil satu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam, tetapi generalisasi yang dilakukan bisa lebih akurat bila digunakan sampel yang representatif (Unaradjan, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis setiap variabel bebas yang terdiri dari gaya pengaruh penggunaan media sosial ( $X_1$ ) dan lingkungan keluarga ( $X_2$ ) baik secara stimultan maupun parsial dalam mempengaruhi variabel terikat yaitu minat berwirausaha ( $Y$ ). Konstelasi penelitian dapat di lihat pada gambar 1 di bawah ini :



**Gambar 1 Konstelasi Pengaruh Antar Variable**

*Sumber : Data diolah oleh peneliti (2021)*

Populasi terjangkau dalam penelitian ini ialah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri Jakarta angkatan 2018 sebanyak 269 orang. Teknik sampel yang digunakan yaitu *proportionatal random sampling*. Adapun penentuan sampel peneliti menggunakan rumus Slovin dengan *error margin* 5%, maka dari 269 mahasiswa diperlukan 161 mahasiswa untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan kuesioner atau angket. Adapun teknik analisa data yang dipakai dalam penelitian ini antara lain analisis persamaan regresi, uji persyaratan analisis, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

#### *Minat Berwirausaha (Y)*

Data variabel minat berwirausaha dalam peneltian ini menggunakan hasil pengisian angket yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Penelitian pada variabel ini diukur dengan 4 indikator yaitu perasaan senang, ketertarikan, perhatian, dan keterlibatan (Syahputra, 2020), (A. Rahayu, 2015), (Hartono, 2018). Adapun hasil olah data menunjukkan skor tertinggi sebesar 115 sedangkan skor terendah sebesar 51 dengan skor rata-rata sebesar 90.01, skor varian sebesar 127.937, dan standar deviasi sebesar 11.311.

Tabel 1 Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha (Y)

Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Fr. Absolute	Fr. Relative (%)
51 - 59	50,5	59,5	1	1%
60 - 68	59,5	68,5	6	4%
69 - 77	68,5	77,5	10	6%
78 - 86	77,5	86,5	41	25%
87 - 95	86,5	95,5	64	40%
96 - 104	95,5	104,5	24	15%
105 - 113	104,5	113,5	12	7%
114- 122	113,5	122,5	3	2%
<b>Total</b>			<b>161</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan tabel di atas frekuensi kelas tertinggi variabel minat berwirausaha terletak pada interval kelas 5 (lima) yaitu pada rentang 87-95 dengan frekuensi relatif sebesar 40%. Sedangkan frekuensi terendah pada interval kelas 1 (satu) yaitu pada rentang 51-59 dengan frekuensi relatif sebesar 1%. Berdasarkan hasil olah data juga dapat diketahui indikator minat berwirausaha yang paling tinggi adalah pada indikator adanya perhatian yaitu sebesar 26%. Sedangkan tiga indikator minat berwirausaha yang lainnya memiliki presentase yang sama yaitu sebesar 25%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa yang tertarik dengan kegiatan bisnis akan membangkitkan minat mahasiswa berwirausaha. Dengan adanya perhatian, mahasiswa yang tertarik pada suatu objek (berwirausaha) secara otomatis akan memperhatikan objek tersebut.

#### *Penggunaan Media Sosial (X<sub>1</sub>)*

Data variabel minat berwirausaha dalam penelitian ini menggunakan hasil pengisian angket yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Penelitian pada variabel ini diukur dengan 4 indikator yaitu partisipasi, keterbukaan, percakapan; dan saling terhubung (Suratno et al., 2020), (E. S. Rahayu & Laela, 2018), (Tamimy, 2017). Adapun hasil olah data menunjukkan skor tertinggi 100 sedangkan skor terendah sebesar 46 dengan skor rata-rata sebesar 79,50, skor varian sebesar 97.464, dan standar deviasi sebesar 9.872.

Tabel 2 Distribusi Frekuensi Penggunaan Media Sosial (X1)

Kelas	Batas Bawah	Batas Atas	Fr. Absolute	Fr. Relative (%)
46 - 52	45,5	52,5	1	1%
53 - 59	52,5	59,5	4	2%
60 - 66	59,5	66,5	12	7%
67 - 73	66,5	73,5	26	16%
74 - 80	73,5	80,5	51	32%
81 - 87	80,5	87,5	32	20%
88 - 94	87,5	94,5	23	14%
95 - 101	94,5	101,5	12	7%
<b>Total</b>			<b>161</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan tabel di atas frekuensi kelas tertinggi variabel penggunaan media sosial terletak pada interval kelas 5 (lima) yaitu pada rentang 74-80 dengan frekuensi relatif sebesar 32%. Sedangkan frekuensi terendah pada interval kelas 1 (satu) yaitu pada rentang 46-52 dengan frekuensi relatif sebesar 1%.

Berdasarkan hasil olah data juga dapat diketahui indikator penggunaan media sosial yang paling tinggi adalah pada indikator saling terhubung yaitu sebesar 27%. Sedangkan indikator penggunaan media sosial yang lain memiliki bobot yang hampir sama yaitu 24-25%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa saling terhubung antar satu sama lain dalam menggunakan media sosial.

*Lingkungan Keluarga (X<sub>2</sub>)*

Data variabel minat berwirausaha dalam penelitian ini menggunakan hasil pengisian angket yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Penelitian pada variabel ini diukur dengan 5 indikator yaitu cara orang tua mendidik, relasi antar anggota keluarga, suasana rumah, keadaan ekonomi keluarga, pengertian orang tua, dan latar belakang kebudayaan (Andi Setiawan, 2017), (Indriyani, 2018), dan (Marbun, 2018). Adapun hasil olah data menunjukkan skor tertinggi 120 sedangkan skor terendah sebesar 61 dengan skor rata-rata sebesar 97.19, skor varian sebesar 147469, dan standar deviasi sebesar 12,144.

Tabel 3 Distribusi Frekuensi Lingkungan Keluarga (X2)

Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Fr. Absolute	Fr. Relative (%)
61 - 68	60,5	68,5	4	2%
69 - 76	68,5	76,5	4	2%
77 - 84	76,5	84,5	18	11%
85 - 92	84,5	92,5	24	15%

93 - 100	92,5	100,5	47	29%
101 - 108	100,5	108,5	34	21%
109 - 116	108,5	116,5	23	14%
117- 124	116,5	124,5	7	4%
<b>Total</b>			<b>161</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan tabel di atas frekuensi kelas tertinggi variabel lingkungan keluarga terletak pada interval kelas 5 (lima) yaitu pada rentang 93-100 dengan frekuensi relatif sebesar 29%. Sedangkan frekuensi terendah pada interval kelas 1 (satu) yaitu pada rentang 61-68 dan interval kelas 2 (dua) yaitu pada rentang 69-76 dengan frekuensi relatif sebesar 2%. Berdasarkan hasil olah data juga dapat diketahui indikator lingkungan keluarga yang paling tinggi adalah pada indikator cara orangtua mendidik yaitu sebesar 18%. Sedangkan lingkungan keluarga yang paling rendah yaitu indikator latar belakang kebudayaan yaitu sebesar 14%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki kekurangan dalam indikator latar belakang kebudayaan.

### Uji Prasyarat Analisis

#### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data dapat berdistribusi normal atau tidak dan juga untuk mendeteksi model yang peneliti gunakan memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Sminov pada taraf signifikansi 5% atau 0,05 menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic versi 26. Hasil *ouput* perhitungan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dari data Minat Berwirausaha (Y), Penggunaan Media Sosial (X1), dan Lingkungan Keluarga (X2), sebagai berikut :

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas  
(One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test)

		Unstandardized Residual
N		161
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8.20232284
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.043
	Negative	-.044
Test Statistic		.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

*Uji Linieritas*

Dalam pengujian linieritas ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian ini dilakukan dengan SPSS menggunakan Test of Linearity pada taraf signifikansi 0,05. Variabel dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi < 0,05. Perhitungan linieritas pada penelitian ini dan *ouput* analisis linieritas dalam penelitian ini ditunjukkan pada table ke-5 di bawah ini yaitu :

Tabel 5 Ringkasan Hasil Uji Linieritas

Variabel	F-hitung	F-tabel	Sig	Keterangan
X <sub>1</sub> - Y	1,553	3,05	0,000	Linear
X <sub>2</sub> - Y	1,777	3,05	0,000	Linear

*Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)*

Berdasarkan hasil *ouput* uji linieritas pada tabel di atas dapat dilihat bahwa data tergolong linier. Hal ini sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan pada signifikansi deviation from linearity yakni apabila nilai signifikansi pada tabel anova menunjukkan angka >0,05 maka dapat dikatakan liner. Adapun nilai signifikansi dari penggunaan media sosial dengan minat berwirausaha yaitu 0,000, lingkungan keluarga dengan minat berwirausaha yaitu 0,000. Terdapat hubungan yang linear antara penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga dengan minat berwirausaha pada penelitian ini.

**Pengujian Hipotesis**

*Analisis Regresi Linear Berganda*

Analisis regresi linear adalah hubungan sebuah variabel terikat atau (Variabel Y) dengan dua atau lebih variabel bebas (Variabel X) yang bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan antar variabel. Perhitungan persamaan regresi berganda pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 26. *Output* analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini ditunjukkan pada table ke-6 di bawah ini yaitu :

Tabel 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.628	5.945		3.302	.001

<b>Penggunaan Media Sosial (X1)</b>	.503	.081	.439	6.244	.000
<b>Lingkungan Keluarga (X2)</b>	.313	.066	.336	4.773	.000
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)					

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

Persamaan tersebut menginformasikan bahwa 43,066 merupakan nilai konstanta 0,503 merupakan nilai koefisien penggunaan media sosial, dan nilai konstanta 0,313 merupakan nilai koefisien lingkungan keluarga, Nilai konstanta sebesar 19,628 bermakna bahwa apabila variabel penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga bernilai 0, maka angka yang ditampilkan untuk minat berwirausaha akan bernilai positif. Nilai koefisien nilai koefisien penggunaan media sosial, dan koefisien lingkungan keluarga, yang bernilai positif mengandung makna bahwa apabila masing-masing koefisien tersebut mengalami kenaikan sebesar 1%, maka nilai minat berwirausaha juga akan mengalami peningkatan, yang di mana minat berwirausaha akan meningkat 0,503 ketika koefisien penggunaan media sosial bernilai 0,503. Kemudian untuk lingkungan keluarga untuk koefisien (b2) dengan angka 0,313 maka peningkatannya minat berwirausaha yang terjadi adalah sebesar 0,313.

#### Uji F

Uji F adalah uji untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Perhitungan uji F pada penelitian ini. Output uji F ditunjukkan pada table ke- 7 di bawah ini yaitu:

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	<b>Regression</b>	9705.479	2	4852.740	71.228	.000 <sup>b</sup>
	<b>Residual</b>	10764.496	158	68.130		
	<b>Total</b>	20469.975	160			
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)						
b. Predictors: (Constant), Lingkungan Keluarga (X2), Penggunaan Media Sosial (X1)						

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

Hasil uji F menunjukkan  $F_{hitung}$  yaitu (71,228) sedangkan  $F_{tabel}$  yaitu (3,05), kemudian nilai signifikansi menunjukkan hasil (0,000<sup>b</sup>). Hasil tersebut menginformasikan bahwa penelitian ini memiliki  $F_{hitung}$  (71,228) >  $F_{tabel}$  (3,05) dan nilai signifikasinya  $0,000^b < 0,05$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan pada penelitian ini penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha.

*Uji T*

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Perhitungan uji T pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 26. *Output* uji T ditujukan pada table ke-8 di bawah ini yaitu:

Tabel 8 Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	19.628		
	Penggunaan Media Sosial (X1)	.503	.081	.439	6.244	.000
	Lingkungan Keluarga (X2)	.313	.066	.336	4.773	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

*Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)*

Berdasarkan hasil yang tertera di dalam tabel, diketahui bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel penggunaan media sosial yaitu 6,244,  $t_{hitung}$  dari variabel lingkungan keluarga yakni dengan angka 4,773. Adapun  $t_{table}$  nya adalah 1.975. Dengan demikian penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha.

*Uji Koefisien Determinasi*

Uji ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Perhitungan uji koefisien determinasi pada penelitian ini. *Output* uji koefisien determinasi dapat ditujukan pada table ke-9 di bawah ini yaitu:

Tabel 9 Ringkasan Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 <sup>a</sup>	.474	.467	8.254

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil olah data dapat disimpulkan penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga dalam menjelaskan variabel minat berwirausaha adalah sebesar 46,7% sedangkan sisanya sebesar 53,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

### Pembahasan

Berdasarkan uji persyaratan analisis yang telah diinformasikan melalui tabel di atas dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal dan memiliki hubungan yang linear antar variabel. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dijelaskan dalam sub pengujian hipotesis, terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Adapun penjelasan lebih rinci dijabarkan sebagai berikut :

#### *Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha*

Hal ini dapat dibuktikan pada hasil penelitian ini pada uji t diperoleh  $t_{hitung}$  6,244 dimana nilai  $t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar 1.975. maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (6,244 > 1,975), sehingga penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Persamaan regresi linear berganda ditemukan pada variabel penggunaan media sosial ialah 0,503 atau bernilai positif terhadap Y, maka penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori Penelitian terdahulu dari penelitian Komang Sumerta et al. (2020) memiliki hasil penelitian yaitu penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan tingkat penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha, hal itu dapat dilihat dari nilai t-hitung adalah 8,417 lebih besar dari nilai t-tabel 1,661. Penelitian lain yang serupa dilakukan oleh Suratno et al. (2020) mengungkapkan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Diperoleh nilai t-hitung variabel media

sosial sebesar 5,975, dikarenakan nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $5,975 > 1,9824$ ), maka secara parsial media sosial memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Kumara (2020) yang menyatakan media sosial secara signifikan berpengaruh positif terhadap berwirausaha hal ini ditunjukkan dengan hasil uji signifikansi parsial pada variabel penggunaan media sosial diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $0,045 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $2,034 > 1,661$  sehingga dapat diketahui bahwa penggunaan media sosial secara signifikan berpengaruh positif terhadap berwirausaha. Adapun perbedaan pada ketiga penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni terletak pada variabel tambahan dan sampel.

#### *Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha secara parsial dan signifikan memiliki pengaruh positif, didasari atas hasil perhitungan pada hasil penelitian ini menunjukkan uji  $t$  diperoleh  $t_{hitung}$  4.773 dan nilai  $t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% yakni 1.975. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4.773 > 1.975$ ), sehingga variabel lingkungan keluarga memengaruhi minat berwirausaha secara simultan. Persamaan regresi linear berganda dari variabel lingkungan keluarga sebesar 0,313 atau bernilai positif terhadap  $Y$ , maka lingkungan keluarga memengaruhi minat berwirausaha.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori dari Indriyani (2018) yang menunjukkan lingkungan keluarga memiliki pengaruh signifikan yang tinggi terhadap minat berwirausaha. Hal ini berdasarkan uji signifikansi simultan (uji  $t$ ) variabel lingkungan keluarga, terhadap minat berwirausaha menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,033 < 0,05$ . Kontribusi secara parsial pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha sebesar 4,20%. Hasil penelitian lain yang dilakukan pula oleh Syarifuddin et al. (2017) menunjukkan lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha, semakin tinggi intensitas pergaulan di lingkungannya, maka semakin tinggi peluang bagi mahasiswa untuk mendapatkan informasi, motivasi dan dorongan untuk berwirausaha. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan dan positif, dibuktikan melalui hasil uji  $t$  sebesar 7.056, dengan *probability value* sebesar 0.000. Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiani et al. (2018) menyatakan pengaruh lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha hal ini ditunjukkan dengan skor uji  $t$  yang diperoleh yaitu 0,000 – 0,043 dimana taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05 dinyatakan valid. Skor yang diperoleh dalam uji reliabilitas pada penelitian ini sebesar 0,703 memiliki derajat keandalan yang tinggi. Adapun perbedaan pada ketiga penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni terletak pada variabel tambahan dan sampel.

*Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha secara parsial dan signifikan memiliki pengaruh positif, didasari atas hasil pada uji F diperoleh  $F_{hitung}$  itu  $g$  71.228 yang kemudian dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3.05. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $71.228 > 3.05$ ), sehingga variabel penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga dengan minat berwirausaha memberikan pengaruh yang signifikan. Dalam uji koefisien determinasi sebesar 0,467 yang berarti penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga dengan minat berwirausaha berpengaruh sebesar 46,7%.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori dari Zuraida & Ayu (2013) dalam penelitian ini ada pengaruh antara penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga dengan minat berwirausaha secara positif dan signifikan sebesar 58,8% dan F hitung sebesar 312.59 dengan nilai  $F_{tabel}$  adalah 8.54. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni terletak pada penggunaan indikator, variabel tambahan dan sampel. Angka koefisien determinasi atau menunjukkan 0,350 artinya variansi dalam minat berwirausaha dapat dijelaskan dengan penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga sebesar 35%. Adapun perbedaan pada kedua penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni terletak pada variabel tambahan dan sampel.

## **SIMPULAN**

Dari latar belakang yang diangkat mengenai minat berwirausaha pada mahasiswa membutuhkan dukungan pemanfaatan media sosial dan lingkungan keluarga mahasiswa untuk memunculkan minat dan ketertarikan dalam membangun sebuah usaha. Adapun penelitian ini menguji 2 (dua) faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha yaitu penggunaan media sosial ( $X_1$ ), dan lingkungan keluarga ( $X_2$ ) yang diujikan pada 161 mahasiswa sebagai responden menghasilkan informasi di antaranya ada 1. terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. hal ini berarti bahwa semakin baik penggunaan media sosial maka akan meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

Selain itu hasil uji data dalam penelitian ini menghadirkan informasi adanya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. hal ini berarti bahwa semakin mendukung lingkungan keluarga akan meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa. Dari keseluruhan hasil uji data disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga secara bersamaan terhadap minat berwirausaha. hal ini

berarti bahwa semakin baik penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga yang mendukung akan meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

Berdasarkan hasil uji data dan pembahasan, penulis memberikan saran antara lain yaitu 1) Penelitian ini dapat menjadi diharapkan mampu meningkatkan minat berwirausaha dengan memiliki keyakinan dan kekuatan yang ada dalam dirinya. Selain itu mahasiswa juga dapat memanfaatkan sosial media untuk memasarkan produknya dengan membuat akun khusus agar produk dapat dilihat lebih detail, 2) Untuk dosen diharapkan mampu menjadi pihak yang mendukung mahasiswa untuk meningkatkan minat berwirausaha dengan cara mendorong mahasiswa menyakini potensi bisnis yang dimiliki mahasiswa. Dosen memiliki peran yang penting dalam memotivasi mahasiswa untuk berani menggunakan peluang dan bersaing dalam menciptakan bisnis yang dapat bersaing dan memiliki nilai jual, 3) Untuk orang tua diharapkan dapat memberikan dukungan pada mahasiswa untuk meningkatkan minat berwirausaha dengan mendukung anaknya untuk terlibat dalam menciptakan usaha baru atau menjadi wirausaha, 4) Kemudian saran untuk peneliti selanjutnya yaitu diharapkan dapat menggali lagi faktor efikasi diri, faktor ekspektasi pendapatan, faktor motivasi, faktor Pendidikan dan lain-lain yang juga dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Selain itu, peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat lebih disempurnakan dengan menggunakan sumber yang lebih banyak dan terbaru karena peneliti menyadari terbatasnya sumber yang memadai karena pandemic covid-19.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agung Purnomo, D. (2020). *Dasar-dasar Kewirausahaan* (A. Rikki (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Agusmiati, D., & Wahyudin, A. (2019). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian, Dan Motivasi, Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderating. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 878–893. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28317>
- Alfaruk, M. H. (2017). PENGARUH PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA, MOTIVASI DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA EKONOMI DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO. *Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4.
- Andi Setiawan, M. P. (2017). *Belajar dan Pembelajaran*. Uwais Inspirasi Indonesia. [https://books.google.co.id/books?id=CPhqDwAAQBAJ&hl=id&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.co.id/books?id=CPhqDwAAQBAJ&hl=id&source=gbs_navlinks_s)
- Anggri Puspita Sari, D. (2020). *Kewirausahaan dan Bisnis Online* (A. Rikki (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Christine Daymon, I. H. (2008). *Metode-Metode Riset Kualitatif*. Bentang. <https://books.google.co.id/books?id=GO-PT5-RiKQC&pg=PA138&dq=validitas+adalah&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwj->

- 2czlsu7sAhWK7XMBHbL\_AIMQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q&f=false
- Dadang, A. . (2020). *Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia, Etos Kerja dan Semangat Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Pemberdayaan Perempuan Dan Keluarga Berencana Kabupaten Biak Numfor*. Qiara Media.
- Dawkins, F. (2014). *Family Entrepreneur Easier Said Than Done* (J. Mcknight (Ed.)). Dundurn Toronto.  
<https://books.google.co.id/books?id=UctJAgAAQBAJ&pg=PA177&dq=social+media+family+entrepreneurship&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiJgbr9kefsAhUVdCsKHYR-AqMQ6AEwAXoECAYQAg#v=onepage&q&f=false>
- Dewi, K., Yaspita, H., & Yulianda, A. (2020). *MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN*. Deepublish Publisher.
- Dewi, S. K. S. (2017). *Konsep dan Pengembangan Kewirausahaan di Indonesia*. Deepublish.
- Didin Fatihudin. (2015). *Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. Zifatama Publisher.
- Djaali. (2012). *Psikologi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Duli, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*. Deepublish Publisher.
- Dyah Indraswati, Hidayati, V. R., Wulandari, N. P., & Mauliyda, M. A. (2020). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PGSD UNIVERSITAS MATARAM. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.  
<https://doi.org/10.26740/jepk.v9n1.p17-34>
- Fajrillah, F., Purba, S., Sirait, S., Sudarso, A., Sugianto, S., Sudirman, A., Febrianty, F., Hasibuan, A., Julyanthry, J., & Simarmata, J. (2020). *SMART ENTREPRENEURSHIP: Peluang Bisnis Kreatif & Inovatif di Era Digital* (T. Limbong (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Genç, M., & Öksüz, B. (2015). A Fact or an Illusion: Effective Social Media usage of Female Entrepreneurs. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 293–300.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.345>
- Hariyani, R., & Wibowo, A. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha. *Seminar Nasional Dinamika Informatik*, 4, 112–117.
- Hartono, M. S. (2018). *Bimbingan Karier* (Kencana (Ed.)). Prenada Media.
- Hasan, M. (2020). *Literasi dan Perilaku Ekonomi: Transfer Pengetahuan Kewirausahaan dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi Informal*. Media Sains Indonesia.  
[https://books.google.co.id/books?id=9fEIEAAQBAJ&dq=social+media+minat+berwirausaha&hl=id&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.co.id/books?id=9fEIEAAQBAJ&dq=social+media+minat+berwirausaha&hl=id&source=gbs_navlinks_s)

- Hasbullah. (2009). *Dasar-dasar Ilmu Pendidikan*. Rajawali Pers.
- Hernández-Linares, R., Kellermanns, F. W., & López-Fernández, M. C. (2018). A note on the relationships between learning, market, and entrepreneurial orientations in family and nonfamily firms. *Journal of Family Business Strategy*, 9(3), 192–204. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2018.08.001>
- Ilyas, M., Hafidhuddin, D., & Al-hamat, A. (2018). KONSEP PENDIDIKAN KELUARGA DALAM AL-QUR'AN. *TAWAZUN*, 11, 3–6.
- Indriyani, L. (2018). Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 848–862.
- Irwansyah, M., & Subiyantoro, H. (2018). Pengaruh Kreativitas, Lingkungan Keluarga dan Jiwa Entrepreneur Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa STKIP PGRI TULUNGAGUNG. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 2(1), 36. <https://doi.org/10.29408/jpek.v2i1.798>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (2008). Kamus Besar Bahasa Indonesia; Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/penggunaan>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karen Hapuk, M. S., Suwatno, S., & Machmud, A. (2020). Efikasi diri dan motivasi: sebagai mediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 59–69. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v5i2.4577>
- Komang Sumerta, N. K. R., 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 pendahuluan di era digitalisasi saat ini mungkin apa pun bisa dikaitkan dengan internet . Konsumen j. 7*, 627–652.
- Kumara, B. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial. *Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 52–56.
- Kurniati, E. D. (2015). *Kewirausahaan Industri*. Deepublish.
- Kurniawan, Y. R., & Harti. (2013). Pengaruh tingkat penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa pendidikan ekonomi universitas negeri surabaya. *Universitas Negeri Surabaya*.
- Marbun, S. M. (2018). *Psikologi Pendidikan*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Morah, D. N., & Omojola, O. (2018). Social Media Use and Entrepreneurship Development in Nigeria: Lagos and Onitsha in Focus. *International Journal of Advance Study and Research Work*, 1, 15. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1420101>
- Nabila, D. (2020). *Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.0*. PT Citra Intrans Selaras.

- Noviantoro, G., & Rahmawati, D. (2017). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Fakultas Ekonomi 2017 PENDAHULUAN*, 01(1), 1–7. <http://www.albayan.ac>
- Nugroho, E. (2018). *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuesioner*. UB Press.
- Nurhadifah, siti nafi'ah. (2018). *Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi the Effect of Personality , Family Environment , and Peer Group Toward Interest in Entrepreneurship of Accounting Education*. XVI(2).
- Olanrewaju, A. S. T., Hossain, M. A., Whiteside, N., & Mercieca, P. (2020). Social media and entrepreneurship research: A literature review. *International Journal of Information Management*, 50(November 2018), 90–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.011>
- Oxley, A. (2013). Security Risks in Social Media Technologies : Safe Practices in Public Service Applications. In *Security Risks in Social Media Technologies*. Woodhead Publishing Limited. <https://doi.org/10.1016/b978-1-84334-714-9.50001-2>
- Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia, November, 2–3*.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Elex Media Komputindo.
- Rahayu, A. (2015). MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA POLITEKNIK NEGERI BANDUNG ANGKATAN 2013 & 2014. *Minat Berwirausaha Mahasiswa Administrasi Politeknik Negeri Bandung, 1993, 24*. [http://ridum.umanizales.edu.co:8080/jspui/bitstream/6789/377/4/Muñoz\\_Zapata\\_Adriana\\_Patricia\\_Artículo\\_2011.pdf](http://ridum.umanizales.edu.co:8080/jspui/bitstream/6789/377/4/Muñoz_Zapata_Adriana_Patricia_Artículo_2011.pdf)
- 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>
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya : Bandung. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=681738#>
- Raman, R., & Menon, P. (2018). Using social media for innovation – market segmentation of family firms. *International Journal of Innovation Science*. <https://doi.org/10.1108/IJIS-08-2017-0078>
- Sahroh, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan ...*, 6(3). <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/25242>
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Universitas Brawijaya Press.

- Sayidah, N. (2018). *Metodologi Penelitian*. Zifatama Jawaara.
- Secundo, G., Del Vecchio, P., & Mele, G. (2021). Social media for entrepreneurship: myth or reality? A structured literature review and a future research agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 27(1), 149–177. <https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2020-0453>
- Siregar, Z. A., & Marwan. (2020). *The Influence of Family Environment, Entrepreneurship Knowledge and Entrepreneurship Motivation on Students' Entrepreneurship Interest of Islamic Education Management Program of Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. 124(December 2018), 566–574. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.120>
- Slamet Riyanto, A. A. H. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Deepublish Publisher.
- Slameto. (2013). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Rineka Cipta.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Elex Media Komputindo.
- Suratno, Kohar, F., Rosmiati, & Kuniawan, A. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, MEDIA SOSIAL, DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA/I PADA SMK NEGERI 1 KOTA SUNGAI PENUH. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5), 482. <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Syahputra, E. (2020). *Snowball Throwing Tingkatkan Minat dan Hasil Belajar*. haura publishing.
- Syarifuddin, D., Iskandar, I., & Hakim, L. (2017). Dampak lingkungan terhadap minat mahasiswa pariwisata berwirausaha. *Pariwisata*, IV(1), 1–13. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp/article/view/1831/1380>
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, Personal Branding-mu: Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial*. VisiMedia.
- Tangkeallo, D. I., & Tangdialla, R. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1), 74–79. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i1>.
- Thalib, S. B. (2010). *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*. Kencana.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (K. Sihotang (Ed.)). Grafindo.
- Wiani, A., Ahman, E., & Machmud, A. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik Smk Di Kabupaten Subang. *Jurnal MANAJERIAL*, 17(2), 227. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.11843>
- Widyasari, K. L., Nuranna, F. S., Sulasmi, A. L., Rokayah, Wihartono, W., Sinuraya, N. E., Lestari, S. C., Finaka, A. W., Oscario, N., Sejati, D. F., Pamungkas, C. A., Riswan, H., Syarifuddin, A., Fa, D., & Riswan, H. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah* (1st ed.). Direktorat Jenderal INformasi dan Komunikasi Publik,

Kementrian Komunikasi dan Informatikai.

Wurth, S. (2017). *Becoming an entrepreneur through social media on the example of self-employed companies*. 78.

Zainuddin, M. (2020). *Metodologi Penelitian Kefarmasian Edisi 2*. Airlangga University Press.

Zuraida, R., & Ayu, K. G. (2013). Perilaku Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara (BINUS). *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 4(2), 904. <https://doi.org/10.21512/comtech.v4i2.2529>