

**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, KREATIVITAS,
DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN
EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

**KALISTA MARIA MAGDALENA SINAGA
NPM 1913031001**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, KREATIVITAS,
DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN
EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG**

Oleh

KALISTA MARIA MAGDALENA SINAGA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PENDIDIKAN**

Pada

**Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, KREATIVITAS, DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

KALISTA MARIA MAGDALENA SINAGA

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan desain penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 240 mahasiswa aktif Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Angkatan 2019, 2020, dan 2021. Strategi pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan prosedur *simple random sampling*, sehingga menghasilkan sampel sebanyak 71 responden. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Uji data SPSS menggunakan model regresi linier sederhana (uji T) dan uji regresi linier berganda (uji F). Berdasarkan uji simultan secara menyeluruh pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Hasil dari penelitian ini yaitu seluruh variabel bebas memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

Kata kunci: Kreativitas, Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan Minat Berwirausaha

ABSTRACT

THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE, CREATIVITY, AND UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA ON ENTREPRENEURIAL INTEREST IN ECONOMICS EDUCATION STUDENTS AT THE UNIVERSITY OF LAMPUNG

By
KALISTA MARIA MAGDALENA SINAGA

The purpose of this study was to determine the effect of entrepreneurial knowledge, creativity, and utilization of social media on entrepreneurial interest of Economics Education students at Lampung University. This study uses a descriptive verification method with a quantitative research design. The population in this study consisted of 240 active students of Economic Education, University of Lampung, Classes 2019, 2020, and 2021. The sampling strategy used probability sampling with a simple random sampling procedure, resulting in a sample of 71 respondents. Data collection methods using observation, questionnaires, and documentation. SPSS data test using simple linear regression model (T test) and multiple linear regression test (F test). Based on simultaneous tests as a whole entrepreneurial knowledge, creativity, and utilization of social media affect the entrepreneurial interest of Economic Education students at Lampung University. The result of this research is that all independent variables have an influence on the entrepreneurial interest of Economic Education students of Lampung University.

Keywords: Creativity, Entrepreneurship knowledge, Social Media, Entrepreneurial Interest

Judul Skripsi : **PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, KREATIVITAS, DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Kafista Maria Magdalena Sinaga**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1913031001**

Program Studi : **Pendidikan Ekonomi**

Jurusan : **Pendidikan IPS**

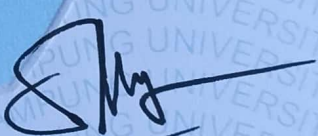
Fakultas : **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



Pembimbing Utama

Pembimbing Pembantu


Prof. Dr. Erlina Rufaidah, M.Si.
NIP 19580828 198601 2 001


Suroto, S.Pd., M.Pd.
NIP 19930713201903 1 016

2. Mengetahui

Ketua Jurusan
Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

PLT Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi

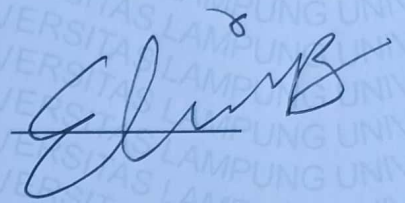

Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd.
NIP 19741108 200501 1 003


Drs. Tedi Rusman, M.Si.
NIP 19600826 198603 1 001

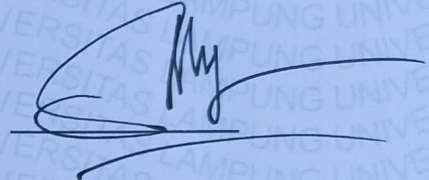
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Prof. Dr. Erlina Rufaidah, M.Si.



Sekretaris : Suroto, S.Pd., M.Pd.



**Penguji
Bukan Pembimbing : Drs. Nurdin, M.Si.**



2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Prof. Dr. Sunyono, M.Si.
NIP 19651230 199111 1 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 28 Juli 2023



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, TEKNOLOGI
DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS LAMPUNG**

JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No.1 Gedong Meneng - Bandar Lampung 35145

Telepon (0721) 704624, Faximile (0721) 704624

e-mail: fkp@unila.ac.id, laman: <http://fkp.unila.ac.id>

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kalista Maria Magdalena Sinaga

NPM : 1913031001

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Jurusan/ Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali disebutkan di dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 28 Juli 2023



**Kalista Maria Magdalena Sinaga
1913031001**

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Kalista Maria Magdalena Sinaga, yang biasa disapa dengan panggilan Kalista. Penulis dilahirkan di Kota Bandar Lampung, 22 Juli 2001. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Mardame Sinaga dan Ibu Roslina Sitanggang. Penulis hidup dan besar di Kota Bandar Lampung.

Berikut pendidikan formal yang ditempuh:

1. SD Xaverius 2 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2013.
2. SMP Xaverius 3 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2016.
3. SMA Negeri 10 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2019.
4. Tahun 2019 penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN)

Selama di perguruan tinggi, penulis mengikuti berbagai kegiatan akademik dan non akademik. Kegiatan akademik yang dilakukan penulis adalah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) tahun 2022 di Kelurahan Kangkung, Kecamatan Bumi Waras, Bandar Lampung. Penulis kemudian melaksanakan kegiatan Pengenalan Lingkungan Persekolahan (PLP) 1 dan 2 di SMA Negeri 8 Bandar Lampung pada tahun 2022. Kegiatan non akademik yang diikuti penulis adalah Organisasi *Association of Economic Education Students* (Assets). Penulis memiliki pengalaman mengajar sebagai guru pengganti mata pelajaran IPS dengan kontrak selama 3 bulan di SMP Xaverius 4 Bandar Lampung pada tahun 2023.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah Bapa atas segala berkat, rahmat, Kesehatan, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat mempersembahkan karya ini sebagai tanda cinta dan kasih sayang kepada:

Orang Tuaku

Terima kasih atas rasa cinta, kasih sayang, pengorbanan serta doa-doa yang senantiasa selalu mengiringi perjalananku.

Opungku

Terima kasih atas cinta kasih, didikan, kesabaran, nasihat, pengorbanan serta doa-doa yang senantiasa selalu mengiringi perjalananku hingga saat ini.

Abangku

Terima kasih atas semangat, perhatian, motivasi, serta dukungan yang selalu diberikan padaku.

Sahabat-Sahabatku

Terima kasih telah menemani, memberikan dukungan, semangat, serta hiburan.

Bapak Ibu Guru dan Dosen Pengajar

Terima kasih atas segala ilmu, arahan, dan pengalaman yang begitu berharga.

Almamater

Universitas Lampung

MOTTO

“Sebab Aku ini mengetahui rancangan apa yang ada pada Ku mengenai kamu, demikianlah firman Tuhan, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan”

(Yeremia 29:11)

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan, dengan ucapan syukur. Damai sejahtera, yang melampaui segala akal, akan memelihara hati dan pikiranmu dalam Kristus Yesus.”

(Filipi 4: 6-7)

“Tidak pernah ada seorangpun yang dapat unggul dalam hal-hal besar, bila pertama-tama tidak unggul dalam hal kecil.”

(Santo Fransiskus Xaverius)

“Orang muda terkasih, jangan mengubur talenta-talenta, karunia yang diberikan Allah padamu. Jangan takut memimpikan hal-hal besar.”

(Paus Fransiskus)

“Tidak perlu iri dengan pencapaian orang lain, karena setiap orang memiliki waktunya sendiri.”

(Kalista Maria Magdalena Sinaga)

SANWACANA

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung”** sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana pendidikan di Universitas Lampung. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M. selaku Rektor Universitas Lampung, Wakil Rektor, segenap Pimpinan dan jajaran Universitas Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Sunyono, M.Si., selaku Dekan FKIP Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Riswandi, M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama FKIP Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan FKIP Universitas Lampung.
5. Bapak Hermi Yanzi, S.Pd., M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni FKIP Universitas Lampung.
6. Bapak Dedy Miswar, S.Si., M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Lampung.
7. Ibu Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung. Terima kasih atas segala arahan dan dukungan yang telah diberikan. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa memberikan rahmat dan berkat yang melimpah kepada Ibu.
8. Ibunda Prof. Dr. Erlina Rufaidah, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I serta dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi. Terima kasih atas segala bimbingan dan waktu yang telah diluangkan Bunda. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa memberikan berkat kepada dan kesehatan selalu kepada Bunda serta keluarga.

9. Bapak Suroto, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi kepada penulis. Terima kasih atas segala bimbingan, waktu yang telah diberikan, serta kebaikan lainnya kepada penulis. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa selalu melindungi dan memberkati Bapak beserta keluarga.
10. Bapak Drs. Nurdin, M.Si. selaku Dosen Pembahas yang telah memberikan kritik, saran, bimbingan, serta motivasi kepada penulis. Terima kasih atas segala bimbingan dan waktu yang telah diluangkan. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa selalu memberikan berkat dan rahmat-Nya kepada Bapak.
11. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pendidikan Ekonomi yaitu Drs. I Komang Winatha, M.Si., Drs. Nurdin, M.Si., Drs. Tedi Rusman, M.Si., Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd., Widya Hestiningtyas, S.Pd., M.Pd., Suroto, S.Pd., M.Pd., Fanni Rahmawati, S.Pd., M.Pd., Rahmawati, S.Pd., M.Pd., dan Atik Rusdiani, S.Pd., M.Pd.I. Semoga Bapak dan Ibu Dosen selalu diberkati Tuhan Yang Maha Kuasa..
12. Terima kasih kepada Opung boruku yang telah merawat dan membesarkan aku. Terima kasih atas segala dukungan, motivasi, dan nasihat kehidupan yang selalu diberikan. Terima kasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang Opung berikan kepadaku selama ini. Semoga Allah Bapa Yang Maha Kuasa selalu memberkati Opung dan melindungi Opung dalam keadaan apapun. Semoga dengan pencapaianku dan gelarku dapat membuat Opung bangga dan bahagia.
13. Terima kasih untuk Bapak Mardame Sinaga yang telah mendukungku. Aku berdoa, pencapaianku ini dapat membanggakan nama Bapak. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa selalu memberkati Bapak dan semua keluarga yang ada di Jambi.
14. Untuk Abangku, Paulus Jolan Power Saputra Sinaga, terima kasih atas segala kepedulian, dukungan, kasih sayang, didikan yang telah kau berikan. Terima kasih pula karena selalu mengajarku hal baru tentang dunia, teknologi, dan tidak henti mengingatkan aku untuk terus mempelajari *skills* baru yang berguna untuk dunia kerja, meskipun aku tidak sebaik dirimu dalam mempelajari berbagai hal, tapi kau adalah salah satu panutanku untuk lebih banyak belajar

lagi ke depannya Semoga pencapaian dan gelarku dapat membuatmu bangga. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa selalu memberkatimu dalam keadaan apapun. Aku berdoa, agar kau segera menyelesaikan studimu dan menggapai cita-citamu sehingga kita berdua dapat bersama-sama membanggakan keluarga.

15. Teruntuk Namboruku Reslina Sinaga, Amangboru Medi, Uda Saut, Uda Agus, Uda Andre, dan semua keluarga besar Opung Jolan Sinaga lainnya, terima kasih karena selalu mendukungku. Semoga Tuhan Yesus Kristus memberkati kita semua.
16. Teruntuk teman-teman baikku “Geng Bolot”, meskipun pertemanan kita dipanggil bolot, tetapi kita bukanlah bolot hanya terkadang kita berpikir lemot. Terima kasih banyak untuk semua member terkhususnya Ingga Ardhita yang selalu mendukungku dan membantuku dalam kondisi apapun, terima kasih untuk kenangan yang manis pahit yang kita lalui, kamu adalah salah satu motivasiku untuk segera menyelesaikan skripsiku. Aku berdoa Ingga akan segera mendapat pekerjaan yang baik dan diharapkan. Terima kasih kepada Amelia Putri atas semua kenangan konyolnya, terima kasih telah menjadi teman yang super aktif dan apa adanya, terima kasih selalu mendukungku dan menjadi tempatku bercerita. Terima kasih kepada Aisya Zakia Fadillah, teman baikku yang sangat polos, tidak suka marah, dan selalu mendukungku. Tetaplah menjadi Aisya yang apa adanya. Terima kasih kepada Salwa Ghina teman seperbimbinganku, terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya. Semoga Salwa dapat terus berbagi ilmu saat mengajar di sekolah. Kemudian, terima kasih kepada Yulia Hexa Kurnia yang selalu menyemangatiku dan membantuku di saat aku bingung, semoga setelah ini Nia mendapat pekerjaan yang diinginkan. Terima kasih kepada Sri Yulianti atas *support* dan motivasi yang diberikan, terima kasih atas kenangan manis pahit yang kita lalui. Terima kasih kepada Putri Mauli dan Sharina atas tingkah lucu dan konyol kalian. Aku berdoa kita semua dapat mencapai cita-cita yang yang diharapkan dan selalu berteman baik.

17. *Thank you to Shawn Eve who always supports me and cheers me up. Thank you for always reminding me of God when I was down. I pray that The Lord Jesus Chirst will always bless you.*
18. Teman seperbimbingan akademik. Terima kasih atas kebersamaannya serta informasi yang diberikan. Sukses selalu untuk kalian semua.
19. Teman-teman angkatan 2019. Terima kasih atas kebersamaannya, bertukar informasi, cerita yang diukir selama masa perkuliahan, serta membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Tuhan memudahkan segala langkah kalian.
20. Kakak tingkat angkatan 2018 yang tak dapat saya sebutkan satu per satu namanya. Terima kasih telah membimbing kami dari awal masuk kuliah baik akademik maupun non akademik, bersedia menjadi tempat bertanya, pemberi arahan dan tips. Sukses selalu untuk kakak-kakak angkatan 2018.
21. Angkatan 2020 dan 2021. Terima kasih sudah membantu penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah memudahkan kegiatan kalian.
22. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga Tuhan membalas kebaikan yang telah diberikan.

Bandar Lampung, 26 Juli 2023

Penulis,

Kalista Maria Magdalena Sinaga

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

I.	PENDAHULUAN.....	1
	A. Latar Belakang.....	2
	B. Identifikasi Masalah.....	13
	C. Pembatasan Masalah.....	13
	D. Rumusan Masalah.....	14
	E. Tujuan Penelitian.....	14
	F. Manfaat Penelitian.....	15
	G. Ruang Lingkup Penelitian.....	15
II.	KAJIAN PUSTAKA.....	17
	A. Tinjauan Pustaka.....	17
	1. Minat Berwirausaha (Y).....	17
	2. Pengetahuan Kewirausahaan.....	21
	3. Hakikat Kreativitas Kewirausahaan.....	23
	4. Pemanfaatan Media Sosial.....	26
	B. Penelitian Relevan.....	28
	C. Kerangka Pikir.....	32
	D. Hipotesis.....	33
III.	METODE PENELITIAN.....	35
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	35
	B. Populasi dan Sampel.....	36
	1) Populasi.....	36
	2) Sampel.....	36

C. Teknik Pengambilan Sampel	37
D. Variabel Penelitian	38
1) Variabel Bebas	38
2) Variabel Terikat	38
E. Definisi Konseptual Variabel	39
1) Pengetahuan Kewirausahaan (X_1).....	39
2) Kreativitas Kewirausahaan	39
3) Pemanfaatan Media Sosial	39
F. Definisi Operasional Variabel.....	40
G. Teknik Pengumpulan Data.....	43
1) Observasi.....	43
2) Kuesioner	43
3) Dokumentasi	44
H. Uji Persyaratan Instrumen	44
1) Uji Validitas	44
2) Uji Reliabilitas	48
I. Uji Persyaratan Analisis Data	51
1) Uji Normalitas.....	51
2) Uji Homogenitas	52
J. Uji Asumsi Klasik.....	53
1) Uji Linieritas	53
2) Uji Multikolinearitas	53
3) Uji Autokorelasi	54
4) Uji Heteroskedastisitas.....	55
K. Pengujian Hipotesis.....	56
1) Regresi Linier Sederhana	56
2) Regresi Linier Berganda	56
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	58
1. Sejarah Singkat Berdirinya Pendidikan Ekonomi FKIP Unila	58
2. Visi dan Misi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung	60
3. Tujuan dan Sasaran Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung	60

B. Gambaran Umum Penelitian.....	61
C. Deskripsi Data.....	62
1. Deskripsi Data Pengetahuan Kewirausahaan (X_1).....	62
2. Deskripsi Data Variabel Kreativitas (X_2).....	64
3. Deskripsi Data Variabel Pemanfaatan Media Sosial(X_3).....	66
4. Deskripsi Data Variabel Minat Berwirausaha (Y).....	68
D. Uji Persyaratan Analisis Data	71
1. Uji Normalitas	71
2. Uji Homogenitas	72
E. Uji Asumsi Klasik.....	73
1. Uji Linieritas.....	73
2. Uji Multikolinieritas	74
3. Uji Autokolerasi	75
4. Uji Heteroskedastisitas	76
F. Pengujian Hipotesis	77
1. Uji Regresi Linier Sederhana	77
2. Uji Regresi Linier Berganda	83
G. Pembahasan	87
H. Keterbatasan Penelitian.....	102
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	103
A. Simpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Presentase Pengusaha di Indonesia Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	3
2. Hasil Kuesioner Mengenai Minat Berwirausaha	5
3. Hasil Kuesioner Mengenai Pengetahuan Kewirausahaan.....	6
4. Hasil Kuesioner Kreativitas	8
5. Persentase Mahasiswa PSPE Unila yang Mengikuti PMW/PKM-K.....	9
6. Hasil Kuesioner Pemanfaatan Media Sosial	10
7. Penelitian Relevan.....	28
8. Populasi Mahasiswa PSPE FKIP 2019-2021 Universitas Lampung.	36
9. Perhitungan Jumlah Sampel untuk Responden	38
10. Definisi Operasional Variabel.....	40
11. Hasil Uji Validitas Pengetahuan Kewirausahaan (X_1).....	45
12. Hasil Validitas Kreativitas (X_2)	46
13. Uji Validitas Pemanfaatan Media Sosial (X_3).....	47
14. Uji Validitas Minat Berwirausaha (Y)	48
15. Daftar Interpretasi Koefisien.....	49
16. Hasil Uji Realibilitas Pengetahuan Kewirausahaan (X_1).....	49
17. Uji Realibilitas Kreativitas (X_2).....	50
18. Uji Realibilitas Pemanfaatan Media Sosial (X_3).....	50
19. Uji Realibilitas Minat Berwirausaha (Y)	51
20. Daftar Rekapitulasi Uji Realibilitas	51
21. Pergantian Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi	59
22. Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)	63
23. Kategori Variabel Pengetahuan Kewirausahaan	64
24. Distribusi Frekuensi Variabel Kreativitas (X_2)	65
25. Kategori Variabel Kreativitas	66
26. Distribusi Frekuensi Variabel Pemanfaatan Media Sosial (X_3).....	67
27. Kategori Variabel Pemanfaatan Media Sosial (Y).....	68
28. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berwirausaha.....	69
29. Kategori Variabel Minat Berwirausaha	70
30. Hasil Uji Normalitas	71
31. Hasil Uji Homogenitas	72
32. Hasil Uji Linieritas	73
33. Hasil Uji Mutikolinieritas	74
34. Hasil Uji Autokorelasi	75

35. Uji Heterokedastisitas	76
36. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Variabel Pengetahuan Kewirausahaan(X_1)	78
37. Koefisien Regresi Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) Terhadap Minat Berwirausaha.....	78
38. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Variabel Kreativitas (X_2)	80
39. Koefisien Regresi Kreativitas (X_2) Terhadap Minat Berwirausaha.....	80
40. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Variabel Pemanfaatan Media Sosial (X_3)	82
41. Koefisien Regresi Pemanfaatan Media Sosial (X_3) Terhadap Minat Berwirausaha.....	82
42. Hasil Uji Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Kreativitas(X_2), dan Pemanfaatan Media Sosial (X_3) Terhadap Minat Berwirausaha (Y).....	84
43. Tabel 44 Koefisien Regresi Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Kreativitas (X_2), dan Pemanfaatan Media Sosial (X_3) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)	84
44. ANOVA untuk Uji Hipotesis Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Kreativitas(X_2), dan Pemanfaatan Media Sosial (X_3) Terhadap Minat Berwirausaha (Y).....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Model Kerangka Pikir	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Izin Penelitian Pendahuluan dari FKIP.....	113
2. Surat Balasan Penelitian Pendahuluan dari Pendidikan Ekonomi FKIP Unila	114
3. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Pra-Penelitian.....	115
4: Formulir Kuesioner Pra-Penelitian	117
5 Hasil Kuesioner Pra-Penelitian	118
6 Hasil Wawancara Bersama Mahasiswa Pendidikan Ekonomi.....	126
7. Wawancara Terbuka Pada Salah satu Mahasiswa Pendidikan Ekonomi.....	128
8. Presentase Tingkat Pertumbuhan Penduduk di Indonesia	129
9 Surat Izin Penelitian	130
10. Surat Balasan Izin Penelitian	131
11. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Penelitian	132
12. Kisi-Kisi Angket	133
13. Angket Penelitian	134
14. Data Uji Validitas Instrumen	139
15. Uji Reliabilitas	143
16. Uji Normalitas	145
17. Uji Homogenitas	145
18. Uji Regresi Linier.....	146
19. Uji Multikolinieritas.....	147
20. Uji Autokorelasi	147
21. Uji Heterokedastisitas	147
22. Uji Hepotesis.....	148

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Suatu bangsa harus mengutamakan kewirausahaan karena dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja baru, menyerap tenaga kerja, dan mendorong kemandirian lokal. Kewirausahaan dapat membantu orang sukses jika mereka mengejarnya dengan dedikasi dan keuletan. Minat berwirausaha memiliki dampak yang besar terhadap kewirausahaan. Minat wirausaha mengacu pada keinginan untuk memulai bisnis menggunakan keterampilan seseorang dan mengambil risiko yang telah diperhitungkan (Fahmi & Amanda, 2017). Minat berwirausaha berkorelasi dengan motivasi internal untuk mengejar karir di bidang bisnis, karena setiap orang harus memiliki kepercayaan diri dan dorongan untuk berhasil dalam menjalankan bisnis (Nurhayati, dkk., 2019). Ada penghambat yang menjadi masalah dalam minat berwirausaha, yaitu pola pikir masyarakat yang lebih tertarik untuk mencari pekerjaan dibandingkan berwirausaha, rendahnya kapasitas SDM pelaku wirausaha dan regulasi yang belum mampu mengatasi persoalan sehingga menghambat perkembangan dunia wirausaha serta kendala dalam mengakses modal (binus.ac.id, 2023).

Setiap orang mengalami dorongan untuk memulai bisnisnya sendiri karena berbagai alasan, yang dipecah menjadi *push theory* dan *pull theory*. Dalam *push theory*, ketidakpuasan terhadap pekerjaan dan kesulitan dalam mempekerjakan karyawan merupakan faktor yang mendorong kewirausahaan (Gilad dalam Irawati & Sudarsono, 2020). Mencari pekerjaan bisa menjadi sulit, yang dapat menyebabkan lebih banyak pengangguran dan kemiskinan. Faktor terjadinya pengangguran salah satunya ialah jumlah penduduk yang besar. Berdasarkan data Badan Pusat

Statistik (BPS), sejak tahun 2016 hingga 2022, jumlah penduduk Indonesia terus mengalami kenaikan. Pertengahan tahun 2021, jumlah penduduk Indonesia mengalami kenaikan sebesar 1,22%, kemudian naik lagi sebesar 1,17% pada tahun 2022 (bps.go.id, 2022). Persaingan kerja diakibatkan dari tingkat populasi yang tinggi, Pasar kerja menjadi lebih kompetitif di era globalisasi saat ini baik di sektor industri maupun pendidikan. Cara untuk menyelesaikan masalah tersebut yaitu dengan kewirausahaan. (Adnyana & Purnami, 2016)

Keinginan untuk memulai bisnis dapat ditingkatkan dengan pengetahuan. Ada banyak universitas di Indonesia saat ini yang menyediakan mata kuliah kewirausahaan yang dirancang untuk memperluas pengetahuan mahasiswa tentang bidang tersebut. Kreativitas mahasiswa juga dapat dikembangkan melalui pengalaman dengan perencanaan dan partisipasi dalam seminar. Di era teknologi modern, apapun bisa dilakukan dengan mudah hanya dengan mengandalkan *gadget*. Mahasiswa tentu sudah tidak asing lagi dengan segala hal yang berbau teknologi, khususnya penggunaan media sosial. Selain itu, Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan telah meluncurkan Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) untuk mahasiswa. Namun, minat mahasiswa untuk berwirausaha masih rendah Hapsari (2018), karena banyak orang percaya bahwa bekerja untuk orang lain lebih bergengsi daripada memulai bisnis sendiri (Kurniawan, dkk., 2016). Hal itu dibuktikan dengan tingkat lulusan sarjana yang menjadi wirausahawan lebih minim yaitu hanya sebesar 28%, seperti pada tabel berikut:

Tabel 1. Presentase Pengusaha di Indonesia Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Lulusan	Presentase %
1.	Tidak tamat SD	2,8
2.	SD	6,9
3.	SMP	10,8
4.	SMA	38,6

5.	SMK	5,5
6.	DI/DII/DIII	4,7
7.	DIV/S1	28
8.	S1/S2	2,4

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Lulusan perguruan tinggi yang menciptakan lapangan kerja hanya sedikit, sedangkan lulusan perguruan tinggi cenderung lebih banyak menjadi pencari kerja. Lulusan Perguruan tinggi bisa mendapatkan pekerjaan berkisar antara enam bulan hingga tiga tahun. Hal tersebut menjadi penyebab terjadinya pengangguran terdidik (Napitupulu dalam Taufik, dkk., 2018). Dari penelitian sebelumnya, mahasiswa memiliki keinginan atau minat yang besar untuk menjadi wirausaha. Namun, masih banyak mahasiswa yang tidak percaya diri dengan kemampuannya (Ramadhani & Nurnida, 2017; Noviantoro & Rahmawati, 2017). Dalam kajian yang berbeda, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis pernah mendapatkan pembelajaran kewirausahaan, namun mereka masih kurang semangat dalam melakukannya dan kurang mahir dalam menggunakan media sosial. (Prasetio, 2020).

Kinerja kewirausahaan berkorelasi dengan *internal locus of control*, yang menyumbang keberhasilan sebesar 70%. Indonesia sendiri masih memiliki jumlah wirausaha yang rendah yaitu hanya sebesar 3,4%. Sedangkan suatu negara dikatakan maju jika tingkat wirausahanya antara 12 sampai 14 persen (CNBC, 2022). Keinginan dalam berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa unsur, antara lain yaitu pengetahuan dan faktor yang berhubungan dengan lingkungan keluarga. Jika seorang pengusaha tidak memiliki keterampilan dan pengetahuan, bisnis mereka tidak akan berhasil. Sebaliknya, memiliki kemampuan tetapi kurang berminat akan menghalangi wirausahawan untuk berhasil (Suryana, 2013). Salah satu hal yang dapat memengaruhi semangat seseorang dalam berwirausaha adalah kreativitas (Mahanani & Sari, 2018). Kekuatan masyarakat untuk menyalurkan ide dan kreasinya serta tidak bergantung pada pemerintah seperti PNS (Pegawai Negeri Sipil) akan dapat meningkatkan kewirausahaan (Rahim, dkk., 2019). Selain unsur-unsur

tersebut, media sosial juga memengaruhi minat berwirausaha dengan baik di era globalisasi dan era digital saat ini. (Nordiana, 2014).

Berdasarkan pada masalah umum yang ada, peneliti memutuskan untuk melakukan prapenelitian pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang telah mendapat mata kuliah kewirausahaan, untuk melihat keterkaitan antara faktor pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, serta pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Sebelum menyebar kuesioner prapenelitian, peneliti melakukan wawancara terbuka pada salah satu mahasiswi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung. Dari berbagai pertanyaan yang diberikan kepada responden mengenai minat kewirausahaan, ternyata responden memiliki minat untuk menjadi wirausahawan terutama dengan bekal ilmu kewirausahaan dari pembelajaran yang pernah didapat. Akan tetapi, responden tersebut mengaku bahwa belum siap untuk memulai wirausaha dikarenakan kurangnya ide, modal, dan takut gagal jika tidak mempunyai pelanggan. Maka dari itu, peneliti memutuskan untuk meneliti mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung yang telah menerima pembelajaran kewirausahaan.

Berdasarkan hasil prapenelitian terhadap 65 mahasiswa aktif Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung pada tahun 2022, berikut ditampilkan data terkait Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung

Tabel 2. Hasil Kuesioner Mengenai Minat Berwirausaha

No.	Indikator	Kriteria Jawaban		Presentase %	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Saya lebih tertarik menjadi wirausahawan dibandingkan menjadi guru, PNS atau pegawai swasta	35	30	53,8%	46,1
2.	Saya memiliki keinginan untuk memiliki usaha sendiri	35	30	53,8%	46,1

Sumber: Hasil Kuesioner, 2020

Berdasarkan prapenelitian yang dilakukan, hasil yang didapat menunjukkan bahwa hanya sebesar 49,2% mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang memiliki keinginan yang lebih besar untuk berwirausaha dibandingkan menjadi guru, PNS, atau pegawai swasta. Lalu sebesar 87,7% mahasiswa belum memiliki usaha saat ini. Meskipun sebesar 50,8% mahasiswa memiliki keinginan untuk memiliki usaha sendiri. Akan tetapi hanya sebesar 40% mahasiswa yang yakin bahwa kewirausahaan merupakan peluang menuju sukses. Jadi bisa diyakini bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung sebagian besar lebih tertarik untuk menjadi guru, PNS atau pegawai swasta namun masih memiliki keinginan untuk memiliki usaha meskipun hanya sedikit yang telah memiliki usaha.

Minat berwirausaha adalah keinginan, keterkaitan, dan kesiapan untuk melakukan banyak upaya untuk memenuhi kebutuhan tanpa khawatir akan potensi kegagalan (Rosmiati, dkk., 2015). Penjelasan lebih lanjut mengenai kewirausahaan yaitu suatu keinginan setiap individu untuk bekerja mandiri (*self-employed*) atau menjalankan usaha yang dibangunnya sendiri. Perguruan tinggi dapat membantu menumbuhkan minat berwirausaha melalui Pendidikan kewirausahaan yang dipengaruhi oleh minat kewirausahaan (Rosmiati, dkk., 2015)

Berdasarkan hasil prapenelitian terhadap 65 mahasiswa aktif Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung pada tahun 2022, berikut ditampilkan data terkait Pengetahuan Kewirausahaan pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung:

Tabel 3. Hasil Kuoesioner Mengenai Pengetahuan Kewirausahaan

No.	Indikator	Kriteria Jawaban		Presentase %	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Menurut saya pengetahuan kewirausahaan adalah hal yang penting	50	15	76,9	23,1

2.	Saya senang mencari informasi untuk menambah pengetahuan kewirausahaan melalui buku/sumber belajar lainnya	20	45	30,8	69,2
3.	Saya telah memahami pengetahuan kewirausahaan	26	39	40	60

Sumber: Hasil Kuesioner, 2020

Berdasarkan prapenelitian yang dilakukan, hasil yang didapat menunjukkan bahwa sebesar 76,9% mahasiswa Pendidikan Ekonomi menganggap pengetahuan kewirausahaan penting, namun hanya sebesar 30,8% yang senang mencari informasi untuk menambah pengetahuan kewirausahaan. Sehingga hanya sebesar 40% mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang memahami pengetahuan kewirausahaan, serta 40% mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang yakin mampu memberikan solusi pada permasalahan yang ada pada usaha. Jadi, bisa diyakini bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi sebagian besar menganggap penting pengetahuan kewirausahaan tetapi hanya sebagian kecil yang senang mencari informasi pengetahuan kewirausahaan, sehingga masih terdapat mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung yang tidak paham pengetahuan kewirausahaan serta tidak yakin mampu memberikan solusi pada permasalahan dalam dunia usaha.

Pengetahuan kewirausahaan mendukung nilai-nilai wirausaha khususnya untuk mahasiswa, maka diharapkan menimbulkan jiwa untuk berwirausaha. Sikap, motivasi juga minat mahasiswa amat penting bagi mahasiswa yang berwirausaha untuk mengidentifikasi peluang usaha, dan mendayagunakan peluang usaha untuk menciptakan peluang kerja baru (Rosmiati, dkk., 2015). Minat serta pengetahuan wirausaha mahasiswa akan dapat membentuk kemungkinan mereka untuk menjadi wirausaha di masa yang akan datang.

Berdasarkan hasil prapenelitian terhadap 65 mahasiswa aktif Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung pada tahun 2022, berikut ditampilkan data

terkait Kreativitas Kewirausahaan pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung:

Tabel 4. Hasil Kuesioner Kreativitas

No.	Indikator	Kriteria Jawaban		Presentase %	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Menurut saya kreativitas merupakan hal penting untuk memulai bisnis/usaha	51	14	78,5	21,5
2.	Saya senang dengan hal-hal kreatif	42	23	64,6	35,4
3.	Saya ingin membuat sesuatu yang berbeda dari orang lain	20	45	30,8	69,2%
4.	Saya senang mencari hal-hal baru untuk mengembangkan kreativitas	26	39	40	60

Sumber: Hasil Kuesioner, 2022

Berdasarkan prapenelitian yang dilakukan, hasil yang didapat menunjukkan bahwa sebesar 78,5% mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung menganggap kreativitas penting untuk memulai bisnis atau usaha. Kemudian sebesar 64,6% menyukai hal-hal kreatif, meskipun hanya sebesar 40% yang senang mencari hal-hal baru untuk mengembangkan kreativitas. Akan tetapi, masih terdapat 30,8% mahasiswa yang memiliki keinginan untuk membuat sesuatu yang berbeda dari orang lain. Jadi, bisa diyakini bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung sebagian besar menganggap kreativitas hal yang penting dalam memulai usaha dan juga mereka menyukai hal-hal kreatif dan ingin membuat sesuatu yang berbeda dari orang lain. Meskipun hanya sebagian mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang mencari hal-hal baru untuk mengembangkan kreativitas mereka.

Memiliki bisnis membutuhkan jiwa kewirausahaan yang mampu menjalankan bisnis dengan sukses dan menghasilkan pendapatan yang besar. Akibatnya, inovasi diperlukan dalam pengelolaan bisnis agar dapat

bersaing dengan perusahaan lain di industrinya. Kreativitas melibatkan munculnya ide atau pemikiran baru sebagai hasil dari suatu proses. Dalam arti lain, kreativitas adalah suatu konsep yang mampu melahirkan ide-ide baru yang bermanfaat bagi kemajuan usaha atau bisnis yang dikelola (Lestari, 2013). Kini, pemerintah juga berupaya menumbuhkan inovasi mahasiswa melalui Program Inovasi Kewirausahaan Mahasiswa (PKM-K), di mana diperoleh dana yang selanjutnya dapat digunakan sebagai modal bagi masyarakat yang mengelola usaha dan pengembangan usaha-usaha. (Ningsih, 2017).

Tabel 5. Persentase Mahasiswa PSPE Unila yang Mengikuti PMW/PKM-K

No	Angkatan	Jumlah	Persentase %
1.	2019	20	30,3
2.	2020	2	2,5
3.	2021	24	24

Sumber: Hasil Kuesioner, 2022

Berdasarkan prapenelitian yang dilakukan mengenai PKM-K dan PMW, diperoleh hasil bahwa sebanyak 20 mahasiswa dari total 66 mahasiswa di angkatan 2019 pernah mengikuti PKM-K/PMW atau jika dipersentasekan sebesar 30,3%. Lalu, hanya 2 dari total 77 mahasiswa di Angkatan 2020 yang pernah mengikuti PKM-K/PMW atau jika dipersentasekan sebesar 2,5%. Kemudian, sebanyak 24 mahasiswa dari total 97 mahasiswa di angkatan 2021 pernah mengikuti PKM-K/PMW atau jika dipersentasekan sebesar 24%. Berdasarkan data yang diperoleh, dapat diyakini bahwa sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tidak pernah mengikuti PKM-K/PMW, yang berarti bahwa hanya sebagian kecil mahasiswa yang mencoba mengembangkan kreativitasnya melalui program-program tersebut.

Kreativitas ialah kemampuan setiap orang agar menciptakan sesuatu yang baru dari suatu masalah, seperti ide atau penemuan/produk/karya dengan menggunakan pengetahuan, informasi, atau pengalaman (Karyaningsih, 2017). Kreativitas berfokus pada pembentukan ide-ide baru. Ide yang dibentuk melalui kreativitas akan memotivasi seseorang untuk terus memperbarui dan mengembangkan wirausahanya. Nilai seutuhnya dari kewirausahaan adalah keaslian. Dalam mengembangkan keaslian dalam kreativitas, ide bisnis adalah sebuah mesin penggerak yang penting.. Sebuah ide yang benar akan mempromosikan kemajuan perusahaan sendiri (Rahardi & Susilowaty, 2018).

Berdasarkan hasil prapenelitian terhadap 65 mahasiswa aktif Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung pada tahun 2022, berikut ditampilkan data terkait Pemanfaatan Media Sosial pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung:

Tabel 6. Hasil Kuesioner Pemanfaatan Media Sosial

No.	Indikator	Kriteria Jawaban		Presentase %	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1..	Saya aktif dan senang menggunakan media sosial	48	17	73,8%	26,2
2.	Saya yakin media sosial berperan baik dalam meningkatkan popularitas produk	20	45	30,8%	69,2
3.	Saya memanfaatkan media sosial untuk belajar berwirausaha	14	51	21,5%	78,5
4.	Saya paham menggunakan fitur-fitur promosi di media sosial	12	53	18,5%	81,5

Sumber: Hasil Kuesioner, 2022

Berdasarkan prapenelitian yang dilakukan, hasil yang didapat menunjukkan bahwa sebesar 73,8% mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung aktif dalam memakai sosial media. Kemudian sebesar 30,8%

yakin bahwa sosial media berperan baik dalam meningkatkan popularitas produk. Akan tetapi hanya sebesar 21,5% mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung yang memanfaatkan sosial media untuk menambah wawasan mengenai kewirausahaan, serta 18,5% yang paham menggunakan fitur-fitur promosi di sosial media. Jadi, bisa diyakini bahwa sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi aktif dan senang menggunakan sosial media dan yakin bahwa sosial media mampu berperan dalam meningkatkan popularitas produk. Akan tetapi, hanya sebagian kecil yang memanfaatkan sosial media untuk menambah wawasan kewirausahaan dan hanya sebagian kecil yang paham menggunakan fitur promosi di sosial media.

Media sosial punya potensi untuk menghubungkan orang dengan mudah juga murah. (Tangkeallo & Tangdialla, 2021). Menurut Kotler & Keller (2012), media sosial memungkinkan pelanggan untuk menyumbangkan informasi yang berbentuk teks, foto, musik, serta video dengan perusahaan dan sebaliknya. Adanya media sosial memungkinkan usaha kecil untuk berkomunikasi dengan pelanggan, menjual barang, dan berinteraksi dengan pelanggan untuk membangun hubungan yang positif bagi kedua belah pihak. (Utomo, 2017).

Media sosial berperan penting dalam meningkatkan kinerja bisnis atau *brand* semakin diakui secara luas. Efektivitas penggunaan ditentukan oleh bagaimana pemilik merek menggunakannya. (Kurniawan & Harti, 2013). Dengan meningkatnya penggunaan internet setiap tahun, semakin banyak bisnis yang diluncurkan menggunakan *platform* media sosial seperti *Instagram, Facebook, YouTube, dan Twitter*..

Masih terdapat banyak lulusan Universitas yang menjadi pengangguran. Upaya yang dapat menekan angka pengangguran adalah dengan menciptakan lapangan pekerjaan. Perguruan tinggi adalah Lembaga yang diharapkan dapat menghasilkan lulusan yang berkontribusi positif dalam lapangan kerja. Pengetahuan kewirausahaan yang didapat dari perguruan tinggi mampu untuk menarik mahasiswa untuk berminat dalam berwirausah

dan mengatasi masalah pengangguran (Aisyah dkk., 2023). Minat berwirausaha mahasiswa masih rendah dikarenakan Ketika lulus mahasiswa lebih berfokus mencari pekerjaan daripada berwirausaha. Salah satu penyebabnya ialah karena mahasiswa kurang memiliki kreativitas sehingga mereka tidak tahu usaha apa yang akan dibuat. Oleh karena itu kreativitas adalah solusi untuk meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha (Putri & Saputra, 2023). Di era modernisasi saat ini, media sosial merupakan solusi yang paling baik untuk berwirausaha, karena seiring berjalannya waktu media sosial dimanfaatkan oleh para pengusaha yang Sebagian besar adalah anak muda untuk kegiatan berwirausaha (Aputra dkk., 2022).

Pengetahuan kewirausahaan dan media sosial merupakan dua aspek yang dapat berkontribusi terhadap tumbuhnya semangat berwirausaha, terutama dalam era digital saat ini. (Prasetio, 2020). Selanjutnya kreativitas ialah salah satu faktor yang berpengaruh bagi minat berusaha. Kreativitas ialah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang cocok, tepat, dan bermanfaat untuk tugas yang lebih heuristik, seperti sesuatu yang menjadi panduan informasi yang tidak lengkap yang akan membawa kita untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru. Maka kreativitas juga merupakan suatu cara yang dapat menumbuhkan minat berwirausaha (Ernawati, 2021). Jejaring sosial atau media sosial dapat berdampak pada kreativitas. Jika digunakan dengan benar, media sosial dapat meningkatkan kreativitas. Sebaliknya, jika media sosial disalahgunakan akan menghambat kreativitas. (Utomo, 2017).

Berdasarkan dari latar belakang di atas, diketahui bahwa variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Kreativitas (X_2), dan Media Sosial (X_3) merupakan termasuk faktor-faktor yang memengaruhi variabel minat berwirausaha (Y). Berbagai hasil kuesioner prapenelitian yang diperoleh serta masih sedikitnya jumlah mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang telah mempunyai usaha dan masih sedikit mahasiswa yang pernah mengikuti PMW atau PKM-K membuat peneliti ingin melakukan penelitian pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung dengan judul,

“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi terdapat beberapa masalah yang terbentuk, yaitu:

1. Mahasiswa lebih banyak yang tertarik menjadi guru, PNS, atau pegawai swasta dibandingkan berwirausaha
2. Masih rendahnya mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang telah memiliki usaha.
3. Masih rendahnya mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang senang menambah pengetahuan kewirausahaan .
4. Masih adanya mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang tidak memahami pengetahuan kewirausahaan.
5. Rendahnya mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang mengikuti program PMW atau PKM-K.
6. Cukup banyak mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang tidak senang mengembangkan kreativitas.
7. Masih banyak mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang belum memanfaatkan sosial media dengan baik terutama untuk belajar kewirausahaan.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka masalah pada penelitian ini dibatasi dengan kajian Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Kreativitas (X_2), dan Pemanfaatan Media Sosial (X_3) Terhadap Minat Berwirausaha (Y) Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi?
2. Apakah ada pengaruh Kreativitas terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi?
3. Apakah ada pengaruh Pemanfaatan Media Sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi?
4. Apakah ada pengaruh simultan Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Mengetahui pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi.
2. Mengetahui pengaruh Kreativitas terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi.
3. Mengetahui pengaruh Pemanfaatan Media Sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi.
4. Mengetahui pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi.

F. Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat Secara Teoritis
 - a. Menambah kajian ilmiah mengenai Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha.
 - b. Memberikan sumbangan referensi apabila peneliti melakukan penelitian lebih lanjut dan mampu menambah wawasan bagi pembaca mengenai minat berwirausaha.
- 2) Manfaat Secara Praktis
 - a. Bagi Peneliti
Memperkaya ilmu pengetahuan bagi peneliti mengenai Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha.
 - b. Bagi Mahasiswa
Memberikan referensi pada mahasiswa untuk meningkatkan wawasan mengenai kewirausahaan serta memotivasi mahasiswa untuk menggapai kesuksesan dengan meningkatkan potensi diri dalam berwirausaha.
 - c. Bagi Universitas
Diharapkan penelitian ini mampu bermanfaat serta berkontribusi positif dalam hal pendidikan kewirausahaan serta menentukan kebijakan mengenai masalah kewirausahaan khususnya dalam meningkatkan minat mahasiswa universitas terhadap kewirausahaan.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Objek pada penelitian ini adalah Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Kreativitas (X_2), dan Pemanfaatan Media Sosial (X_3) terhadap Minat Berwirausaha (Y).

2. Subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
3. Tempat pada penelitian ini dilakukan di Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
4. Waktu pada penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 hingga 2023
5. Disiplin ilmu pada penelitian ini adalah kewirausahaan

II. KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

1. Minat Berwirausaha (Y)

a. Minat Berwirausaha

Setiap orang perlu memiliki minat untuk mencapai tujuan mereka. Perhatian setiap orang akan tertuju pada hal-hal yang menarik minat mereka. Minat adalah perasaan suka berupa dorongan yang memotivasi seseorang untuk mencapai suatu tujuan (Rochayati, dkk., 2013). Selaras dengan Ruswati (2018) Sesuatu yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang diinginkan disebut minat. Individu termotivasi untuk terlibat dalam kegiatan yang membantu mereka mencapai tujuan. (Judith & Supriatna, 2018). Jika seseorang tertarik, itu akan memotivasi mereka untuk mencapai sesuatu. (Tidjan, dkk dalam Elendiana, 2020)

Keinginan untuk bekerja secara mandiri (*self employed*) atau memulai usaha sendiri didefinisikan sebagai minat untuk menjadi wirausaha. (Rahayu & Laela, 2018). Minat wirausaha adalah keinginan setiap orang untuk menangkap peluang dan memulai bisnis mereka sendiri dengan mengembangkan produk atau layanan baru. (Utami, 2017; Munawar & Supriatna, 2018). Mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha yang kuat lebih cenderung mengambil risiko menjadi wirausaha karena mereka yakin memiliki bakat dan kemampuan untuk berhasil. (Vernia, dkk., 2018)

Jika seseorang atau mahasiswa lebih tertarik untuk berwirausaha, maka mereka akan memiliki keinginan yang kuat untuk menjadi wirausaha. Jika seseorang memiliki dorongan yang kuat, maka cita-cita atau keinginan untuk menjadi wirausaha dapat muncul, dan ketika keinginan itu terpenuhi, maka akan timbul kebahagiaan, di mana kepuasan itu sendiri menyenangkan. (Rahmadi & Heryanto, 2016). Ketertarikan atau minat seseorang terhadap suatu objek berawal dari perhatian seseorang terhadap objek tersebut. Minat bukanlah bawaan; sebaliknya, minat berkembang sesuai dengan faktor yang memengaruhinya. (Ginting & Yuliawan, 2015).

Minat berwirausaha dikaitkan dengan pengetahuan kewirausahaan karena salah satu hal yang dapat meningkatkan minat berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan. Seorang wirausahawan tidak akan berhasil jika ia kekurangan pengetahuan (Prasetio, 2020). Minat berwirausaha juga didorong oleh kreativitas, karena kreativitas memungkinkan seseorang melahirkan ide atau gagasan nyata untuk menjalankan usaha. (Murniati, dkk., 2019). Tidak hanya pengetahuan dan kreativitas, akan tetapi media sosial juga berperan terhadap minat berwirausaha. Orang akan lebih mudah menemukan pelanggan dan tidak enggan untuk mendirikan bisnis sendiri berkat media sosial. (Sahroh, 2018)

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat diketahui bahwa minat berwirausaha adalah dorongan dari dalam setiap diri individu untuk mengembangkan hal yang disukai dan mengambil keuntungan dari produk dan jasa.

b. Indikator Minat Berwirausaha

Minat dapat ditimbulkan melalui rasa ketertarikan juga kekaguman dalam melihat keberhasilan seseorang (Zimmerer dkk. dalam Suryaningsih & Agustin, 2020). Indikator pada minat berwirausaha adalah keterikatan dalam kegiatan kewirausahaan dan pola pikir masa depan (Praswati, 2014). Menentukan minat berwirausaha tentunya memerlukan indikator-indikator sebagai acuan.

Menurut Alma dalam Meifiani (2021), terdapat beberapa indikator minat berwirausaha, sebagai berikut:

- 1) Percaya diri
- 2) Berorientasi pada tugas dan hasil
- 3) Pengambilan resiko
- 4) Kepemimpinan
- 5) Berorientasi ke masa depan

Menurut Harun dalam Sa'adah & Mahmud (2019), indikator-indikator lain yang ada dalam minat berwirausaha yaitu, sebagai berikut:

- 1) Membuat pilihan aktivitas
- 2) Merasa tertarik untuk berwirausaha
- 3) Merasa senang akan berwirausaha
- 4) Keberanian mengambil resiko

c. Faktor-Faktor yang Memengaruhi minat berwirausaha

Minat berwirausaha tidak tumbuh sejak lahir akan tetapi minat tersebut akan berkembang sejalan dengan faktor yang memengaruhi. (Rahmadi & Heryanto, 2016). Terdapat faktor yang memengaruhi minat berwirausaha. Faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha bisa dikembangkan, sehingga minat bisa menjadi usaha mandiri (Aghniya & Subroto, 2021). Selain itu pendapat lain dari Basrowi, minat berwirausaha berasal dari faktor eksternal dan faktor internal:

1) Faktor internal, mencakup segala emosi, pikiran juga masalah yang berasal dari dalam diri seseorang yang memengaruhi minat sehingga tidak dapat terpusat atau faktor yang berasal dari dalam diri (Basrowi, 2016):

a) Motivasi

Motivasi menggerakkan orang untuk menampilkan perilaku menuju pencapaian suatu tujuan tertentu. Pada dasarnya setiap mahasiswa merupakan individu yang memiliki minat, motivasi, bakat, tujuan belajar, dan kemampuan yang berbeda-beda satu dengan yang lain (Majdi, 2012)

b) Faktor Kemampuan

Kemampuan ialah kesanggupan seseorang untuk suatu bidang tertentu, yang didapatkan dari hasil belajar, lewat pendidikan formal dan pendidikan nonformal. Para wirausaha merupakan orang-orang yang berkemampuan melihat serta menilai kesempatan-kesempatan bisnis (Adhimursandi, 2016)

c) Perasaan senang

Perasaan senang merupakan suasana psikis seseorang yang berbeda dan menimbulkan kepuasan pada diri seseorang itu sehingga orang tersebut akan merasa senang pada hal tersebut (Hutari dkk., 2020). Perasaan senang dalam bidang kewirausahaan akan menimbulkan minat wirausaha.

2) Faktor eksternal merupakan faktor yang asalnya dari luar diri seseorang yang mampu memengaruhi minatnya. Berikut adalah beberapa faktor eksternal yang memengaruhi minat berwirausaha (Basrowi, 2016):

a) Faktor Keluarga

Keluarga memiliki peran yang penting untuk mempersiapkan anak guna mencapai masa depan yang

cemerlang bagi dirinya, keluarga, maupun masyarakat, dengan adanya dukungan dari orang tua serta keluarganya bisa memengaruhi seseorang dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Selain itu, latar belakang keluarga menjadi salah satu faktor tumbuhnya minat berwirausaha.

b) Faktor Lingkungan Masyarakat

Faktor lingkungan yang memengaruhi minat berwirausaha seperti lingkungan dan nilai-nilai yang tumbuh di masyarakat, bergaul dengan teman sebaya, koran, televisi, dan lain-lain.

c) Faktor Lingkungan Sekolah

Lingkungan sekolah sangat berpotensi untuk membantu siswa meningkatkan minat.

2. Pengetahuan Kewirausahaan

a. Pengetahuan Kewirausahaan

Pengetahuan kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang mempelajari nilai, perilaku, dan kemampuan guna menghadapi berbagai tantangan hidup (Nursito & Nugroho, 2013). Selaras dengan itu menurut Suryana dalam (Kurnia dkk, 2018), pengetahuan kewirausahaan juga diartikan sebagai pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang yang dalam menghadapi tantangan yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau jasa baru, menghasilkan nilai tambah baru dan memulai bisnis baru. Pengetahuan dipercaya mampu meningkatkan serta mengembangkan potensi diri manusia. Kewirausahaan dibangun secara berkelanjutan, melembaga sehingga kelak dapat berjalan efektif di tangan yang lain (Nurbaya dalam Nasution, dkk., 2021).

Pengetahuan Kewirausahaan dapat berkontribusi cukup untuk minat berwirausaha. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan kewirausahaan akan berusaha untuk mempersiapkan diri untuk berwirausaha sesuai dengan keterampilan dan kemampuannya (Lestari & Wijaya, 2012). Melalui pengetahuan kewirausahaan mahasiswa dapat membentuk pola pikir (*mindset*), sikap, dan perilaku untuk menjadi wirausahawan (*entrepreneur*) sehingga dapat mengarahkan mereka untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir (Ranto, 2016). Selaras dengan Latifah & Nurmalasari (2013), pengetahuan kewirausahaan bisa meningkatkan minat untuk memilih berwirausaha sebagai salah satu pilihan karir selain pilihan menjadi pegawai swasta atau PNS.

Pengetahuan merupakan proses kognitif di mana terjadi proses asimilasi dan akomodasi untuk mencapai suatu keseimbangan untuk membentuk skema baru, oleh karena itu pengetahuan kewirausahaan dapat menjadi salah satu modal untuk siap berwirausaha (Melyana, dkk., 2015). Minat mahasiswa dan pengetahuan mereka tentang kewirausahaan diperkirakan akan membentuk tren mereka untuk membuka bisnis baru di masa depan (Hendrawan & Sirine, 2017). Minat berwirausaha seseorang dipengaruhi dan ditentukan oleh pengetahuan kewirausahaan yang akan memperkuat keinginan individu untuk bekerja dan memiliki usaha sendiri (Indriyani & Subowo, 2019).

Setiap individu harus memiliki pengetahuan kewirausahaan yang baik untuk meningkatkan minat berwirausaha mereka. Pendidikan kewirausahaan berperan terhadap minat berwirausaha dengan membentuk pengetahuan kewirausahaan. Dengan adanya pengetahuan kewirausahaan, itu akan meningkatkan kesadaran dan minat berwirausaha setiap individu (Hasan, dkk., 2021).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat diketahui bahwa pengetahuan kewirausahaan yaitu suatu ilmu yang mempelajari kemampuan, perilaku, dan menghadapi tantangan dalam menghasilkan produk dan jasa.

b. Indikator Pengetahuan Kewirausahaan

Menentukan pengetahuan seseorang tentunya dibutuhkan indikator-indikator sebagai acuan. Indikator dalam pengetahuan kewirausahaan menurut (Kuntowicaksono, 2012) yaitu Kemampuan pemecahan masalah (solusi). Salah satu usaha yang penting bagi wirausaha ialah tanggungjawab memecahkan masalah dengan ilmu dalam bisnis.

Selaras dengan pendapat itu, indikator-indikator pengetahuan kewirausahaan menurut Melyana, dkk (2015), sebagai berikut:

- 1) Komitmen tinggi terhadap tugas
- 2) Mau bertanggung jawab
- 3) Kemampuan untuk memimpin

3. Hakikat Kreativitas Kewirausahaan

a. Kreativitas Kewirausahaan

Kreativitas merupakan topik yang relevan tidak hanya bagi pengusaha yang baru merintis, tetapi juga untuk bisnis dan kegiatan bisnis secara umum (Hadiyati, 2012). Kreativitas kewirausahaan adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, tepat, benar, dan bernilai terhadap suatu tugas yang sifatnya *heuristic* (Fajar, dkk., 2022). Selaras dengan Manurung (2013) kreativitas dilihat melalui ide, produk, pelayanan, usaha, mode atau model baru yang dihasilkan dan perilaku dimainkan oleh individu, kelompok dan organisasi.

Kreativitas berperan penting dalam proses kewirausahaan atau inovasi. Apabila seseorang yang memiliki kreativitas tinggi, maka akan timbul minat untuk berwirausaha di dalam diri orang

tersebut (Arifah, dkk., 2020). Modal utama untuk berwirausaha yaitu kreativitas, keuletan, semangat, dan pantang menyerah (Wijayanti, dkk., 2016). Kreativitas kewirausahaan perlu ditumbuh kembangkan karena kreativitas tersebut merupakan salah satu usaha mengembangkan kecerdasan peserta didik (Nelisma, dkk., 2021). Tujuan akhir dari pengembangan membangun kreativitas dalam organisasi adalah menciptakan berbagai bentuk nilai (manfaat), termasuk pertumbuhan, produktivitas, efektivitas, efisiensi dan inovasi (Manurung, 2013). Bagi pengusaha, tingkat kreativitas sangat mendukung dalam kemajuan bisnis. Dalam lingkungan bisnis global, ketika perubahan sangat cepat, perusahaan membutuhkan orang-orang kreatif yang dapat mengantisipasi dan merespons perubahan (Rusdiana, 2013).

Setiap produk wirausaha pasti akan mengalami tahap penurunan permintaan pasar, maka diperlukan inovasi dan kreativitas dengan melakukan pemahaman konsep daur hidup melalui penciptaan produk-produk yang mampu eksis dan berkembang (Hasanah & Ngr, 2017). Oleh sebab itu, kreativitas dibutuhkan oleh setiap individu dalam mengasah keterampilannya untuk tingkatkan kreativitas masing-masing. Setelah semua berjalan, akan berdampak pada hasil yang memengaruhi bisnis/usaha yaitu akan muncul keberhasilan usaha (Lestari, 2013).

Kreativitas merupakan salah satu hal yang dapat memengaruhi minat berwirausaha. Setiap mahasiswa perlu memiliki kreativitas yang tinggi, dengan adanya kreativitas yang tinggi, mahasiswa akan mampu menciptakan lapangan kerja melalui wirausaha. Kreativitas ialah salah satu hal yang dapat memengaruhi minat berwirausaha (Widyaningsih, 2017). Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat diketahui bahwa kreativitas merupakan inisiatif seseorang dalam membuat

suatu gagasan baru yang berbeda untuk menghasilkan produk yang unik dan bernilai.

b. Dimensi dan Indikator Kreativitas Kewirausahaan

Untuk mengukur komponen-komponen kreativitas seseorang dalam berwirausaha, sangat dibutuhkan adanya dimensi dan indikator. Berikut merupakan dimensi dan indikator menurut Antonius dalam (Suryana 2014):

- 1) Pencipta peluang, indikatornya yaitu:
 - a. Aktif
 - b. Bersemangat
 - c. Berkembang
- 2) Penemu, indikatornya yaitu:
 - a. Teguh
 - b. Bersungguh-sungguh
 - c. Serius
- 3) Pengambil risiko yang diperhitungkan. indikatornya yaitu:
 - a. Berani memulai
 - b. Tidak malu-malu
 - c. Tidak takut rugi ataupun gagal

Berdasarkan dari dimensi dan indikator-indikator tersebut, dapat dikatakan bahwa demi mencapai atau memiliki kreativitas dalam diri bisa dilihat dari indikator-indikator yang disamakan dan diselaraskan dengan potensi dan kemampuan diri, juga harus paham setiap usaha yang telah dilakukan, selanjutnya diterapkan pada kegiatan berwirausaha.

4. Pemanfaatan Media Sosial

a. Media Sosial

Media sosial ialah hal baru yang muncul karena adanya perkembangan teknologi dan inovasi di internet (Sumiaty, 2019). Media sosial merupakan media yang dikhususkan untuk berkomunikasi satu sama lain meskipun dengan jarak dekat maupun jauh (Nordiana dalam Kusumadewi, 2020). Selaras dengan Endowman, dkk dalam (Tangkeallo & Tangdialla, 2021), media sosial berpotensi menghubungkan banyak orang. Pemahaman tentang penggunaan media sosial ini efektif menjadi tuntutan zaman untuk dapat bekerja secara efektif dan pertukaran pengaruh antara pemberi informasi dan penerima informasi dalam masyarakat (Ahmad & Nurhidayah, 2020). Media sosial dapat menghilangkan status sosial yang kerap kali disebut penghambat komunikasi (Watie, 2012).

Media sosial menjadi sarana untuk konsumen agar saling bertukar informasi satu sama lain dalam bentuk teks, gambar, audio, dan video dengan perusahaan dan sebaliknya. Media sosial dikenal berperan dalam menaikkan kinerja bisnis (Kotler & Keller, 2012). Hadirnya media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara kita memasarkan produk dan layanan, berkomunikasi dengan pelanggan, dan berinteraksi dengan pelanggan untuk membangun hubungan baik (Utomo, 2017). Dengan melakukan promo, diskon, dan *voucher* pada penjualan produk juga akan menarik daya pikat konsumen. Kemampuan memanfaatkan media sosial ini menjadi modal yang baik untuk dimiliki oleh setiap individu wirausahawan (Sumiaty, 2019).

Kemudahan bertransaksi menggunakan media sosial menjadi faktor pendukung dalam kewiraswastaan (Kusumadewi, 2020). Media sosial adalah sarana pemasaran digital yang paling mudah

digunakan. Hal Ini bisa menjadi stimulan perkembangan dan keberlanjutan UMKM (Awali & Farida, 2020). Berwirausaha dengan mengandalkan media sosial merupakan salah satu cara untuk mengembangkan karir dan strategi bisnis yang baik (Fourqoniah & Aransyah, 2021). Di era perkembangan teknologi saat ini, media sosial bukan lagi hanya untuk sarana hiburan saja, selain untuk menjadi hiburan, media sosial juga dapat dimanfaatkan dengan baik untuk melakukan bisnis (Putri, dkk., 2022).

Media sosial berperan untuk meningkatkan minat berwirausaha dikarenakan media sosial mampu mndongkrak atau membangun usaha dan dapat melakukan promosi dengan mudah. Mahasiswa yang menggunakan media sosial sering diincar pangsa pasar *brand local*, atau jualan online temannya, bagi yang mengetahui hal tersebut tentunya dapat memberikan motivasi dan minat untuk memperoleh keuntungan berwirausaha melalui media sosial (Widyaningsih, 2017).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat diketahui bahwa media sosial merupakan sesuatu yang muncul karena adanya perkembangan teknologi yang dapat menghubungkan orang-orang dari jarak dekat maupun jauh. Media sosial penting untuk berwirausaha, jika media sosial digunakan dengan baik, maka itu akan meningkatkan kreativitas, serta media sosial sangat baik digunakan dalam promosi dan pemasaran bisnis.

b. Indikator Media Sosial

Berikut merupakan indikator dari pemanfaatan atau penggunaan media sosial Adityo dalam Setiawati (2015):

- 1) Kemudahan dalam mendapatkan informasi.
- 2) Memiliki kepercayaan terhadap media sosial yang memiliki situs *online shop*.

B. Penelitian Relevan

Telah banyak penelitian-penelitian relevan yang dilakukan oleh peneliti terdahulu. Penelitian-penelitian itu digunakan sebagai sumber rujukan untuk mengkaji permasalahan yang akan diteliti oleh penulis. Berikut merupakan penelitian-penelitian yang relevan.

Tabel 7. Penelitian Relevan

No	Penulis	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Suryadi, dkk., 2022	Analisis Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, dan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa <i>Management</i>	Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka ditemukan hasil yaitu variabel pengetahuan wirausaha dan motivasi berwirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha dan lingkungan mahasiswa manajemen	Persamaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian pengetahuan kewirausahaan dalam minat berwirausaha serta metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif	Perbedaan penelitian ini terletak pada populasi yang diteliti yaitu mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi serta teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>purposive sampling</i>
2.	Ummah, 2019	Pengaruh Pengetahuan kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap	Berdasarkan dari penelitian dan pembahasan, maka ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikansi berdasarkan	Persamaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian pengetahuan kewirausahaan Dan kreativitas	Perbedaan penelitian ini terletak pada populasi yaitu siswa kelas XI MIPA SMA Negeri 4 Tegal

Tabel Lanjutan 2

	Minat Berwirausah Siswa Kelas XI MIPA Negeri 4 Tegal	dari penelitian dan pembahasan, maka ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara	dalam minat berwirausaha. Serta metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif	
3. Elen, dkk., 2018	Pengaruh Kreativitas Berwirausah, Prestasi Belajar, dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Berdasarkan dari penelitian dan pembahasan, maka ditemukan hasil yaitu: Kreativitas berwirausaha, memiliki pengaruh positif secara persial terhadap minat berwirausaha Mahasiswa	Persamaan peneitian ini terletak pada fokus penelitian kreativitas dalam minat berwirausaha. Serta metode yang dilakukan adalah metode kuantitatif	Perbedaan pada penelitian ini terletak metode yang digunakan yaitu <i>explanatory research</i> dan teknik sampel yang digunakan adalah teknik proportional random sampling.
4. Listiawati, dkk., 2020	Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha di Mahasiswa FKIP UNS	Berdasarkan dari penelitian dan pembahasan, maka ditemukan hasil yaitu Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha di Mahasiswa FKIP UNS serta terdapat pengaruh positif yang signifikan antara pembelajaran kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP UNS	Persamaan peneitian ini terletak pada salah satu fokus penelitian pemanfaatan media sosial terhadap minat	Perbedaan penelitian ini terletak pada populasi yaitu mahasiswa FKIP UNS serta metode yang digunakan adalah metode pendekatan kuantitaif dan Teknik pengambilan sampelnya yaitu <i>proporsional random sampling</i>
5. Fadhillah, dkk., 2021	Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Media Sosial Terhadap Kinerja	Berdasarkan dari penelitian dan pembahasan, maka ditemukan hasil yaitu: media social berpengaruh secara signifikan terhadap	Persamaan peneitian ini terletak pada salah satu fokus penelitian media sosial terhadap minat	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada metode yang digunakan yaitu deskriptif statistic, populasi yang

Tabel Lanjutan 5

	Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening	kinerja pemasaran baik secara Baik langsung maupun tidak langsung melalui keunggulan	berwirausaha. Serta metode yang dilakukan adalah metode kuantitatif	dimiliki adalah pelau usaha kecil dan menengah Kota Jambi, serta teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan <i>purposive sampling</i>
6. Rimadani & Murniawaty, 2018	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Business Center, dan Kreativitas Siswa Terhadap Jiwa Berwirausaha siswa	Berdasarkan dari penelitian dan pembahasan, maka ditemukan hasil yaitu pendidikan kewirausahaan dan kreativitas kewirausahaan berpengaruh terhadap jiwa berwirausaha	Persamaan penelitian ini terletak pada salah satu fokus penelitian kreativitas terhadap minat berwirausaha. Serta metode yang dilakukan adalah metode kuantitatif	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada populasi yang digunakan yaitu siswa Kelas XI jurusan pemasaran SMK Negeri 1 Slawi dan metode analisis data yang digunakan yaitu deskriptif presentase dan analisis regresi berganda
7. Murniat, dkk., 2019	Pengaruh Kepriadian, Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Lingkungan Keluarga Terhadap	Berdasarkan dari penelitian dan pembahasan, maka terdapat pengaruh antara kreativitas dengan minat berwirausaha serta terdapat pengaruh antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.	Persamaan penelitian ini terletak pada salah satu fokus penelitian pengetahuan kewirausahaan dan kreativitas terhadap minat berwirausaha, serta metode yang dilakukan adalah metode kuantitatif	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada populasi yaitu mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang dan Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah teknik sampel jenuh
8. Tasidjawa & Amin, 2021	Pengaruh Kreativitas dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Berdasarkan dari penelitian dan pembahasan, maka ditemukan hasil yaitu kreativitas dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha	Persamaan penelitian ini terletak pada salah satu fokus penelitian kreativitas terhadap minat berwirausaha serta menggunakan	Perbedaan penelitian ini terletak pada populasi yaitu mahasiswa prodi Akuntansi dan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam

Tabel Lanjutan 8

	Universitas Islam Malang		metode penelitian kuantitatif	Malang
9. Sumerta, dkk., 2020	Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi di Kota Denpasar	Berdasarkan dari penelitian dan pembahasan, maka ditemukan hasil yaitu media sosial dan motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha	Persamaan penelitian ini terletak pada salah satu fokus penelitian yaitu Penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha, menggunakan metode kuantitatif, serta Teknik pengumpulan data menggunakan <i>probability sampling</i>	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada populasinya yaitu seluruh mahasiswa semester VI Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi di Kota Denpasar
10. Purnomo & Sofyan ,2016	Pengaruh Pengetahuan dan Kewirausaha an dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Wirausaha Siswa Teknik Kendaraan	Berdasarkan dari penelitian dan pembahasan maka ditemukan hasil yaitu bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wirausaha siswa Teknik kendaraan ringan SMK N 1	Persamaan peneitian ini terletak pada salah satu fokus penelitian pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Serta metode yang digunakan yaitu kuantitatif	Perbedaan penelitian ini terletak pada populasi yaitu siswa teknik kendaraan ringan SMK Negeri 1 Seyegen

Sumber: *Berbagai Riset Relevan*

C. Kerangka Pikir

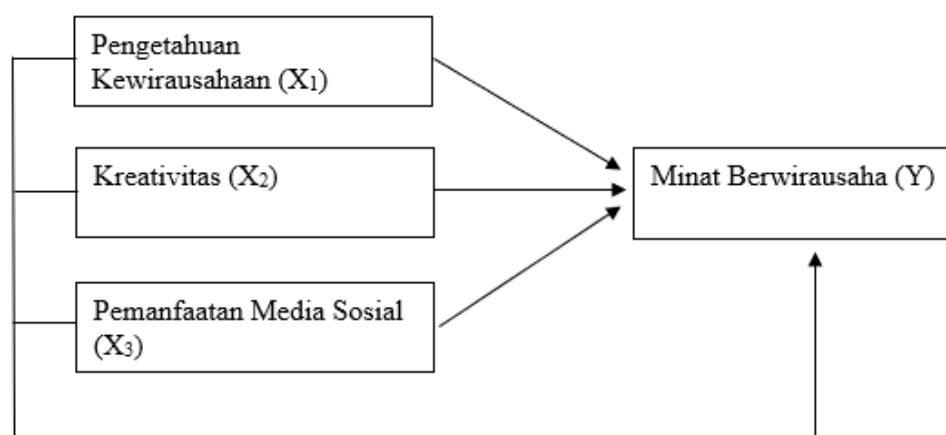
Kerangka pikir di desain yang bertujuan guna memudahkan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pikir dirancang dengan mendeskripsikan fenomena dan permasalahan yang ada. Kerangka pikir yang ada pada fokus penelitian ini terdiri dari minat berwirausaha atau ketertarikan terhadap kewirausahaan mahasiswa yang diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Kerangka pikir digunakan oleh peneliti untuk melihat kenyataan atau realita dari satu masalah, teori ataupun ilmu Pendidikan. Minat berwirausaha adalah keinginan, minat, dan kemauan individu untuk bekerja keras untuk memenuhi kebutuhannya tanpa takut dengan resiko yang akan datang (Anggreini dalam Purnamasary, 2016). Ada beberapa faktor yang mampu memengaruhi seseorang untuk berminat berwirausaha. Faktor-faktor tersebut adalah Faktor individual/personal, tingkat pendidikan, suasana kerja, prestasi pendidikan, personality (kepribadian), dorongan keluarga, lingkungan dan pergaulan serta kesempatan untuk Mandiri (Hendro dalam Aban & Tanusi, 2020).

Faktor pertama yang dapat memengaruhi minat berwirausaha dalam tingkat pendidikan yaitu faktor pengetahuan. Seperti yang dikatakan Fiet dalam Siswadi (2013) bahwa pendidikan memiliki tujuan untuk meningkatkan pengetahuan, hal-hal dalam pendidikan yang dapat meningkatkan pengetahuan kewirausahaan yaitu seperti sikap, pengetahuan, dan keterampilan guna mengatasi kompleksitas yang tertanam dalam tugas-tugas kewirausahaan.

Faktor kedua yaitu kreativitas yang termasuk dalam faktor personal. Kreativitas pada kewirausahaan merupakan suatu keahlian yang diperlukan dalam membangun usaha. Kreativitas menghasilkan suatu Tindakan, gagasan, atau produk apapun yang mengubah domain yang ada atau mengubah yang ada menjadi sesuatu yang baru (Paramithasari, dkk., 2020).

Faktor ketiga yaitu media sosial, faktor lain yang dapat memengaruhi minat berwirausaha adalah penggunaan media sosial. Media sosial memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dengan memanfaatkan media sosial sebagai media dalam promosi berwirausaha tentunya akan membuat produk lebih dikenal konsumen luas sehingga pendapatan pun akan meningkat (Nordiana dalam Kumara, 2020).

Maka dari kerangka pikir di atas paradigma penelitian yang terdiri dari Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Kreativitas (X_2), Pemanfaatan Media Sosial (X_3), dan Minat Berwirausaha (Y), dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Kerangka Pikir.

D. Hipotesis

Berdasarkan dari latar belakang, identifikasi masalah, teori-teori pemikiran, serta kerangka pikir yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

- 1) Ada pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
- 2) Ada pengaruh Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

- 3) Ada pengaruh Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
- 4) Ada pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian pada umumnya digunakan untuk memperoleh data variabel yang diinginkan. Berdasarkan pendekatannya penelitian terbagi dua, yakni penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Penelitian kuantitatif membutuhkan hipotesis serta *statistic* sebagai pembuktiannya, baik *statistic* diferensial maupun inferensial. Pendekatan kuantitatif melihat bagaimana tingkah laku manusia dapat diramal serta realitas sosial; objektif dan dapat diukur. Maka dari itu, menggunakan penelitian kuantitatif dengan instrumen yang valid dan reliabel serta menggunakan analisis *statistic* yang sesuai dan tepat akan menghasilkan penelitian yang tidak menyimpang dan dengan kondisi yang sebenarnya (Yusuf, 2014)

Menurut (Sugiyono, 2013)., metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode kuantitatif sering juga disebut metode tradisional, positivistik, ilmiah/*scientific* dan metode *discovery*. Penelitian kuantitatif adalah jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, dipadukan dengan metode penelitian deskriptif verifikatif. Dengan metode deskriptif verifikatif, peneliti akan mengetahui hubungan antara setiap variabel yang diamati. Penggunaan metode deskriptif verifikatif dalam penelitian ini untuk menguji apakah pengetahuan kewirausahaan (X_1), kreativitas (X_2), dan pemanfaatan media sosial (X_3) berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y), serta

melakukan pengujian terhadap hipotesis yang dirumuskan dapat diterima atau ditolak.

B. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang punya kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Populasi pada penelitian ini ialah Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung angkatan 2019-2021. Berikut disajikan data jumlah populasi Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan :

Tabel 8. Populasi Mahasiswa PSPE FKIP 2019-2021 Universitas Lampung.

No.	Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1.	2019	66
2.	2020	77
3.	2021	97
Total		240

Sumber: Website Resmi FKIP Universitas Lampung, 2022

Dari tabel di atas terlihat bahwa terdapat 240 Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung angkatan 2019-2021 menjadi data populasi yang akan digunakan pada penelitian ini.

2) Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih dan mewakili populasi tersebut. Sebagian dan mewakili dalam batasan di atas merupakan dua kata kunci yang mengacu pada semua karakteristik populasi dalam jumlah terbatas dari masing-masing karakteristik. Jika

populasi memiliki sepuluh ciri atau ciri khusus, maka beberapa dan representatif dalam hal ini harus mencakup sepuluh ciri tersebut. Dari masing-masing karakteristik diambil sebagian kecil sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam penentuan ukuran sampel (Yusuf, 2014) Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin dalam menghitung banyaknya sampel:

$$n = \frac{N}{1 + N (\alpha)^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

α : Tingkat Signifikansi (0,1)

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{240}{1 + 240 (0,1)^2}$$

$$n = 70,5882353 \text{ atau dibulatkan menjadi } 71$$

C. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel pada penelitian ini di ambil menggunakan *probability sampling* yang terdapat teknik *simple random sampling* didalamnya. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2013). *Simple random sampling* merupakan dasar dalam pengambilan sampel *random* yang lain (Yusuf, 2014). Diperlukan perhitungan yang proporsional dalam menentukan jumlah sampel pada setiap program studi. Berikut merupakan cara perhitungannya.

$$\text{Jumlah sampel} = \frac{\text{Jumlah Setiap Angkatan}}{\text{Jumlah Populasi}} \times \text{Jumlah Sampel}$$

Tabel 9. Perhitungan Jumlah Sampel untuk Responden

No.	Angkatan	Populasi	Jumlah Sampel
1	2019	$\frac{66}{240} \times 150$	41
2	2020	$\frac{77}{240} \times 150$	48
3	2021	$\frac{97}{240} \times 150$	61
Total			150

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah peneliti tetapkan untuk dipelajari sampai diperoleh informasi dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1) Variabel Bebas

Variabel bebas sering disebut juga dengan *variable independent*. Variabel ini merupakan variable yang berpengaruh, menjadi sebab perubahan, atau timbulnya variabel dependen/terikat (Sugiyono, 2014) Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Kreativitas (X_2). Dan Pemanfaatan Media Sosial (X_3).

2) Variabel Terikat

Variabel terikat atau biasa disebut juga variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable independen/bebas (Sugiyono, 2014). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Minat Berwirausaha (Y).

E. Definisi Konseptual Variabel

Definisi secara konseptual yakni penjelasan setiap variabel yang bertujuan untuk mempermudah pengukuran dan penjelasan indikator-indikator pembentukan variabel. Definisi konseptual dari variabel-variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Pengetahuan Kewirausahaan (X₁)

Kewirausahaan adalah sebuah proses menciptakan hal yang baru dan beda dengan menggunakan modal, waktu, dan berani mengambil risiko untuk meningkatkan kesejahteraan individu. Dengan begitu pengetahuan kewirausahaan merupakan informasi yang diterima dan diproses tentang menciptakan suatu produk baru dengan menggunakan modal, waktu, berani mengambil risiko untuk memperoleh keuntungan di masa depan yang mampu meningkatkan kesejahteraan hidup setiap individu.

2) Kreativitas Kewirausahaan

Kreativitas merupakan suatu kemampuan untuk menemukan atau menciptakan hal baru yang berbeda. Sehingga, kreativitas kewirausahaan dapat dikatakan sebagai kemampuan seseorang untuk menciptakan hal baru yang dapat memberi keuntungan bagi dirinya dan memberikan manfaat bagi orang lain.

3) Pemanfaatan Media Sosial

Media sosial ialah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Contoh media sosial yang sering digunakan banyak orang saat ini yaitu *Whatsapp, Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, dan Tiktok*. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa pemanfaatan media sosial merupakan kegiatan menggunakan media sosial dengan sebaik-baiknya untuk kegiatan positif bagi diri sendiri dan orang lain yang menjadi lawan interaksi.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional menjelaskan secara jelas tentang variabel, indikator yang membentuknya, dan skala pengukuran yang digunakan untuk mencapai tujuan memperoleh nilai dalam penelitian. Berikut merupakan definisi operasional pada penelitian ini.

Tabel 10. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Minat Berwirausaha (Y)	Minat berwirausaha adalah perasaan mau, tertarik dan mau bekerja serta kemauan yang gigih dengan fokus berwirausaha dalam upaya memenuhi kebutuhan hidup tanpa keraguan dan ketakutan risiko masa depan, dan selalu buatlah kegagalan yang pernah dialami menjadi	1. Percaya diri 2. Berorientasi pada tugas dan hasil 3. Pengambilan resiko 4. Kepemimpinan 5. Berorientasi ke masa depan (Alma dalam Meifiani, 2021) 1. Membuat pilihan aktivitas 2. Merasa tertarik untuk	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>

		proses pembelajaran dan terus berlanjut	berwirausaha 3. Merasa senang akan berwirausaha	
		Mengembangkan usaha bisnis yang memiliki dibuat	4. Keberanian mengambil resiko (Sa'adah & Mahmud, 2019)	
2	Pengetahuan Kewirausahaan (X ₁)	Pengetahuan kewirausahaan ialah seseorang yang mampu untuk menghasilkan sesuatu yang baru melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif, sehingga menciptakan ide atau peluang dan dapat dimanfaatkan dengan baik.	1. Meningkatkan taraf hidup 2. Kemampuan pemecahan masalah 3. Kemampuan menciptakan peluang (Kuntowicaksono, 2012)	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>

3	Kreativitas Kewirausahaan (X ₂)	Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk mengungkapkan ide dan berpikir kreatif untuk menciptakan sesuatu yang menuntut konsentrasi, perhatian, kemauan, kerja keras.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktif 2. Berkembang 3. Bersungguh-sungguh 4. Berani memulai 5. Tidak malu 6. Tidak takut gagal 	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>
---	---	--	--	---

(Suryana, 2014)

4	Pemanfaatan Media Sosial (X ₃)	Media sosial merupakan platform digital yang memfasilitasi pengguna dalam berkomunikasi dan beraktivitas dengan pengguna lainnya melalui virtual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan dalam mendapatkan informasi 2. Memiliki kepercayaan terhadap media sosial yang memiliki situs online shop. 	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>
---	--	--	--	---

(Aditya dalam Setiawati, 2015)

G. Teknik Pengumpulan Data

Berikut ini merupakan beberapa Teknik dalam mengumpulkan data yang digunakan agar diperolehnya suatu data yang dapat menunjang terlaksananya penelitian ini:

1) Observasi

Observasi merupakan pengamatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang ada dalam suatu gejala-gejala objek penelitian. Observasi adalah Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan meliputi perilaku seseorang, proses kerja, dan responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini digunakan observasi melalui wawancara terbuka, karena wawancara merupakan tujuan dari observasi.

2) Kuesioner

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang disusun peneliti mengacu pada kebutuhan dalam penelitian. Kuesioner berfungsi untuk pedoman umum untuk mengingatkan peneliti agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Mendapatkan informasi yang akurat dilakukan dengan menggunakan metode *Rapid Rural Appraisal* (RRA), yaitu pendekatan partisipatif untuk memperoleh data/informasi umum dan penilaian di lapangan di waktu yang relatif singkat. Penyebaran kuesioner kepada responden melalui beberapa cara yakni: 1) diberikan langsung oleh peneliti, 2) dikirim melalui e-mail, 3) memberikan link google form. Berikut table kuesioner dengan menggunakan skala semantic differensial. Angket ini berguna untuk memperoleh informasi tentang variabel pengetahuan kewirausahaan (X_1), kreativitas kewirausahaan (X_2), pemanfaatan media sosial (X_3), dan minat berwirausaha (Y).

3) Dokumentasi

Metode dokumentasi dalam penelitian ini berupa surat-surat, catatan, dan sebagainya yang dilakukan guna memberikan kejelasan bukti dari responden kepada pembaca.

H. Uji Persyaratan Instrumen

Untuk mengumpulkan data lengkap dalam suatu penelitian dibutuhkan alat ukur atau yang biasa disebut dengan instrumen. Instrumen dapat dikatakan baik jika syarat validitas dan reliabilitas terpenuhi.

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan instrumen atau alat ukur yang digunakan untuk mengukur apa yang diinginkan. Instrumen dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian tingkat validitas instrument pada penelitian ini digunakan rumus *Pearson Product Moment Correlation*.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2 (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy}	: Koefisien korelasi antara X dan Y
N	: Jumlah responden/sampel variabel X
$\sum XY$: Total perkalian skor item dan total
$\sum X$: Jumlah skor butir pertanyaan
$\sum Y$: Jumlah skor total
$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor pertanyaan
$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

Kriteria pengujian yang dilakukan yaitu apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan valid, sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka

instrument yang digunakan tidak valid dengan valid dengan $\alpha = 0,05$ dan $dk = n$ yakni sampel yang diteliti (Rusman, 2018).

Data yang telah didapatkan melalui uji coba instrumen dengan menggunakan program SPSS pada 20 responden telah dihitung dengan $dk = n = 20$ dan $r_{tabel} = 0,444$ maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

Pada variabel ini, terdapat 10 butir pertanyaan yang sudah diuji. Hasil pengujian terlihat bahwa semua pernyataan valid dengan memenuhi kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan hasil itu, semua butir pertanyaan dapat digunakan.

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
X1.1	0,847	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2.2	0,833	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3.3	0,748	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X4.4	0,570	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X5.5	0,637	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X6.6	0,735	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X7.7	0,825	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X8.8	0,598	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X9.9	0,671	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X10.10	0,746	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

b. Kreativitas (X₂)

Pada variabel ini, terdapat 12 butir pertanyaan yang sudah diuji. Hasil pengujian terlihat bahwa semua pernyataan valid dengan memenuhi kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan hasil itu, semua butir pertanyaan dapat digunakan.

Tabel 12. Hasil Validitas Kreativitas (X₂)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
X _{1.1}	0,827	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{2.2}	0,687	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3.3}	0,638	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{4.4}	0,800	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{5.5}	0,850	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{6.6}	0,845	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{7.7}	0,907	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{8.8}	0,659	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{9.9}	0,816	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{10.10}	0,736	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{11.11}	0,630	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{12.12}	0,866	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

c. Pemanfaatan Media Sosial (X₃)

Pada variabel ini, terdapat 10 butir pertanyaan yang sudah diuji. Hasil pengujian terlihat bahwa semua pernyataan valid dengan memenuhi kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan hasil itu, semua butir pertanyaan dapat digunakan.

Tabel 13. Uji Validitas Pemanfaatan Media Sosial (X₃)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
X _{1.1}	0,732	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{2.2}	0,825	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3.3}	0,740	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{4.4}	0,645	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{5.5}	0,765	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{6.6}	0,615	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{7.7}	0,694	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{8.8}	0,738	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{9.9}	0,867	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{10.10}	0,775	0,444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

d. Tabel Minat Berwirausaha (Y)

Pada variabel ini, terdapat 10 butir pertanyaan yang sudah diuji. Hasil pengujian terlihat bahwa semua pernyataan valid dengan memenuhi kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan hasil itu, semua butir pertanyaan dapat digunakan.

Tabel 14. Uji Validitas Minat Berwirausaha (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	Kondisi	r_{tabel}	Signifikan < 0,05	Simpulan
X _{1.1}	0,683	>	0,444	0,001	Valid
X _{2.2}	0,532	>	0,444	0,016	Valid
X _{3.3}	0,629	>	0,444	0,003	Valid
X _{4.4}	0,632	>	0,444	0,003	Valid
X _{5.5}	0,658	>	0,444	0,002	Valid
X _{6.6}	0,843	>	0,444	0,000	Valid
X _{7.7}	0,697	>	0,444	0,001	Valid
X _{8.8}	1	>	0,444	0,000	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana instrumen dapat dipercaya. Uji realibilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha-Cronbach* yang dapat dilihat sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varians butir pertanyaan

σ_t^2 : varians total

Kriteria pengujiannya yaitu jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,05$ maka alat pengukuran atau angket adalah reliabel, begitu pula sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$. Jika instrumen reliabel, maka

untuk menginterepretasikan nilai korelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15. Daftar Interpretasi Koefisien

No	Koefisien r	Reliabilitas
1	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
2	0,6000 – 0,7999	Tinggi
3	0,4000 – 0,5999	Sedang
4	0,2000 – 0,3999	Rendah
5	0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Rusman, 2019

a. Pengetahuan Kewirausahaan (X₁)

Berdasarkan hasil uji dari SPSS dari 20 responden dan n untuk butir yang dianalisis terdapat 10 pertanyaan yang valid, didapatkan r Alpha sebesar 0,895. Berdasarkan tabel daftar interprestasi koefisien, instrumen variable X₁ memiliki realibilitaas yang sangat tinggi.

Tabel 16. Hasil Uji Realibilitas Pengetahuan Kewirausahaan (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.895	10

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

b. Kreativitas (X₂)

Berdasarkan hasil uji dari SPSS dari 20 responden dan n untuk butir yang dianalisis terdapat 12 pertanyaan yang valid, didapatkan r Alpha sebesar 0.937. Berdasarkan tabel daftar interprestasi koefisien, instrumen variable X₂ memiliki realibilitaas yang sangat tinggi.

Tabel 17. Uji Realibilitas Kreativitas (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.937	12

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

c. Pemanfaatan Media Sosial (X₃)

Berdasarkan hasil uji dari SPSS dari 20 responden dan n untuk butir yang dianalisis terdapat 10 pertanyaan yang valid, didapatkan r Alpha sebesar 0.907. Berdasarkan tabel daftar interpretasi koefisien, instrumen variable X₃ memiliki realibilitaas yang sangat tinggi.

Tabel 18. Uji Realibilitas Pemanfaatan Media Sosial (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.907	10

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

d. Minat Berwirausaha (Y)

Berdasarkan hasil uji dari SPSS dari 20 responden dan n untuk butir yang dianalisis terdapat 10 pertanyaan yang valid, didapatkan r Alpha sebesar 0.888 Berdasarkan tabel daftar interpretasi koefisien, instrumen variable Y memiliki realibilitaas yang sangat tinggi.

Tabel 19. Uji Realibilitas Minat Berwirausaha (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.888	10

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Tabel 20. Daftar Rekapitulasi Uji Realibilitas

No.	Variabel	r _{hitung}	r _{tabel}
1.	Pengetahuan Kewirausahaan (X ₁)	0,895	Sangat Tinggi
2.	Kreativitas (X ₂)	0.937	Sangat Tinggi
3.	Pemanfaatan Media Sosial (X ₃)	0.907	Sangat Tinggi
4.	Minat Berwirausaha (Y)	0.888	Sangat Tinggi

I. Uji Persyaratan Analisis Data

1) Uji Normalitas

Uji normalitas yakni salah satu syarat untuk menggunakan statistik parametrik yang bertujuan melihat normal atau tidaknya data sampel yang diambil dari populasi. Pengujian ini penting dilakukan karena jika data tidak berdistribusi normal, maka metode statistik parametrik tidak bisa dilakukan. Dalam penelitian ini, pengujian menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov Test*. Penelitian ini menggunakan analisis statistic parametrik, makaharus ditentukan nilai signifikansi *two tailed* dengan ketentuan sebagai berikut:

Menentukan hipotesis dari uji normalitas:

H₀ : Data berdistribusi normal

H₁ : Data tidak berdistribusi normal

Dengan kriteria pengujian:

- 1) H_0 diterima apabila nilai *asympt.Sig (2-tailed)* $> 0,05$ maka sampel tidak berdistribusi normal
- 2) H_0 ditolak apabila nilai *asympt.Sig (2-tailed)* $< 0,05$ maka sampel tidak berdistribusi normal.

2) Uji Homogenitas

Uji homogenitas ialah pengujian yang melihat sama atau tidaknya varians dari dua atau lebih distribusi data. Uji homogenitas menjadi syarat yang harus disertakan dalam penelitian analisis statistik parametrik. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogen atau tidak. Digunakan metode *Levene Statistic* untuk pengujian ini. Berikut merupakan rumusnya.

$$W = \frac{(n - k) \sum_{i=1}^k n_i (\bar{Z}_i - \bar{Z}_{..})^2}{(k - 1) \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (Z_{ij} - \bar{Z}_i)^2}$$

$$Z_t = \left| \bar{Y}_t - \bar{Y}_t \right|$$

Keterangan:

- N : Jumlah kelompok
- K : Banyaknya kelompok
- ZU : $\bar{Y}_U - \bar{Y}_T$
- \bar{Y}_t : Rata-rata kelompok ke-i
- \bar{Z}_t : Rata-rata kelompok dari Z_i
- Z : Rata-rata menyeluruh (*Overall mean*) dari Z_{ij}

Hasil perhitungan dapat dilihat dari nilai signifikansi uji homogenitas dengan alfa yang ditentukan harus dilihat dari alfa yang digunakan sebelumnya. Kriteria pengambilan keputusan yaitu apabila $\alpha = 0,05$ maka data bersifat homogen atau H_0 diterima, sebaliknya tidak homogen atau H_0 ditolak.

J. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diperlukan guna memperoleh hasil regresi yang baik, efisien, dan sesuai dengan kriteria *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Uji asumsi klasik akan memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang dihasilkan memiliki akurasi estimasi, tidak bias, dan konsisten sehingga asumsi klasik menjadi syarat dalam analisis regresi. Berikut merupakan uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini:

1) Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan bertujuan guna mengetahui model regresi yang akan digunakan bersifat linier atau non-linier. Uji linieritas digunakan sebelum melakukan pengujian hipotesis untuk memastikan bahwa regresi merupakan linier sehingga penelitian dapat dilakukan.

Rumusan hipotesis dalam uji linieritas:

H_0 : Model regresi berbentuk linier

H_1 : Model regresi berbentuk non-linier

Aturan dalam pengambilan keputusan linieritas dapat dilakukan dengan perbandingan nilai signifikansi dari *deviation from linearity* menggunakan SPSS dengan nilai $\alpha = 0,05$. Apabila signifikansi dari *deviation from linearity* $> \alpha$ (0,05) maka nilai tersebut linier atau H_0 diterima, jika sebaliknya maka tidak diterima.

2) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak. Dalam analisis regresi linier berganda, terdapat dua atau lebih variabel bebas yang memengaruhi variabel terikat. Asumsi ini dapat

dibenarkan jika tidak ada hubungan linier antara variabel bebas. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini menggunakan metode *pair-wise correlation*. Pengujian dengan metode ini dilakukan dengan melihat koefisien antar variabel bebas. Apabila diperoleh nilai koefisien korelasi $\leq 0,70$ maka artinya model regresi tersebut tidak mengandung gejala multikolinieritas.

3) Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi dalam model regresi linear antara kesalahan pengganggu pada satu periode ke periode lain (Ghozali, 2018). Autokorelasi dapat muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Penggunaan metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Durbim-Watson*. Peneliti akan mencari nilai-nilai residu dengan OLS (*Ordinary Least Square*) dari persamaan yang akan dicari dengan menggunakan rumus berikut:

$$D = \frac{\sum_2^t (u_t - u_{t-1})^2}{\sum_1^t u_t^2}$$

Langkah selanjutnya yaitu penentuan ukuran sampel dan jumlah variabel bebas, kemudian lihat tabel statistik *Durbin-Watson Upper du* dan nilai dari Durbin-Watson menggunakan hipotesis nol dan tidak terdapat autokorelasi positif dengan hipotesis alternatif. $H_0 : \rho < 0$ (Tidak terdapat autokorelasi positif) $H_1 : \rho < 0$ (Terdapat autokorelasi positif). Kriteria pengambilan keputusan pada uji *Durbin-Watson* adalah sebagai berikut

1. $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
2. $DW < DL < DW 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.

3. $DL < DW < DU$ atau $4-DU$ artinya tidak ada kesimpulan yang pasti.

4) Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamat ke pengamat yang lain (Ghozali, 2018). Uji asumsi heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah varians residual *absolute* sama (homogen) atau tidak sama (tidak homogen) untuk semua pengamatan. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan *spearman* (*spearman's rank correlation*), dengan rumus berikut.

$$r_s = 1 - 6 \left[\frac{\sum d_i^2}{N(N^2 - 1)} \right]$$

Di mana d_i = Perbedaan dalam tingkat yang diberikan kepada dua karakteristik yang berbeda dari individu atau fenomena ke i dan N = banyaknya individu yang diberi peringkat.

Rumusan hipotesis heteroskedastisitas sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan nilai mutlak dari residual.

H_1 : Ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan nilai mutlak dari residual.

Kriteria pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas dengan metode *spearman's rank correlation* ini yaitu jika nilai signifikansi (2-tailed) $> \alpha = 0,05$ maka dapat dinyatakan persamaan regresi yang terbentuk tidak mengandung gejala heteroskedastisitas do antara pengamatan tersebut atau H_0 ditolak, begitu juga sebaliknya.

K. Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis harus dibuktikan dengan kebenaran data yang terkumpul (Sugiyono, 2013). Hipotesis memberi dugaan pada hubungan antar variabel dan harus diuji tingkat validitasnya. Terdapat dua pengujian dalam penelitian ini:

1) Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis diuji menggunakan statistik t yang berkaitan dengan regresi linear. Adapun persamaan umum yang digunakan adalah.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- Y : Nilai ramalan untuk variabel
- Ya : Bilangan koefisien
- b : Koefisien arah atau koefisien regresi
- X : Variabel bebas yang bernilai mutu

2) Regresi Linier Berganda

Uji ini dilakukan agar mengetahui pengaruh keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut ini merupakan persamaan yang akan digunakan.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

- Y = Nilai yang diprediksi untuk variabel
- Ya = Nilai konstanta Y jika X =0
- b = Koefisien arah regresi
- X = Variabel bebas

Selanjutnya dilakukan uji F, yakni pengujian yang dilakukan terhadap koefisien regresi secara simultan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Berikut adalah persamaan yang digunakan untuk melakukan uji F (Rusman, 2019):

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 : Koefisien determinasi

K : Jumlahvariabel bebas

n : Jumlah anggota data atau kasus

Pada penelitian ini, penggunaan tingkat signifikansi yaitu sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$). Setelah tingkat signifikansi diputuskan, perlu ditentukan kriteria pengambilan keputusan. Kriteria pengambilan keputusan untuk pengujian hipotesis adalah sebagai berikut.

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan data yang telah dianalisis dan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, sehingga dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh positif pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha sebesar 0,627 atau 62,7%, dapat diartikan terdapat pengaruh positif dan signifikan. Sehingga minat mahasiswa dalam berwirausaha akan meningkat jika memiliki tingkat pengetahuan kewirausahaan yang tinggi, begitu pula sebaliknya..
2. Ada pengaruh positif kreativitas terhadap minat berwirausaha sebesar 0,617 atau 61,7%, dapat diartikan terdapat pengaruh positif dan signifikan. Sehingga minat mahasiswa dalam berwirausaha akan meningkat jika memiliki tingkat kreativitas yang tinggi, begitu
3. Ada pengaruh positif pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha sebesar 0,606 atau 60,6%., dapat diartikan terdapat pengaruh positif dan signifikan. Sehingga apabila mahasiswa memanfaatkan media sosial dengan baik maka akan meningkatkan minat berwirausaha pada dirinya, begitupun sebaliknya.
4. Ada pengaruh positif pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha sebesar 0,730 atau 73,0%, dapat diartikan terdapat pengaruh positif dan signifikan. Sehingga apabila pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial berada pada posisi yang lebih baik maka minat berwirausaha akan meningkat begitupun sebaliknya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh terkait pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha, maka diperlukan beberapa saran dan acuan evaluasi sebagai berikut:

1. Mahasiswa dapat memperdalam pengetahuan kewirausahaan, baik itu melalui pembelajaran dari mata kuliah kewirausahaan, melalui buku, *e-journal*, dan media sosial.
2. Mahasiswa dapat mengembangkan kreativitasnya, baik dengan melakukan pengamatan terhadap lingkungan atau keadaan sosial, hal itu akan mampu mengembangkan kreativitas mahasiswa, serta mahasiswa diharapkan lebih percaya diri dan yakin terhadap ide-idenya. Beberapa saran yang dapat dilakukan mahasiswa guna mengembangkan kreativitasnya yaitu melalui pemanfaatan media sosial dengan mempelajari penggunaan media sosial, mengikuti *event* serta komunitas yang dapat mendatangkan ide dan kreativitas
3. Mahasiswa dapat meningkatkan sikap bijak dan baik dalam menggunakan media sosial. Mahasiswa dapat memanfaatkan media sosial dengan lebih baik untuk menggunakan fitur yang telah tersedia seperti fitur jual-beli *online* yang sangat baik digunakan dalam memulai berwirausaha. Salah satu cara termudah menggunakan media sosial untuk memicu kreativitas yaitu mahasiswa dapat mengikuti akun, tagar, atau grup yang berhubungan dengan minat yang dimiliki. Mahasiswa dapat menemukan ide, tren, gaya, atau perspektif baru yang dapat menginspirasi. Mahasiswa juga bisa belajar dari para ahli, mentor, atau rekan-rekan yang membagikan wawasan, tips, atau pengalaman mereka di media sosial misalnya, mahasiswa dapat mengikuti artis, penulis, desainer, atau pengusaha yang memposting karya, proses, atau saran mereka di media sosial
4. Mahasiswa dapat lebih meningkatkan pengetahuan kewirausahaannya, mengasah kreativitasnya, dan bijak dalam penggunaan sosial media. Lalu, perlu adanya dukungan dari pihak program studi Pendidikan

Ekonomi untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa melalui faktor-faktor yang memengaruhi seperti pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, pemanfaatan media sosial, serta factor lainnya sehingga kedepannya mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung memiliki minat untuk berwirausaha. Beberapa hal yang dapat dilakukan yaitu seperti dengan pemberian tugas lapangan berkala untuk mengobservasi usaha UMKM di lingkungan sekitar, hal itu akan menambah ilmu baru bagi mahasiswa dalam kewirausahaan. Setelah itu, mahasiswa dapat diberikan tugas proyek untuk membuat usaha dan dipasarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aban, N., & Tanusi, G. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores. *Jurnal Analisis, Vol. 19*.
- Achdiyat, M. I., Maslichah, & Hidayat, I. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang). *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi, Vol 12, No 02*, 438–446.
- Adhimursandi, D. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, Vol. 13, (1)*.
- Aghniya, N. I., & Subroto, W. T. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1891–1903.
- Ahmad, A., & Nurhidayah. (2020). Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi, VOL. 08 NO. 02*.
- Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 17, No. 2*, 151–159.
- Aisyah, Si., Rahmani, N. A. B., & Hasibuan, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan Keluarga dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim. *Journal on Education, Vol. 05, No. 04*.
- Alfaruk, M. H. (2016). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi, dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan, Vol. 4, No. 2*.

- Anggraeni, B., & Harnanik. (2015). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Islam Nusantara Comal Kabupaten Pematang . *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*, Vol. X No. 1, 42–52.
- Antonius, Suharti, & Devie, V. (2018). Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs in Indonesia: An exploratory study. *Journal of Entrepreneurship Education*, Vol 21, No 2, 1–11.
- Aputra, A., Sukmawati, & Aziz, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKMKewirausahaanUniversitas Muslim Indonesia. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, Volume 9 No. 1.
- Ardiyani, N. P. P., & Kusuma, A. (2016). Pengaruh Sikap, Pendidikan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.8.
- Awali, H., & Farida, R. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di Tengah Dampak covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Volume 2. Nomor 1.
- Basrowi. (2016). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi* (R. Sikumbang, Ed.; 3rd ed.). Ghalia Indonesia.
- Cross, M. (2013). *Leveraging Social Networking While Mitigating Risk* (cetak ulang). Newnes.
- Dewi Karyaningsih, Rr. P. (2017). Hubungan Kreativitas, Efikasi Diri dan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPED)*, 5(2), 162–175. <https://doi.org/10.21009/jped.005.2.4>
- Tangkeallo, & Tngdialla. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4.
- Elen, M., Rusno, & Yudiono, U. (2018). Pengaruh Kreativitas Berwirausaha, Prestasi Belajar dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, Vol. 3, No. 1.
- Elendiana, M. (2020). Upaya Meningkatkan Minat Baca Siswa Sekolah Dasar. *JPdK: Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, Volume 2, Nomor 1, 54–60.
- Ernawati. (2021). Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Keperawatan. *Jurnal Keperawatan Silampari*, Vol. 5, No. 1.

- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(01).
- Fahmi, R., & Amanda, T. (2017). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol*, Vol. 2, No. 1.
- Fajar, A., Syam, A., Rahmatullah, Rakib, M., & Tahrir, T. (2022). Pengaruh Pengetahuan dan Kreativitas Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Makassar. *Indonesian Journal of Social and Educational Studies* , Vol. 1, No. 2, 34–43.
- Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Wirausahawan Wanita di Masa Pandemi Covid: Studi Literatur Sistematis. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol. 15, No. 2.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, M., & Yuliawan, E. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus STMIK Mikrosil Medan). *Jurnal Wira Ekonomi Mikrosil*, Vol. 5, No. 1.
- Hadiyati, E. (2012). Kreativitas Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Pada Usaha Kecil. In *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan* (Vol. 1, Issue 3).
- Hapsari, T. P. (2018). Peran Lingkungan Kampus Dalam Memoderasi Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Wirausaha. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2, 197–214.
- Hasan, M., Shofa, N., Thaief Ilham, Ahmad, M. I. S., & Tahir, T. (2021). Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Mempengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z Melalui Efikasi Diri? *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Volume. 9, Nomor. 2, 300–313.
- Hasanah, M., & Ngr, M. F. (2017). Strategi peningkatan Minat Wirausaha Mahasiswa Melalui Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan (PKM-K) di Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial*, Volume. 6, Nomor. 2.

- Hasibuan, P. H. (2021). Pengaruh Kepercayaan Diri dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Unimed Terhadap. *Digital Repository Universitas Negeri Medan*, 24.
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (AJIE)*, Vol. 02, No. 03.
- Hutari, T., Ernawati, & Idrus, Y. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Alumni Program Studi Tata Busana Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol. 7, No. 3, 670–677.
- Adnyana, Gusti & Ni Made Purnami. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, dan *Locus of Control* Pada Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5.
- Indriyani, I., & Subowo. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy. *Economic Education Analysis Journal*, Vol. 8, No. 2, 470–484.
- Indriyani, N. D., & Suryantara, M. L. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Kreativitas Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Yos Soedarso Tahun 2019 - 2020. *Economic Journal Yos Soedarso University*, Vol 3, No 3.
- Irawati, S. A., & Sudarsono, B. (2020). Faktor-Faktor yang Memotivasi Perempuan Dalam Berwirausaha Pada UMKM Kerupuk Sanggar di Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Distribusi*, Vol. 8, No. 2, 163–172.
- Jaenudin, A., Suroto, & Astuti, D. P. (2019). Menumbuhkan Minat Berwirausaha Melalui Teknologi Digital Pada Pembelajaran Kewirausahaan Mahasiswa di Era Industri 4.0. *E3J, Economic Education And Entrepreneurship*, Vol 2, No 2, 1–12.
- Kisker, W., & Emst, C. (2015). Influence of the motivation of entrepreneurs on the willingness to take risks. *Journal of Interdisciplinary Research*, 5, 38–40.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2012). *Marketing Management* (S. Yagan & E. Svendsen, Eds.; 14th ed.). Pearson Education.

- Kumara, B. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 52–56.
- Kuntowicaksono. (2012). Pengaruh Pengetahuan Wirausaha dan Kemampuan Memecahkan Masalah Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *Journal of Economic Education*, Vol. 1.
- Kurnia, D., Kusnendi, & Furqon, C. (2018). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Minat Wirausaha. *Jurnal Promosi: Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, Vol. 6, No. 2, 48–56.
- Kurniawan, A., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi, Dan Kepribadian Terhadap Minat Wirausaha Melalui Self Efficacy. In *Jee* (Vol. 5, Issue 1). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Kusumadewi, A. N. (2020). Implementasi Jiwa Wirausaha dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 7 No. 2.
- Latifah, & Nurmalasari. (2013). Analisis Pengaruh Mata Kuliah Entrepreneurship Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, Vol 1 No. 1.
- Lestari, B. R., & Trisnadi. Wijaya. (2012). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di STIE MDP, STMIK MDP, dan STIE MUSI. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, Vol. 1 No 2.
- Lestari, F. (2013). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung. *UNIKOM*.
- Listiawati, M., Dyah, C., & Susantiningrum. (2020). *Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha di Mahasiswa FKIP UNS*. Vol. 25, No 1.
- Mahanani, E., & Sari, B. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. *Ikarait-Humaniora*, Vol. 2, No. 2.
- Maharani, A., Yohana, C., & Pratama, A. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas, dan Kecerdasan Emosional Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, Volume 3, No. 3.

- Mahdiyyah, K. F., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi. *Sinomics Journal, Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi, Volume 1, No 2*, 175–188.
- Majdi, M. Z. (2012). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Internalisasi Nilai Kewirausahaan di Keluarga, dan Motivasi Minat Kewirausahaan. *Jurnal Educatio, Vol. 7, No. 2*, 1–25.
- Manurung, H. (2013). Peluang Kewirausahaan Sekolah Melalui Kreativitas dan Inovasi. *Journal of Business and Entrepreneurship, Vol. 1, No. 1*.
- Maslichatun Ummah. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI MIPA SMA Negeri 4 Tegal. Universitas Pancasakti Tegal.
- Meifiani, N. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Riau. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance, 4(1)*, 2021.
- Melyana, I. P., & Pujiati, A. (2015). Pengaruh Sikap dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha Melalui Self-Efficacy. *JEE, Vol 1*.
- Melyana, I. P., Rusdarti, & Pujiati, A. (2015). Pengaruh Sikap dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha melalui Self-Efficacy. *Journal of Economic Education, Vol. 4, No. 1*.
- Munawar, A., & Supriatna, N. (2018). *Pengaruh Sikap Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa* (Vol. 1, No. 2).
- Munawar, A., & Supriatna, N. (2018b). Pengaruh Sikap dan Motivasi Terhadap Minat berwirausaha Siswa. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi , Volume 2, Nomor 1*.
- Murniat, M., Sulisty, & Yudiono, U. (2019). Pengaruh Kepribadian, Pengetahuankewirausahaan, Kreativitas Dan Lingkungan keluarga Terhadap Minatberwirausaha. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE), Volume: 4, Nomor: 2*.
- Murniati, M., Sulisty, & Yudiono, U. (2019). Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE), Volume. 4, Nomor. 2*.

- Nasution, A. M. U., Lailikhatmisafitr, I., & Marbun, P. (2021). Keberhasilan Usaha Kuliner Dihat dari Faktor Karakteristik dan Pengetahuan Kewirausahaan (Studi Kasus Usaha Kuliner Ayam Penyet). *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, Vol 3, No. 3.
- Nasution, A. M. U., Lailikhatmisafitri, I., & Marbun, P. (2021). Keberhasilan Usaha Kuliner Dilihat Dari Faktor Karakteristik dan Pengetahuan Kewirausahaan (Studi Kasus Usaha Kuliner Ayam Penyet). *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 1219–1229. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.528>
- Nelisma, Y., Ftriani, W., Sasnita, A. F., & Khairiah, V. L. (2021). Peran Guru Bimbingan dan Konseling Dalam Meningkatkan Kreativitas Kewirausahaan Siswa SMKN 1 Pasaman Kabupaten Pasaman Barat. *Risetdikti (Jurnal Bimbingan Dan Konseling)*, Vol. 6, No. 2, 223–228.
- Ningsih, R. (2017). Peranan Pendidikan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Bagi Mahasiswa. *Diskusi Panel Nasional Pendidikan Kewirausahaan*.
- Nordiana. (2014). Peran Jejaring Sosial Sebagai Media Peningkat Minat Berwirausaha Mahasiswa untuk Berbisnis Online (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi). *Jurnal Ilmiah*, 12.
- Noviantoro, G., & Rahmawati, D. (2017). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Vo. 6, No. 1.
- Nurfitriana, E., Nurdin, & Rizal, Y. (2018). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy, Lingkungan Keluarga Melalui Motivasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha. *JEE (Jurnal Edukasi Ekobis)*, Vol 6, No 8.
- Nurhayati, R., Farradinna, S., & Nugroho Sigit. (2019). Efikasi Diri dan Dukungan Sosial Keluarga Memprediksi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Proyeksi*, Vol. 14, No. 2, 151–161.
- Nurikasari, F. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Malang. *Jurnal Riset Pendidikan*, Vol 1, No 2.

- Nursito, S., & Nugroho, A. J. S. (2013a). Analisis Pengaruh Interaksi Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Kewirausahaan. *Jurnal Kiat BISNIS, Volume 5*.
- Nursito, S., & Nugroho, A. J. S. N. (2013b). Analisis Pengaruh Interaksi Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Kewirausahaan. *Kiat Bisnis, Vol 5, No 5*.
- Nurul Arifah, N., Sakitri, W., Pendidikan Ekonomi, J., & Ekonomi, F. (2020). Peran Sikap Berwirausaha dalam Memediasi Intensi Berwirausaha Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal, 9(2)*, 405–420. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2>
- Oktarilis, S. N. (2012). Pengaruh Faktor-Faktor Yang Dapat Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Wirausaha. *Jurnal Ekonomi Manajemen, Universitas Gunadarma., Vol. 2, No.1*.
- Pangaribuan, M., Barus, N., & Manurung, J. S. (2021). Pengaruh Kreativitas dan Penggunaan Marketplace Shopee Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan. *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan, Vol. 2, No. 1*.
- Paramithasari, S. P., Yuliani, D., Seprina, C. A., Almamada, J., & Husna, A. N. (2020). Kreativitas Pada Wirausahawan: Studi Literatur. *University Research Colloquium*.
- Prasetio, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Interinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi), Vol. 18, No. 1*, 35–46.
- Praswati, A. N. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wirausaha di Kalangan Mahasiswa Studi Kasus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal Seminar Nasional Dan Call for Paper*, 134–142.
- Primandaru, N. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pada Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Economia, Volume 13, Nomor 1*.
- Purnomo, M. T., & Sofyan, H. (2016). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Wirausaha Siswa Teknik Kendaraan Ringan SMK Negeri 1 Seyegen. *Jurnal Pendidikan Teknik Otomotif, Vol. 14, No. 2*.

- Putri, D. A., Lahagu, E. E., Ufmayza, D., Adilla, D. N., Ningrum, A. D., & Lubis, K. S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Berwirausaha Bagi Para Generasi Millennial. *Jurnal Seminar Nasional Sosial Humaniora & Teknologi*.
- Putri, T. K., & Ahyanuard. (2021). Pengaruh Dukungan Sosial Keluarga dan Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Teknik Elektro (JPTE), Volume 02, Issue 02*.
- Putri, T. K., & Ahyanuardi. (2021). Pengaruh Dukungan Sosial Keluarga dan Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Teknik Elektro (JPTE), Volume 02, Issue 02*.
- Putri, Y. M., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kreativitas, Pendidikan Kewirausahaan, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Kota Batam. *Journal of Economics and Business UBS, Vol. 12No. 1*.
- Rahardi, D. R., & Susilowaty, E. (2018). Kreatifitas Kewirausahaan Sosial dan Menggali Ide Usaha Baru Melalui Pengolahan Kripik Tempe Lupin. *EBM Journal, Vol. 1 No. 1*.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta, Vol. 29, No. 03*.
- Rahim, A. R., Basir, B., Muhammadiyah Makassar, U., & Selatan Indonesia, S. (2019). Peran Kewirausahaan Dalam Membangun Ketahanan Ekonomi Bangsa. In *Economic* (Vol. 2, Issue 1).
- Rahmadi, A. N., & Heryanto, B. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas EKonomu Universitas Kediri. *Jurnal Ekonomi Universitas Kediri, Vol. 1, No. 2, 153–169*.
- Ramadhani, N. T., & Nurnida, I. (2017). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ecodemica, 1(1)*.
- Rimadani, F., & Murniawaty, I. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Business Center, dan Kreativitas Siswa Terhadap Jiwa Berwirausaha Siswa. *Economic Education Analysis Journal, Vol. 7, No. 3*.
- Rochayati, U., Setia K, M., & Kartika Sari, A. (2013). Pengaruh Faktor Sosiodemografi, Sikap, dan Kontekstual, Terhadap Niat Berwirausaha. *Jurnal Kependidikan, 43*.

- Rosmiati, R., Junias, D. T. S., & Munawar, M. (2015). Sikap, Motivasi, Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 17(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.21-30>
- Rusdiono. (2019). Peran Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online Shop Pada Online Shop Antler MakeUp. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, Vol 3, No 2.
- Rusman, T. (2019). *Statistika Parametrik*. Universitas Lampung.
- Ruswati, I. (2018). Faktor Eksternal dan Faktor Internal Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Yayasan Pendidikan Islam Darussalam Cerme Gresik. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship, Volume 1, Nomor 2*.
- Sa'adah, L., & Mahmud, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Instagram dan Efikasi Diri Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*.
- Sahroh, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya. *JUPE, Volume. 5, Nomor. 3*, 208–215.
- Salmah, E., Fadliyant, L., & Sriningsih, S. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol 3.No.2*.
- Sanchaya Hendrawan, J., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). In *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* (Vol. 02, Issue 03).
- Sanchaya, J., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship, Vol. 02, No. 03*.
- Sari, C. A. (2015). “Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga. *AntroUnairdotNe, Vol 2, No 2*.
- Setiawati, M. (2015). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengairan*.

- Siswadi, Y. (2013). Analisis Faktor Internal, Faktor Eksternal, dan Pembelajaran Kewirausahaan yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol. 13. No. 1.*
- Suarjana, A. A. G. M., & Wahyuni, L. M. (2017). Faktor Penentu Minat Berwirausaha Mahasiswa (Suatu Evaluasi Pembelajaran). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan, Vol 13 No. 1.*
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R& D* (Cetakan ke-19). ALFABETA, CV.
- 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 Universitas Udayana, 627–252.*
- Sumiaty, N. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kewirausahaan Pada Generasi Millenial. Volume XXIV No 1.*
- Suryadi, E., Samuel, D. S., & Harapan, U. P. (2022). Analisis Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Dan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Management. In *Journal of Accounting & Management Innovation* (Vol. 6, Issue 1).
- Suryana. (2013). *Kewirausahawan: Kiat dan Proses Menuju Sukses.* Salemba Empat.
- Suryaningsih, T., & Agustin, T. (2020). Pengaruh Kepribadian Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, 13(1), 42–49.* <https://doi.org/10.17977/um014v13i12020p042>
- Tarmiyati. (2015). Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Kompetensi Keahlian Administrasi Perkantoran SMK Negeri 1 Pengasih Kabupaten Kulon Progo. *EPrints UNY, Vol 2, No 1, 9–12.*
- Tasidjawa, S., & Amin, M. (2021). Pengaruh Kreativitas Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang. In *Agustus* (Vol. 10, Issue 13).
- Taufik, A., Azhad, & Hafidzi, A. H. (2018). Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Ipteks, Vol. 3, No. 1, 86–99.*

- Trianawati, A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK (Study Survey Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Majalengka, SMK Negeri Palasah dan SMK Negeri 1 Kadipaten). *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, Vol. 1, No. 1, 33–40.
- Utami, C. W. (2017). Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior, Entrepreneurship Education and Self-efficacy toward Entrepreneurial Intention University Student in Indonesia. In *European Research Studies Journal: Vol. XX*.
- Utomo, P. W. (2017). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Kreativitas Berwirausaha Siswa Kelas XI Jurusan Pemasaran SMK Muhammadiyah 1 Wonosobo*.
- Vernia, D. M., Suprpto, H. A., & Supandi Agus. (2018). Penyuluhan Pentingnya Minat Kewirausahaan Dalam Membentuk Karakter Mandiri Siswa SMK Insan Mulia dan SMP Azzuhriyah Kota Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1, No. 2.
- Wahyu Pril Ranto, D. (2016). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm Bidang Kuliner Di Yogyakarta. III(2)*.
- Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi dan Modal Usaha terhadap Minat Berwirausah. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1, 77–93.
- Warpindyastuti, L. D., & Sulistyawati, M. E. S. (2018). Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi Pada MIN 18 Jakarta. *Widya Cipta*, Vol 2, No 1.
- Watie, E. dwi S. (2012). Komunikasi dan Media Sosial. *The Messenger*, Volume. 3, Nomor, 1.
- Widyaningsih, H. (2017). Hubungan Antara Kreativitas Dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa AKPAR BSI Yogyakarta Ditinjau dari Jenis Pekerjaan Orang Tua. *Jurnal Khasanah Ilmu*, Vol. 8, No. 1.
- Wijaya, U. T. (2014). Pengaruh Pegetahuan Kewirausahaan dan Konsep Diri Terhadap Minat Berwirausaha. *E-Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*, Volume 2, Nomor 2.
- Wijayanti, L. N. E. R. W., Sutikno, T. A., & Sukarnati. (2016). Kontribusi Pengetahuan Kewirausahaan Pengalaman Prakerin, dan Kreativitas

Terhadap Kesiapan Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, Volume. 1, Nomor. 7, 1364–1375.

Wulandari, P. H. (2018). Pengaruh Kreativitas dan Hasil Belajar Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Tata Niaga SMK Negeri 1 Kota Jambi. *Repository Universitas Jambi*.

Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan* (Suwito, Ed.; Cetakan ke-6). Kencana.