

Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

by check 1

Submission date: 07-May-2024 01:04AM (UTC-0700)

Submission ID: 2373133364

File name: 2-ARTIKEL_PEKOBIS_MEI_2022.pdf (298.56K)

Word count: 3703

Character count: 23880



Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Erva Puspita Rahayu^{1),a)}, Shanti Nugroho Sulistyowati^{2),b)}

¹⁾Program Studi Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Jombang, Jombang, Indonesia

²⁾Program Studi Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Jombang, Jombang, Indonesia

ervapuspita03@gmail.com^{a)}, shantinugroho@yahoo.com^{b)}

ABSTRACT

The purpose of research is knowing, 1) the partial effect of social media on interest Entrepreneurship, 2) the partial impact of entrepreneurial knowledge on entrepreneurial interests, 3) simultaneous effects of social media and entrepreneurial knowledge of interest Student entrepreneur STKIP PGRI Jombang. Research is research quantitative, which uses linear regression analysis as a approach. The population is 295 active students, taken in proportionational techniques random sampling. 75 student studies, proportionately taken of six courses. Research findings indicate: 1) social media are influential of student entrepreneurship; 2) knowledge of entrepreneurship is influential of student entrepreneurship; 3) Social media and entrepreneurial knowledge affect the interest in entrepreneurship of STKIP PGRI Jombang students, seen from the simultaneous test where sig 0.00 < 0.05.

Keywords: *Social Media; Entrepreneurship Knowledge; Entrepreneurial Interest*

ABSTRAK

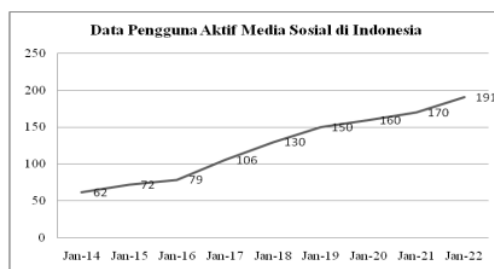
Tujuan dari penelitian yaitu mengetahui, 1) pengaruh parsial media sosial terhadap minat berwirausaha, 2) pengaruh parsial pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha, 3) pengaruh secara simultan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa STKIP PGRI Jombang. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai pendekatannya. Jumlah populasi sebanyak 295 mahasiswa aktif, diambil dengan teknik *proportional random sampling*. Sampel penelitian sebanyak 75 mahasiswa, diambil secara proporsional dari enam program studi. Temuan penelitian menunjukkan: 1) Sosial media berpengaruh terhadap minat wirausaha mahasiswa; 2) Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa; 3) Sosial media dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa STKIP PGRI Jombang, dilihat dari uji simultan dimana sig 0,00 < 0,05.

Kata kunci: Media Sosial; Pengetahuan Kewirausahaan; Minat Berwirausaha

PENDAHULUAN

Dunia teknologi informatika kini mengalami perkembangan yang pesat. Di era digital, masyarakat cenderung bergerak ke arah gaya hidup baru yang tidak bisa dipisahkan dari system elektronik yang lengkap (Ridwan, 2021). Berkembangnya teknologi khususnya teknologi informasi erat kaitannya dengan proses globalisasi yang menjadikan jarak jauh menjadi dekat. Dengan kemajuan digitalisasi yang ada, membuat internet sebagai kebutuhan penting bagi semua orang di penjuru dunia. Bahkan di seluruh lini kehidupan kini memanfaatkan kecanggihan internet. Seperti halnya masyarakat Indonesia, yang saat ini turut serta menikmati laju kecepatan internet. Dalam perkembangannya, internet menjadi terobosan baru karena bisa diakses melalui telepon genggam atau *smartphone*.

Saat ini telepon seluler sudah berkembang dengan berbagai fitur kecanggihan yang didukung dengan adanya akses internet. Sebuah internet berkembang dan melahirkan jaringan baru yang biasa dikenal sebagai jejaring sosial. Media sosial adalah cara untuk saling berbagi informasi berupa tulisan, gambar, suara maupun video (Rahayu et al., 2018). Media sosial semakin diakui dalam meningkatkan kinerja bisnis, melalui jejaring sosial akan memudahkan memasarkan produk dimana produsen bisa menemukan kebiasaan konsumen (Puspitarini & Nuraeni, 2019)



Gambar 1. Data Pengguna Aktif Media Sosial dari *We Are Social*

Media sosial sebagai *trend* modern dalam sejarah komunikasi manusia yang cepat meraih perhatian dari masyarakat. Berdasarkan gambar 1 data pengguna aktif media sosial yang dihimpun dari data *we are social* dari tahun ke tahun semakin meningkat. Dapat dilihat dalam kurun waktu 8 tahun terakhir dari Januari 2014 sebanyak 62 juta pengguna dan meningkat pesat pada Januari 2022 menjadi 191 juta pengguna media sosial (Aprilia et al., 2018). Media sosial digunakan dengan alasan mulai dari mengisi waktu luang, sumber informasi, hingga untuk menemukan berbagai ide dan inspirasi. Sebagai calon

wirausahawan tentunya dapat memanfaatkan media sosial yang ada untuk menggali potensi bisnis.

Kewirausahaan adalah suatu kemampuan melalui proses berpikir kreatif untuk memanfaatkan peluang usaha guna menuju apa yang diinginkan. Membangun kewirausahaan tidaklah mudah, seorang wirausaha lahir bisa jadi dari kepentingan usahanya sendiri. Dalam hal ini minat berwirausaha lahir dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Terutama kalangan mahasiswa yang memiliki motivasi untuk berwirausaha. Motivasi yang ada didalam diri mahasiswa nantinya akan mempengaruhi persiapan pola pikir yang awalnya memilih menjadi karyawan berubah menjadi pencipta lapangan kerja. Jika mahasiswa memiliki *mindset* berwirausaha, mereka tidak akan kehabisan ide untuk menciptakan suatu hal yang baru (Shanty, 2020)

Pengetahuan kewirausahaan menjadi aspek penting guna membentuk motivasi seseorang dalam berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan yaitu pemahaman tentang berbagai informasi untuk membangkitkan keberanian mengambil risiko secara wajar dalam pengelolaan perusahaan. Untuk tumbuh dan sukses, tidak cukup memiliki keterampilan tetapi juga harus memiliki bekal pengetahuan (Sari et al., 2021). Ilmu pengetahuan sebagai faktor penting untuk mempersiapkan calon wirausahawan.

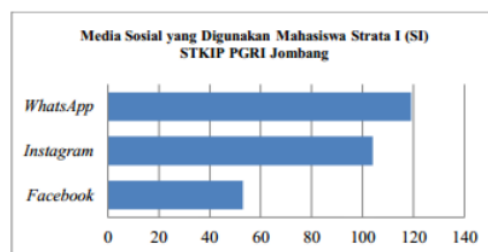
Tingkat kewirausahaan di Indonesia bisa dikatakan masih rendah yang menduduki menduduki peringkat 94 dalam *global entrepreneurship index*. Untuk memperkuat struktur ekonomi, Indonesia membutuhkan 4 juta wirausahawan baru. Saat ini, jumlah wirausaha di tanah air adalah 3,47 persen dari total penduduk sedangkan untuk menjadi negara maju, suatu negara harus memiliki 12 persen wirausahawan. Adanya survei yang dilakukan Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HPMI) menyebutkan sebanyak 83 persen mahasiswa yang ada di Indonesia bercita-cita menjadi karyawan. Dari data tersebut menunjukkan bahwa minat mahasiswa untuk memasuki dunia bisnis masih tergolong rendah, kemungkinan hal tersebut terjadi karena sistem pendidikan yang membuat mahasiswa enggan menjadi wirausaha. Oleh karena itu, tahapan untuk menumbuhkan minat berwirausaha yaitu dengan berupaya memperbaiki sistem pendidikan.

Minat berwirausaha dapat ditanamkan sejak awal di bangku perkuliahan (Kurnianto et al., 2012). Dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa perguruan tinggi berperan secara fungsional dalam memberi pengajaran pengetahuan kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Cara menanamkan mental kewirausahaan salah satunya dengan

mengintegrasikan kewirausahaan kedalam kurikulum (Salsabilah et al., 2021). Oleh karena itu, untuk membentuk watak dan perilaku seorang wirausahawan bisa diimplementasikan melalui kurikulum pembelajaran kewirausahaan agar seseorang dapat mandiri dalam bekerja atau usaha (Mulyani, 2014). Sehingga semakin tinggi pengetahuan seseorang harapannya semakin meningkat pula minatnya untuk berwirausaha.

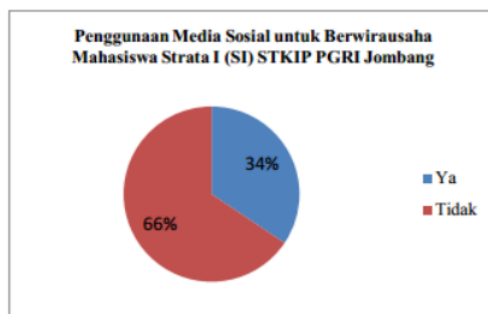
Eksistensi media sosial di jaman modern semakin meningkat bahkan dijadikan sebagai primadona. Dikalangan anak muda banyak yang memanfaatkan media sosial untuk berbisnis *online* (Laugu, 2020). Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu et al., 2018) yang menunjukkan bahwa, semakin banyak penggunaan jejaring sosial maka semakin tinggi pula kemampuan mahasiswa untuk memulai usaha, sebaliknya jika tingkat penggunaan jejaring sosial rendah maka kemampuan mahasiswa untuk memulai usaha semakin rendah. Terbukti bahwasannya media sosial memainkan peran komunikasi.

STKIP PGRI Jombang sebagai salah satu perguruan tinggi yang mempunyai perhatian besar untuk mempersiapkan mahasiswanya menjadi seorang wirausaha. Selain menghasilkan tenaga pendidik profesional, mahasiswa STKIP PGRI Jombang juga mampu berkontribusi dalam pembangunan. Melalui kegiatan berwirausaha, STKIP PGRI Jombang berharap dapat menghasilkan wirausahawan yang handal dan berdaya saing. Berikut data penggunaan media sosial oleh mahasiswa STKIP PGRI Jombang.



Gambar 2. Data Media Sosial yang Digunakan Mahasiswa 2021/2022

Jenis jejaring sosial yang diminati mahasiswa STKIP PGRI Jombang berdasarkan gambar 2 diatas yaitu *whatsapp* dan *instagram*. Dengan perolehan pengguna *whatsapp* sebanyak 119 mahasiswa, *instagram* sebanyak 104 mahasiswa, dan pengguna *facebook* hanya 53 mahasiswa. Maka, dalam hal ini Penulis berfokus pada media sosial *whatsapp* dan *instagram*.



Gambar 3. Data Penggunaan Media Sosial, 2021/2022

Terdapat pula mahasiswa yang menggunakan media sosial untuk berwirausaha yaitu 34 persen, sedangkan sisanya yang tidak menggunakan media sosial untuk kegiatan berwirausaha jauh lebih besar yakni 66 persen berdasarkan data gambar 3 diatas. Fenomena uniknya disini yaitu hanya sebagian kecil saja mahasiswa STKIP PGRI Jombang yang memanfaatkan media sosial untuk bisnis *online*, setelah mereka memiliki bekal pengetahuan kewirausahaan dan modal *smartphone* dalam genggamannya. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis terdorong meneliti dengan mengambil judul “Pengaruh ¹Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STKIP PGRI Jombang”

³METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan yakni pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah sebuah pendekatan yang menggunakan angka dan data statistik guna menunjukkan keterkaitan antar variabel (Simbolon, 2014). Sedangkan, data primer yang digunakan didapat melalui penyebaran ³angket kepada mahasiswa aktif Strata 1 (S1) angkatan 2018 STKIP PGRI Jombang. Teknik pengambilan data yang dipakai yakni observasi, dokumentasi, dan angket dengan populasi 295 mahasiswa aktif. Penggunaan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yakni *proportional random sampling* yang diambil secara acak tanpa memerhatikan strata dalam populasi (Lenaini et al., 2021). Jumlah sampel penelitian sebesar 74,6 dibulatkan menjadi 75 responden. Sampel ini diambil secara proporsional pada enam program studi. Sebelum dilakukan penelitian dilakukan uji instrumen, setelah valid dan reliabel selanjutnya dilakukan penyebaran angket kepada responden, setelah data terkumpul, selanjutnya teknik analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan penyebaran kuesioner ke 75 responden mahasiswa aktif angkatan 2018 STKIP PGRI Jombang, selanjutnya dari data tersebut memberikan informasi mengenai permasalahan yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner *online* melalui *google form*. Penyebaran kuesioner dilakukan pada tanggal 27 Februari 2022 sampai 1 Mei 2022. Setelah data berdistribusi normal maka dilakukanlah analisis model regresi linier berganda guna mengetahui pengaruh keterkaitan antar variabel.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik

	B	t	Sig	Ket
(Constant)	0.631	2.377	0.020	
Media Sosial (X1)	0.433	4.406	0.00	Berpengaruh positif
Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	0.446	5.379	0.00	Berpengaruh positif

Sumber : Data diolah dari program SPSS *for windows* 16, 2022

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda pada Tabel 1 menunjukkan bahwa, $Y = 0.631 + 0.433 X1 + 0.446 X2 + \epsilon$. Konstanta sebesar 0.631 artinya, jika tidak ada variabel bebas mempengaruhi sama dengan nol, maka minat berwirausaha adalah 0.631. Koefisien regresi variabel media sosial bernilai positif yaitu 0.433 yang artinya setiap peningkatan variabel media sosial sebesar satu satuan, akan menaikkan besarnya minat berwirausaha 0.433 satuan. Lalu, nilai koefisien regresi variabel pengetahuan kewirausahaan yaitu 0.446 yang artinya akan menaikkan besarnya minat berwirausaha sebesar 0.446 satuan dengan asumsi variabel lain nilainya tetap. Sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel bebas dan terikat adalah positif. Diketahui juga melalui uji koefisien determinasi yang menunjukkan (R^2) 0,754 atau 75,4% jadi dapat dikatakan persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 75,4% dan 24,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembahasan

Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa, media sosial berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa STKIP PGRI Jombang dalam berwirausaha. Diperoleh melalui uji-t dimana sig. 0,00 < 0,05 yang berarti jejaring sosial memiliki pengaruh secara parsial

terhadap minat berwirausaha. Didukung dengan olahan deskriptif variabel media sosial (XI) menunjukkan rerata sebesar 4,31 atau kategori sangat tinggi. Jika dirinci per butir pernyataan rata-rata indikator media sosial berkisar 4.03-4,45 yang diukur melalui indikator komunikasi, berbagi/*sharing*, dan saling terhubung. Dari ketiga indikator tersebut dua diantaranya masuk dalam kategori sangat tinggi dengan rerata 4,45 yakni indikator berbagi/*sharing* dan saling terhubung. Hal tersebut menunjukkan proses penyebaran informasi melalui media sosial sangatlah cepat dan akan menjadi peluang bisnis manakala mahasiswa STKIP PGRI Jombang mau memanfaatkan *whatsapp* dan *instagram* yang mereka punya, selain itu media sosial juga sudah terhubung ke berbagai situs lain sehingga interaksi secara virtual saat ini semakin digandrungi khususnya bagi mahasiswa STKIP PGRI Jombang. Sedangkan terdapat pula satu indikator yang masuk dalam kategori tinggi yaitu komunikasi pada rerata 4,03. Melalui rerata indikator komunikasi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi melalui *whatsapp* dan *instagram* masih belum maksimal, perlu adanya peningkatan penggunaan media sosial ke hal-hal yang lebih positif mengingat jejaring sosial bukan hanya sebagai media berekspresi melainkan bisa digunakan sebagai media untuk mendatangkan rupiah melalui bisnis *online*.

Secara teori hubungan media sosial dengan minat berwirausaha yakni media sosial menjadi salah satu *icon* yang efektif dengan berbagai kemudahan untuk menjalankan bisnis (Sidiq, n.d.). Kemudahan tersebut seperti mudahnya berkomunikasi yang ditunjang dengan efisiensi dimana media sosial dapat diakses tanpa terikat oleh ruang dan waktu. Media sosial memungkinkan usaha kecil bertransformasi melalui hubungan komunikasi dengan tujuan mencari keuntungan. Senada dengan penelitian (Prasetyo, 2018) semakin banyak jejaring sosial yang digunakan maka semakin tinggi kemampuan mahasiswa untuk memulai suatu usaha. Jika semakin sedikit jejaring sosial yang digunakan maka semakin rendah pula kemampuan mahasiswa untuk memulai suatu usaha.

Hal ini selaras dengan hasil akhir penelitian yaitu penggunaan media sosial akan mendorong motivasi mahasiswa STKIP PGRI Jombang untuk berwirausaha. Selanjutnya terlihat pada hasil observasi dan penyebaran kuisioner bahwa mahasiswa STKIP PGRI Jombang mempunyai keberanian dalam menjalankan praktik kewirausahaan dibuktikan dengan adanya 34% mahasiswa yang sudah menekuni bisnis *online*. Sedangkan sebanyak 66% dari mahasiswa STKIP PGRI Jombang akan berminat untuk berwirausaha manakala mereka mampu menjadikan media sosial sebagai perantara untuk melakukan hal-hal

inspirasi untuk membuka peluang usaha. Sehingga mahasiswa STKIP PGRI Jombang terdorong untuk memulai usaha walaupun bermodalkan telepon genggam.

8 Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Dari hasil penelitian didapat bahwa, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa STKIP PGRI Jombang. Dibuktikan melalui uji t dimana sign. $0.00 < 0.05$. Temuan ini sekaligus membuktikan olahan deskriptif variabel pengetahuan kewirausahaan (X2) dengan rentang skor rata-rata 4,27 yang tergolong sangat tinggi. Jika dirinci per butir pernyataan variabel pengetahuan kewirausahaan rata-ratanya berkisar 4,18-4,39 terdiri dari indikator, pengetahuan mengenai usaha yang dimasuki/dirintis, pengetahuan mengenai manajemen dan bisnis, mengambil resiko usaha, dan merumuskan solusi masalah. Dari keempat indikator tersebut tiga diantaranya masuk dalam kategori sangat tinggi dengan rerata 4,23 untuk pengetahuan mengenai usaha yang akan dirintis/dimasuki, 4,27 untuk indikator mengambil resiko usaha, 4,39 untuk indikator merumuskan solusi masalah. Hal tersebut menunjukkan bahwas mahasiswa STKIP PGRI Jombang sudah dibekali dengan pengetahuan kewirausahaan sebagai modal untuk mempersiapkan diri menjadi *entrepreneurship* yang memiliki kemampuan mengambil resiko dan keterampilan memecahkan masalah dalam sebuah usaha. Sedangkan terdapat pula satu indikator yang masuk dalam kategori tinggi yaitu pengetahuan mengenai manajemen dan bisnis pada rerata 4,18. Melalui rerata indikator tersebut menunjukkan pengetahuan manajemen dan bisnis yang dimiliki oleh mahasiswa STKIP PGRI Jombang masih belum maksimal, perlu adanya implementasi secara nyata dari pengetahuan manajemen dan bisnis tersebut agar saat mahasiswa memulai usaha dapat mengatur tugas lebih efektif.

Sesuai dengan teori (Abdullah & Septiany, n.d.) bahwa pengetahuan bisnis melalui implementasi pembelajaran kewirausahaan di dunia pendidikan khususnya perguruan tinggi akan meningkatkan pemahaman teori dan praktek langsung ke penjualan produk yang sudah dibuat. Hal ini dikarenakan adanya hipotesis bahwa pengetahuan bisnis terkait dengan kewirausahaan. Semakin tinggi pengetahuan seseorang maka minatnya terhadap kewirausahaan akan meningkat pula. Perguruan tinggi berperan secara fungsional dalam memberi pengajaran pengetahuan mengenai kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

Sehingga, mahasiswa dituntut untuk berpikir dan berperilaku sebagai wirausaha (Jaya, n.d.)

Sejalan dengan hasil akhir penelitian yaitu pengetahuan kewirausahaan akan membentuk mental wirausaha mahasiswa melalui pembelajaran yang sudah diterapkan. STKIP PGRI Jombang tidak hanya menciptakan lulusan sebagai sarjana pendidikan namun menciptakan lulusan yang mampu sebagai pewirausaha yang handal dan berdaya saing sesuai dengan tujuan STKIP PGRI Jombang itu sendiri. Hal ini terlihat pada hasil observasi dan penyebaran kuisioner bahwa mahasiswa STKIP PGRI Jombang selama dikampus sudah menerapkan pengetahuan kewirausahaan yang mereka dapat melalui program kewirausahaan kampus seperti bazaar kewirausahaan, seminar kewirausahaan, dan praktek menjual produk kewirausahaan secara langsung di acara *Car Free Day* (CFD) setiap minggu. Tidak hanya berhenti pada program kewirausahaan yang ada dikampus saja melainkan program dikti juga seperti halnya mereka mengikuti PKM, KBMI, dan KIBM yang mana dengan mengikuti program tersebut mahasiswa STKIP bisa menerapkan pengetahuan yang mereka punya sekaligus menambah ilmu baru di bidang kewirausahaan dan bisnis. Sehingga pengetahuan kewirausahaan disini dijadikan sebagai dasar mahasiswa STKIP PGRI Jombang untuk melangkah guna menciptakan inovasi produk agar memperoleh profit.

1 **Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha**

Dari sini dapat diketahui pengaruh sosial media dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha berpengaruh positif. Dilihat melalui uji F dimana nilai sig $0.00 < 0.05$ maka H_0 diterima atau bersama-sama memiliki hubungan positif. Temuan ini sekaligus membuktikan olahan deskriptif variabel minat berwirausaha (Y) yang menunjukkan rerata 4,39 dengan kategori sangat tinggi. Jika dirinci per butir pernyataan rata-rata indikator minat berwirausaha berkisar 4.31-4,43 yang diukur melalui indikator ketertarikan, perasaan senang, dan keinginan. Dari ketiga indikator tersebut masuk dalam kategori sangat tinggi dengan rerata 4,31 untuk indikator ketertarikan, artinya motivasi mahasiswa STKIP PGRI Jombang untuk memulai usaha tergolong sangat tinggi. Indikator perasaan senang dengan rerata 4,43 yang berarti rasa senang mahasiswa kerap kali dijadikan sebagai hobi untuk membangun sebuah usaha, ketika perasaan senang sudah

muncul maka mahasiswa akan konsisten dalam mempelajari dunia usaha. Dan yang terakhir adalah indikator keinginan dengan rata-rata 4,42 dimana mahasiswa STKIP PGRI Jombang memiliki harapan yang sangat tinggi dimasa depan dari proses berwirausaha yang telah dijalankan.

Sesuai dengan teori (Sumerta et al., 2020) langkah-langkah guna mempromosikan kewirausahaan yaitu dengan memicu motivasi berwirausaha. Minat seseorang untuk berwirausaha tidak berkembang secara alami tetapi sesuai aspek yang mempengaruhi, yaitu faktor intrinsik dari pemahaman, hasil belajar, motivasi, gender, dan harapan kerja. Dan juga faktor eksternal yang timbul dari pengaruh sosial ekonomi orang tua, pendidikan, lingkungan, dll. Seseorang yang berminat untuk memulai suatu usaha akan lebih siap dan maju dibandingkan dengan orang yang tidak berminat untuk memulai suatu usaha (Koranti, 2013)

Sejalan dengan hasil observasi dan penyebaran kuisioner bahwa mahasiswa STKIP PGRI Jombang mempunyai hasrat tinggi untuk memulai sebuah usaha guna menyalurkan ilmu pengetahuan kewirausahaan yang telah didapat. Hal ini dibuktikan dengan antusias mahasiswa STKIP PGRI Jombang dalam berjualan *online*. Mereka memanfaatkan media sosial sebagai perantara untuk menjaring konsumen. Tidak hanya sampai disitu saja mahasiswa STKIP PGRI Jombang juga menawarkan makanan siap saji kepada warga kampus dengan berbagai variasi menu. Terdapat temuan bahwasannya sosial media sebagai perantara dan pengetahuan kewirausahaan sebagai arah untuk melangkah ketika mahasiswa memulai usaha. Saat mahasiswa mampu mengkolaborasikan kedua modal tersebut maka mereka akan sadar jika banyak keuntungan yang didapat dari kegiatan berwirausaha.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa STKIP PGRI Jombang dibuktikan dengan adanya mahasiswa yang saat ini sudah menjalani bisnis *online* menggunakan media sosial seperti di *whatsapp* dan *instagram*. Selain itu tidak hanya media sosial saja yang mempengaruhi minat mahasiswa STKIP PGRI Jombang untuk berwirausaha, melainkan ada faktor lain yaitu pengetahuan kewirausahaan. Melalui pengetahuan kewirausahaan akan dikembangkan sikap dan mental berwirausaha sehingga akan mempengaruhi minat mahasiswa STKIP

PGRI Jombang untuk berwirausaha, apalagi pengetahuan kewirausahaan tersebut sebagai modal mahasiswa dalam mencari peluang usaha. Mahasiswa STKIP PGRI Jombang yang memiliki minat berwirausaha mereka tidak akan kehabisan ide untuk berinovasi menciptakan hal-hal baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D., & Septiany, F. R. (n.d.). *PENGARUH MOTIVASI DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN*. 316–331.
- Anggraeni, A., & Purba, M. A. (n.d.). *No Title*.
- Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2018). *Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja*. 3(1), 41–53.
- Dan, P., & Pembelajaran, T. (2021). *Peluang dan tantangan pembelajaran digital di era industri 4.0 menuju era 5.0 ”. 1*, 381–394.
- Ekonomi, F., Ngurah, U., & Denpasar, R. (2020). *ISSN : 2337-3067 PENGARUH TINGKAT PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMAN PERGURUAN TINGGI DI KOTA DENPASAR*
- Sumerta et al ., 2019 . *Mengembangkan kreativitas dalam berwirausaha terutama di kalangan mahasiswa (Kompas . com , 2016)* . 7, 627–652.
- Entrepreneurship, A., Bangsa, T., & Mcclelland, M. D. (2012). *MAHASISWA DI LINGKUNGAN PERGURUAN TINGGI*. 68–72.
- Jaya, U. B. (n.d.). *Rencana Strategi Dalam Menerapkan Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi Melalui Proses Pembelajaran yang*.
- Journal, D., Education, O., Interdiana, A., Sari, C., Karlina, E., & Rasam, F. (2021). *Peran pendidikan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha dalam menumbuhkan sikap mental kewirausahaan peserta didik*. 7(2), 403–412.
- Koranti, K. (2013). *ANALISIS PENGARUH FAKTOR EKSTERNAL DAN INTERNAL*. 5(1998), 8–9.
- Laugu, N. (2020). *Eksistensi Media Sosial , Youtube , Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia*. 4(1), 41–57.
- Lenaini, I., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2021). *TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN*. 6(1), 33–39.
- Pendidikan, D. I., & Dan, D. (2014). *Model Pendidikan Kewirausahaan di Pendidikan Dasar dan Menengah –Endang Mulyani*. 20, 1–18.
- Pendidikan, T., & Pembelajaran, D. A. N. (2015). *Jurnal Dinamika Manajemen*. 6(1), 97–120.

- Prasetyo, P. E. (2018). *PERAN STRATEGIS KEWIRAUSAHAAN DALAM MENDUKUNG*. 84-94.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. 3.
- Rahayu, E. S., Laela, S., & Berwirausaha, M. (2018). *Pengaruh minat berwirausaha dan penggunaan sosial media terhadap kewirausahaan mahasiswa*. 20(03), 203-216.
- Salsabilah, A. S., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). *Peran Guru Dalam Mewujudkan Pendidikan Karakter*. 5(20), 7164-7169.
- Sidiq, F. (n.d.). *MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL PADA DAERAH*. 69-76.
- Simbolon, N. (2014). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belajar Peserta Didik*. *Elementary School Journal Pgsd Fip Unimed*, 1(2), 14-19.
- Shanty, M., & Jombang, P. (2020). *PENGARUH SELF EFFICACY TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA* 14, 275-280. <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i2.19526>

Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.scilit.net Internet Source	5%
2	www.neliti.com Internet Source	4%
3	ojs.unm.ac.id Internet Source	2%
4	jurnal.unismuhpalu.ac.id Internet Source	1%
5	Rezki Agrisa Ditama. JURNAL EKONOMI SAKTI (JES), 2022 Publication	1%
6	journal.unisa-bandung.ac.id Internet Source	1%
7	Laili Puji Hardini, Shanti Nugroho Sulistyowati, Ririn Febriyanti. "PELATIHAN PENGOLAHAN MAKANAN DARI BUAH PISANG PADA ANGGOTA KARANGTARUNA DESA KESAMBEN", SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 2022	1%

Publication

8

jurnal.ugj.ac.id
Internet Source

1 %

9

ojs.uph.edu
Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On