

Pengaruh Motivasi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa

Tio Prasetio¹, Reni Hariyani²

E-mail : tio.prasetio@budiluhur.ac.id¹
reni.hariyani@gmail.com²,

¹Universitas Budi Luhur, ²Akademi Sekretari Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi dalam penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha secara parsial maupun simultan. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur dan Akademi Sekretari Budi Luhur Tahun Akademik 2019/2020. Sampel yang diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling* berjumlah 85 mahasiswa. Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Analisa data menggunakan *software* SPSS Versi 22 dengan analisis korelasi dan regresi berganda. Data penelitian bersumber dari data primer. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel motivasi dalam penggunaan media sosial berpengaruh secara signifikan dan memiliki korelasi positif yang kuat terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi 0.000. Variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan dan memiliki korelasi positif yang kuat terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi 0.000. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa motivasi dalam penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi 0.000 dengan koefisien determinasi sebesar 49,6%.

Kata kunci : motivasi penggunaan media sosial, pengetahuan kewirausahaan, minat berwirausaha

ABSTRACT

The purpose of this research to analyze the influence of motivation in the use of social media and entrepreneurial knowledge on interest in entrepreneurship partially or simultaneously. The population of this study were students of the Faculty of Economics and Business Universitas Budi Luhur and Akademi Sekretari Budi Luhur for Academic Year 2019/2020. Samples taken using purposive sampling method amounted to 85 students. This research method is quantitative. Data analysis using SPSS Version 22 software with correlation analysis and multiple regression. The research data comes from primary data. The results of the study partially show that the motivation variable in the use of social media has a significant and positive effect on interest in entrepreneurship with a significance value of 0.000. The variable of entrepreneurial knowledge has a significant effect and has a strong positive correlation to the interest in entrepreneurship with a significance value of 0.000. The results of the study simultaneously show that motivation in the use of social media and entrepreneurial

knowledge has a significant effect on interest in entrepreneurship with a significance value of 0.000 with a determination coefficient of 49.6%.

Keywords: motivation to use social media, entrepreneurial knowledge, interest in entrepreneurship

1. PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

Era digitalisasi membawa perubahan pada semua aspek. Saat ini mungkin apapun bisa dikaitkan dengan internet. Mulai dari bermain, belajar, membaca, berbelanja, mengikuti berita terbaru, bersosialisasi, hingga membuka usaha pun bisa melalui internet.

Kehadiran internet telah memberikan perubahan secara revolusioner terhadap cara hidup dan aktivitas manusia sehari-hari. Melalui internet, setiap orang dapat mengakses ke dunia global untuk memperoleh berbagai informasi yang mereka butuhkan dalam segala kebutuhan sehari-harinya (Kurniawan, 2016).

Diperoleh data per bulan Januari tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun 2019, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa. Artinya 64% penduduk Republik Indonesia telah merasakan akses ke dunia maya. Seperti pada tampilan gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Jumlah pengguna internet di Indonesia per Januari tahun 2020

Banyaknya pengguna media sosial merupakan suatu fenomena tersendiri di era

digital saat ini. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak profit sebuah bisnis. Ditengah maraknya pengguna internet dari tahun ke tahun, semakin banyak pula bisnis yang telah dirintis melalui media sosial. Entah itu melalui Blog, Twiter, Instagram, KasKus, Facebook, You Tube maupun melalui fitur-fitur di *smartphone* seperti aplikasi WhatsApp Messenger.

Media sosial memberikan terobosan untuk merubah pola pikir di lingkungan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur dan Program Studi Sekretari Akademi Sekretari Budi Luhur untuk menjadi seorang wirausaha. Berwirausaha menjadi salah satu profesi ketika lulus dari perguruan tinggi dan mempermudah untuk memasarkan produk lebih luas tanpa biaya yang sangat tinggi. Untuk menjadi wirausaha yang sukses mahasiswa harus bisa memperluas jaringan yang luas untuk lebih berkomunikasi dengan yang lainnya itu menggunakan internet (Rahayu & Laela, 2018).

Faktor yang berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha adalah Motivasi dalam menggunakan media sosial. Motivasi sebagai salah satu faktor pendukung penting yang dapat mendorong keberanian seseorang untuk memutuskan berwirausaha sangat dibutuhkan dalam diri seorang mahasiswa (Prasetio, 2020). Motivasi yang dimaksudkan di sini adalah motivasi intrinsik yaitu motivasi yang timbul dalam diri individu mahasiswa itu sendiri. Untuk dapat menggunakan media sosial sebagai perantara dan alat dalam menjalankan minat berwirausahanya. Sehingga berani merubah pola pikir ke arah digitalisasi dalam memasarkan produk untuk menjadi seorang wirausaha. Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang

menunjukkan pengaruh yang signifikan antara tingkat penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha (Kurniawan, 2016).

Selain motivasi, pengetahuan kewirausahaan menjadi faktor lain yang dapat menumbuhkan minat seorang dalam berwirausaha. Seorang wirausahawan tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan. Untuk menjadi wirausaha yang sukses diperlukan perencanaan bisnis yang matang dan berani untuk mengambil risiko yang akan terjadi dalam menjalankan bisnis tersebut.

Kewirausahaan selalu berkaitan dengan faktor individu, karena dalam menekuni dunia wirausaha tidaklah semudah yang dibayangkan. Diperlukan suatu pengetahuan khusus yang dimiliki oleh pemilik usaha tentang kewirausahaan untuk menggarungi persaingan antar wirausahawan lain, situasi yang tidak menentu, keharusan untuk menjalin hubungan baik dengan banyak orang sebagai relasi bisnisnya (Hanifati, 2017).

b. Identifikasi Masalah

1. Mahasiswa belum memiliki motivasi dalam menggunakan media sosial dalam pola pikir berbisnis.
2. Semakin meningkatnya jumlah pengangguran yang berasal dari Diploma dan Sarjana.
3. Penggunaan media sosial yang belum maksimal dalam menumbuhkan minat berwirausaha.

c. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh motivasi dalam penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha secara parsial maupun simultan.

2. METODOLOGI

a. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode ini bertujuan

untuk menganalisis pengaruh motivasi penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha secara parsial maupun simultan.

b. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari variabel dependen minat berwirausaha (Y) dan variabel independen yang terdiri dari variabel motivasi dalam penggunaan media sosial (X1) dan pengetahuan kewirausahaan (X2) untuk mengungkapkan permasalahan dalam penelitian ini digunakan bukti empirik. Sedangkan subjek penelitiannya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur dan mahasiswa Program Studi Sekretari Akademi Sekretari Budi Luhur.

c. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur dan Akademi Sekretari Budi Luhur yang memiliki pengetahuan mengenai perencanaan bisnis. Dalam penelitian ini tipe *sampling* yang digunakan yaitu *purposive Sampling* karena dimana pengambilan anggota sampel tersebut dilakukan dengan berbagai kriteria, yaitu 1) *sample* adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur dan Akademi Sekretari Budi Luhur, 2) *sample* adalah mahasiswa yang sudah mendapatkan materi perencanaan bisnis, 3) *sample* adalah mahasiswa yang sudah mendapatkan teori mengenai kewirausahaan.

d. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Kuesioner atau angket yang berupa pertanyaan yang diberikan kepada responden yaitu mahasiswa yang sedang mengambil mata kuliah pengetahuan bisnis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur dan Akademi Sekretari Budi Luhur.

e. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala interval dimana pengukuran menggunakan instrumen sikap dengan skala Likert berbentuk *checklist* dengan skala *Likert 5* poin yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1). Selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan program SPSS versi 22.

Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas, yaitu motivasi dalam penggunaan media sosial (X1) dan pengetahuan kewirausahaan (X2) memengaruhi (secara positif atau negatif) variabel terikat, yaitu minat berwirausaha (Y). Bentuk matematisnya adalah sebagaiberikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y = minat berwirausaha

b₀ = konstanta

b₁ = koefisien regresi variabel motivasi dalam penggunaan media sosial

b₂ = koefisien regresi variabel pengetahuan kewirausahaan

X₁ = motivasi penggunaan media sosial

X₂ = pengetahuan kewirausahaan

3. LANDASAN TEORI

Minat menjadi wirausaha didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (*self employed*) atau menjalankan usahanya sendiri (Rahayu & Laela, 2018). Minat wirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan risiko yang akan dihadapi, belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya (Rahayu & Laela, 2018). Minat berwirausaha dapat dilihat dari ketersediaan untuk bekerja keras dan untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan menanggung macam-macam risiko berkaitan dengan tindakan yang dilakukannya (Rahayu & Laela, 2018).

Sosial media adalah perpaduan sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog (*one to many*) menjadi dialog (*many to many*) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembaca konten menjadi penerbit konten (Rahayu & Laela, 2018). Sosial media telah menjadi sangat populer karena memberikan kesempatan orang-orang untuk terhubung di dunia *online* dalam bentuk hubungan personal, politik dan kegiatan bisnis.

Motif dapat diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan (Handoko, 2012).

Motivasi intrinsik bersumber dari dalam individu. Motivasi ini menghasilkan integritas dari tujuan-tujuan, baik tujuan organisasi maupun tujuan individu dimana keduanya dapat terpuaskan. Motivasi intrinsik menjadi pendorong kerja yang bersumber dari dalam diri pekerja sebagai individu, berupa kesadaran mengenai pentingnya pekerjaan yang dilaksanakan (Maulana, Fakhrian dan Djahur dan Mayoan, 2013)

Pengetahuan terdiri dari pengetahuan langsung yaitu pengetahuan yang telah dimiliki oleh seorang wirausahawan sebelum ia menjadi seorang wirausaha serta pengetahuan tidak langsung yang diperolehnya dari berbagai pihak sebelum maupun saat ia telah menjadi seorang wirausaha (Hanifati, 2017).

Pengetahuan kewirausahaan adalah mengelola seluruh elemen sistem berupa dokumen, basis data, kebijakan dan prosedur lengkap, beserta informasi tentang pengalaman, keahlian dan kecakapan sumber daya manusia secara individu maupun kolektif (Hanifati, 2017).

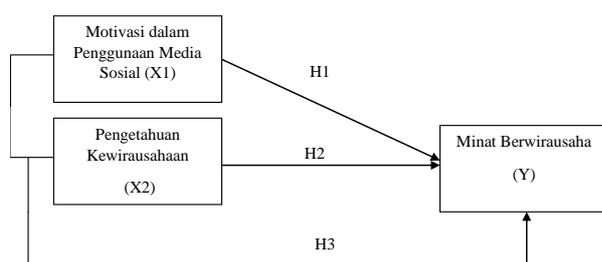
Hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

H₁ = Motivasi dalam penggunaan media sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa

H2 = Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa

H3 = Motivasi dalam penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan dalam gambar 2 di bawah ini, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas untuk semua pernyataan pada variabel penelitian ini dapat dinyatakan valid. Dengan menggunakan tabel *item total statistics* pada kolom *corrected item total correlation* sebagai R Hitung, dan menggunakan rumus $N-K-1$, dimana N adalah banyaknya responden (sebanyak 85), K adalah variabel X (sebanyak 2), sehingga $N-K-1 = 85-2-1 = 82$. Didapatkan dari tabel hitung, untuk R Tabel (82) adalah 0,2146. Dapat dikatakan valid jika R Hitung > R Tabel.

Untuk pengujian reliabilitas, semua variabel telah dinyatakan reliabel. Dengan nilai cronbach's alpha $\geq 0,60$.

Uji Korelasi untuk penelitian ini ditunjukkan dengan tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Uji Korelasi

		Y	X1	X2
Pearson Correlation	Y	1.000	.643	.570
	X1	.643	1.000	.500
	X2	.570	.500	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.000
	X1	.000	.	.000

	X2	.000	.000	.
	Y	.85	.85	.85
N	X1	.85	.85	.85
	X2	.85	.85	.85

Dilihat dari hasil tabel korelasi di atas, nilai signifikansi X1 terhadap Y adalah sebesar 0.000 yang berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Nilai signifikansi X2 terhadap Y adalah sebesar 0.000 yang berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05.

Hasil analisis korelasi untuk variabel X1 didapatkan bahwa motivasi dalam penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha adalah 0.643. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai variabel X1 terdapat hubungan korelasi yang kuat terhadap Y. Sehingga terdapat hubungan antara motivasi dalam penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.

Hasil analisis korelasi untuk variabel X2 didapatkan bahwa pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha adalah 0.570. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai variabel X3 terdapat hubungan korelasi yang kuat terhadap Y. Sehingga terdapat hubungan antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Uji Parsial (Uji t) untuk penelitian ini ditunjukkan dengan tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Uji t (Uji Parsial)

Model	t	Sig.
(Constant)	1.777	.079
1 X1	5.270	.000
X2	3.666	.000

Berdasarkan tabel 2 pada kolom Sig. dapat dianalisa bahwa:

a. Nilai signifikansi untuk variabel X1 adalah 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel motivasi dalam penggunaan media sosial secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat berwirausaha.

- b. Nilai signifikansi untuk variabel X2 adalah 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat berwirausaha.

Uji Simultan (Uji F) dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Uji Simultan (Uji F)

Model	F	Sig.
1 Regression	40.340	.000 ^b
Residual		
Total		

Berdasarkan tabel 3 didapatkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Artinya variabel motivasi dalam penggunaan media sosial (X1) dan pengetahuan kewirausahaan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y). Koefisien Determinasi dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.704 ^a	.496	.484

Berdasarkan tabel 4 *model summary* didapatkan nilai R Square sebesar 0,496 atau 49,6%. Artinya adalah minat berwirausaha dipengaruhi oleh, motivasi dalam penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan sebesar 49,6%.

Pembahasan Motivasi dalam Penggunaan Media Sosial secara Parsial terhadap Minat Berwirausaha. Variabel motivasi dalam penggunaan media sosial (X1) berpengaruh secara signifikan dan memiliki hubungan korelasi yang positif dan kuat terhadap minat berwirausaha (Y). Sehingga jika motivasi dalam penggunaan media sosial tinggi maka akan diikuti dengan minat berwirausaha yang tinggi dan begitupun sebaliknya untuk motivasi penggunaan media sosial yang rendah akan diikuti

dengan minat berwirausaha yang rendah. Dengan demikian mahasiswa yang memiliki motivasi dalam penggunaan media sosial dengan maksimal dapat diikuti dengan munculnya ketertarikan minat untuk berwirausaha yang besar dan sebaliknya yaitu mahasiswa yang tidak bisa memanfaatkan media sosial dapat diikuti dengan tidak munculnya ketertarikan minat untuk berwirausaha. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur dan Akademi Sekretari Budi Luhur sudah memiliki motivasi dalam menggunakan media sosial untuk minat dalam berwirausaha. Responden sudah semakin memahami bahwa dengan kemajuan teknologi mendorong penggunaan media sosial di segala bidang, salah satunya adalah dalam bidang bisnis untuk menjadi seorang wirausaha. Motif lain yang mendorong responden memiliki motivasi yaitu kesadaran dari dalam diri sendiri dengan melihat semakin banyaknya jumlah pengangguran yang ada di Indonesia. Hal ini menjadi semangat dan gairah bagi responden untuk menggunakan media sosial sebagai salah satu perantara dalam memasarkan produk dan jasa yang akan dijual.

Pembahasan Pengetahuan Kewirausahaan secara Parsial terhadap Minat Berwirausaha Variabel pengetahuan kewirausahaan (X2) berpengaruh secara signifikan dan memiliki hubungan korelasi yang positif dan kuat terhadap minat berwirausaha (Y). Hubungan korelasi yang positif memiliki analisa bahwa jika pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa tinggi maka akan diikuti dengan minat berwirausaha yang tinggi dan begitupun sebaliknya untuk pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa rendah akan diikuti dengan minat berwirausaha yang rendah. Dengan demikian mahasiswa yang memiliki pengetahuan kewirausahaan yang baik seperti mampu menyusun *business plan* dapat diikuti dengan munculnya ketertarikan minat untuk berwirausaha yang baik. Dan sebaliknya yaitu mahasiswa yang memiliki pengetahuan kewirausahaan

rendah diikuti dengan minat berwirausaha yang rendah. Tidak dapat dipungkiri bahwa minat berwirausaha muncul dari pemahaman pengetahuan kewirausahaan. Responden menjadi paham bagaimana secara teori kewirausahaan itu dapat dijalani dengan baik dan benar. Tentunya bukan hanya pengetahuan saja tetapi juga dibutuhkan praktik dalam berwirausaha. Sehingga pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Karena mendorong untuk responden dapat mempraktikkan teori yang telah didapat berhubungan dengan pengetahuan kewirausahaan.

Pembahasan Motivasi dalam Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan kewirausahaan secara Simultan terhadap Minat Berwirausaha. Berdasarkan hasil analisis pada variabel motivasi pada penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Pada hasil uji F didapatkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Artinya variabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur dan Akademi Sekretari Budi Luhur sudah memiliki ketertarikan (*passion*) dari diri sendiri untuk menggunakan media sosial untuk mulai belajar menjadi seorang wirausaha. Mereka sudah memiliki jiwa kemandirian.

Dorongan ini diperkuat dengan pembekalan pengetahuan kewirausahaan yang diberikan oleh dosen pengampu mata kuliah tersebut. Fakta jumlah pengangguran yang semakin bertambah, membuat mahasiswa menjadi lebih memiliki motivasi untuk menjadi seorang wirausaha. Motivasi tersebut salah satunya ditunjukkan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dengan menggunakan media sosial sebagai ajang promosi dalam memasarkan produk barang yang akan dijual.

Dengan demikian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur

dan Akademi Sekretari Budi Luhur dapat memiliki minat berwirausaha sejak duduk di bangku perkuliahan. Hal ini memberikan dampak positif yaitu menumbuhkan jiwa kemandirian serta kreatif dan inovasi dalam berwirausaha dengan menggunakan media sosial dalam menjalankan usaha yang akan dirintisnya. Sehingga motivasi dalam penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan memengaruhi secara signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Motivasi dalam penggunaan media sosial berpengaruh secara signifikan dan memiliki hubungan korelasi yang positif serta kuat terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
2. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan dan memiliki hubungan korelasi yang positif serta kuat terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
3. Motivasi dalam penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Handoko, H. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Personalialia*. BPFE UGM.
- Hanifati, K. (2017). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kompetensi Sosial Dan Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Usaha. *Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*, 1–16.
- Kurniawan, yusril dan harti. (2016). *Pengaruh Tingkat Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*.

- Maulana, Fakhrian dan Djamhur dan Mayoan, Y. (2013). Pengaruh Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik, dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank BTN Kantor Cabang Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Prasetio, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *SERASI (Sekretari Dan Administrasi)*, 18(1), 35–46.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>