

---

# Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial, Motivasi, Efikasi Diri, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Cantika Aprilia Wardani, Marlina Kurnia\*, Nia Kurniati Bachtiar

Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang,  
Indonesia

\*email: [marlinakurnia@ummgl.ac.id](mailto:marlinakurnia@ummgl.ac.id)

DOI: [10.31603/bmar.v%vi%i.7743](https://doi.org/10.31603/bmar.v%vi%i.7743)

---

## **Abstract**

*This research aims to see the effect of the level of use of social media, motivation, self-efficacy, and entrepreneurial knowledge on interest in entrepreneurship. The data collection technique used the purposive sampling with sample used is 100 students, and the data analysis technique used multiple linier regression analysis. The results show that the level of use of social media has a positive effect on student entrepreneurship interest. Motivation has a positive effect on students' interest in entrepreneurship. Self-efficacy has a positive effect on student entrepreneurship interest. Entrepreneurial knowledge has a negative effect on students' interest in entrepreneurship.*

**Keywords:** *Interest in Entrepreneurship; Level of Social Media Use; Motivation; Self-Efficacy; Entrepreneurship Knowledge*

## **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh tingkat penggunaan media sosial, motivasi, efikasi diri, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode purposive sampling dengan sebaran sampel sebanyak 100 mahasiswa. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan tingkat penggunaan media*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

*sosial berpengaruh secara positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Sedangkan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh negatif terhadap minat berwirausaha mahasiswa.*

**Kata Kunci:** *Minat Berwirausaha; Motivasi; Media Sosial; Efikasi Diri; Pengetahuan Kewirausahaan*

## 1. Pendahuluan

Minat merupakan ketertarikan yang tinggi terhadap suatu hal ataupun aktivitas tanpa adanya keterpaksaan dan menjalankannya dengan rasa senang serta memiliki jiwa yang berani untuk mengambil resiko. *Soft skills* yang tinggi mampu mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha, untuk menjadi seorang wirausaha dibutuhkan keterampilan serta kepribadian yang kuat. Tingginya tingkat pengangguran menurut kelompok umur ini tidak selaras dengan tingkat persaingan usaha di Indonesia yang mengalami peningkatan dari tahun 2018-2021.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mengkaji indeks persaingan usaha mencapai poin 4,81, menandakan adanya peningkatan persaingan usaha dibandingkan pada tahun-tahun sebelumnya. Hal tersebut bertentangan dengan data yang tercatat di BPS pada Februari 2022 mengenai jumlah pengangguran menurut kelompok umur. Penduduk dengan rentang usia 15–29 tahun mencapai jumlah pengangguran terbanyak dibandingkan dengan usia 30 tahun ke atas, terdapat 2,5 juta jiwa pengangguran terbanyak di usia 20–24 tahun. Pada rentang usia tersebut mestinya seseorang memiliki jiwa keingintahuan yang tinggi dalam mengembangkan serta mengeksplor keterampilan mereka.

Minat berwirausaha dipengaruhi dengan beberapa faktor dari tingkat penggunaan media sosial, motivasi, efikasi diri, hingga pengetahuan kewirausahaan pun menjadi faktor penting dalam membentuk karakteristik wirausahawan masa kini. Dengan perkembangan teknologi saat ini dibantu dengan adanya media sosial yang mampu memberikan fasilitasi bagi setiap orang agar

terhubung satu sama lain ([Sumerta et al., 2020](#)). Hal ini menjadi peluang bagus bagi wirausaha kedepan untuk memasarkan produknya.

Motivasi tidak kalah penting dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Motivasi yang tinggi dalam berwirausaha harus tertanam pada diri suatu individu yang berkeinginan menjadi wirausaha sukses ([Sintya, 2019](#)). Efikasi diri juga mampu untuk mempengaruhi minat berwirausaha. Efikasi diri yang baik dapat membentuk kekreatifan orang sehingga semakin besar keinginannya mengejar peluang bisnis saat ini ([Maftuhah dan Suratman, 2017](#)). Keyakinan terhadap keberhasilan berwirausaha akan mendorong mahasiswa untuk berinovasi dan selalu bekerja keras guna menghasilkan produk baru ([Dardiri et al., 2018](#)).

Minat mahasiswa dalam berwirausaha juga dipengaruhi oleh pengetahuan dibidang kewirausahaan. Pengetahuan dibidang kewirausahaan mampu didapatkan mahasiswa melalui proses pembelajaran baik materi maupun sumber lain yang nantinya menjadi bahan pertimbangan penentuan peluang usaha masa depan ([Indriyani et al., 2019](#)).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh tingkat penggunaan media sosial, motivasi, efikasi diri, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa UNIMMA tahun 2022. Selain itu, penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha, sehingga dapat menjadi dasar dalam merancang program-program pengembangan kewirausahaan yang lebih efektif.

---

## 2. Tinjauan Literatur

### Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan persepsi responden terhadap keinginannya menjadi wirausahawan serta ketertarikannya pada bidang kewirausahaan.

Terdapat tiga indikator minat berwirausaha menurut [Agusmiati dan Wahyudin, \(2019\)](#) :

- a. Perasaan senang,
- b. Ketertarikan,
- c. Keinginan dalam kategori tinggi.

### **Tingkat Penggunaan Media Sosial**

Tingkat penggunaan media sosial merupakan persepsi responden dalam membuka peluang untuk menjalankan bisnis di masa mendatang dengan memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini. Terdapat enam indikator dari media sosial menurut [Myfield, \(2008\)](#) :

- a. Partisipasi,
- b. Keterbukaan,
- c. Percakapan,
- d. Komunikasi,
- e. Saling terhubung,
- f. Keterampilan siswa menggunakan media sosial.

### **Motivasi**

Motivasi merupakan persepsi responden mengenai dorongan yang timbul pada diri seseorang sehingga munculnya keinginan dan sukarela menggerakkan kemampuannya dalam membentuk keterampilan. Terdapat empat indikator motivasi menurut [Sumerta et al., \(2020\)](#) :

- a. Daya pendorong,
- b. Kemauan,
- c. Membentuk keahlian,
- d. Tanggung jawab.
- e. Efikasi Diri

### **Efikasi Diri**

Efikasi diri merupakan persepsi responden pada keyakinannya terhadap kemampuan yang dimiliki dalam mencapai hasil tertentu dan sukses dalam

menjalankan tugasnya dengan baik. Menurut [Bandura, \(1997\)](#) efikasi diri dapat diukur dengan indikator:

- a. Tingkat kesulitan tugas yang didapat (*magnitude*),
- b. Kekuatan keyakinan pada diri (*strength*),
- c. Luas bidang perilaku (*generality*).

### Pengetahuan Kewirausahaan

Pengetahuan Kewirausahaan merupakan persepsi responden terhadap pentingnya wawasan yang dimiliki sebelum memulai suatu usaha. Adapun indikator yang mempengaruhi pengetahuan kewirausahaan menurut [Aini dan Oktafani, \(2020\)](#) :

- a. Mengambil resiko pada usaha,
- b. Menganalisis peluang usaha kedepannya,
- c. Merumuskan solusi masalah.

### 3. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif-kausal. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung antara variabel independen (tingkat penggunaan media sosial, motivasi, efikasi diri, dan pengetahuan kewirausahaan) terhadap variabel dependen (minat berwirausaha).

Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang di tahun 2022 sebanyak 4.133 mahasiswa. Teknik pengambilan sample dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa aktif yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan ukuran sampel slovin ([Riyanto dan Hatmawan, 2020](#)), dan diperoleh sebanyak 97,63. Agar penelitian menjadi fit, akan diambil sampel sejumlah 100 responden.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner terdiri dari beberapa bagian, yaitu: pertama, identitas yang berisi pertanyaan tentang identitas responden seperti nama, fakultas, jurusan, dan pertanyaan pra-syarat sudah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Kedua,

tingkat penggunaan media sosial untuk mengukur frekuensi dan intensitas penggunaan media sosial oleh responden. Ketiga, motivasi untuk mengukur tingkat motivasi responden untuk berwirausaha. Keempat, efikasi diri untuk mengukur tingkat kepercayaan diri responden dalam menjalankan usaha. Kelima, pengetahuan kewirausahaan untuk mengukur tingkat pengetahuan responden tentang konsep-konsep dasar kewirausahaan. Terakhir, minat berwirausaha untuk mengukur minat responden untuk memulai usaha sendiri.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *platform Google Forms*. Sebelumnya, kuesioner telah diuji coba (*pilot test*) untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen.

Data yang diperoleh dari kuesioner akan dianalisis menggunakan program statistic SPSS. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, Uji F, Uji R<sup>2</sup>, Uji t ([Ghozali, 2018](#)).

#### 4. Hasil dan pembahasan

##### Hasil

##### Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan pengujian pada 100 sampel. Hasil uji validitas disajikan pada [Tabel 1](#) berikut.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Nilai Sig.	Keterangan
Minat Berwirausaha	MB1	0.749	0.1966	0.000	Valid
	MB2	0.829	0.1966	0.000	Valid
	MB3	0.812	0.1966	0.000	Valid
Tingkat Penggunaan Media Sosial	MS1	0.543	0.1966	0.000	Valid
	MS2	0.641	0.1966	0.000	Valid
	MS3	0.648	0.1966	0.000	Valid
	MS4	0.635	0.1966	0.000	Valid
	MS5	0.718	0.1966	0.000	Valid
	MS6	0.595	0.1966	0.000	Valid
Motivasi	MT1	0.788	0.1966	0.000	Valid

Variabel	item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Nilai Sig.	Keterangan
Efikasi Diri	MT2	0.558	0.1966	0.000	Valid
	MT3	0.522	0.1966	0.000	Valid
	MT4	0.609	0.1966	0.000	Valid
	ED1	0.842	0.1966	0.000	Valid
	ED2	0.793	0.1966	0.000	Valid
	ED3	0.837	0.1966	0.000	Valid
Pengetahuan Kewirausahaan	PK1	0.843	0.1966	0.000	Valid
	PK2	0.818	0.1966	0.000	Valid
	PK3	0.889	0.1966	0.000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan [Tabel 1](#) diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuesioner dinyatakan valid, karena dari semua item pernyataan mempunyai *correlation person* dengan tingkat signifikan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0.1966).

### Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas disajikan pada [Tabel 2](#).

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Item	Cronbach Alpha	Keterangan
Minat Berwirausaha	MB	0.825	Reliabel
Tingkat Penggunaan Media Sosial	MS	0.753	Reliabel
Motivasi	MT	0.733	Reliabel
Efikasi Diri	ED	0.835	Reliabel
Pengetahuan Kewirausahaan	PK	0.846	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Variabel minat berwirausaha, tingkat penggunaan media sosial, motivasi, efikasi diri, dan pengetahuan kewirausahaan memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0.70, sehingga dapat dikatakan seluruh variabel reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban yang diberikan responden konsisten dari waktu ke waktu, sehingga dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil dari analisis regresi berganda disajikan pada [Tabel 3](#) berikut.

**Tabel 3. Hasil Uji Regresi Berganda**

Variabel	Koefisien (B)	Standar Error	Koefisien Beta	t	Sig.
Konstanta	0.831	1.727		0.481	0.632
X1	0.114	0.056	0.175	2.013	0.047
X2	0.472	0.095	0.504	4.945	0
X3	0.194	0.093	0.197	2.077	0.04
X4	-0.094	0.095	-0.109	-0.994	0.323

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan **Tabel 3** didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0.831 + 0.114X_1 + 0.472X_2 + 0.194X_3 + (-0.094)X_4$$

- a. Nilai konstanta atau  $\alpha$  yang diperoleh dari persamaan tersebut adalah 0.831, yang artinya terdapat pengaruh satu arah antara variabel dependen dan variabel independen. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel tingkat penggunaan media sosial, motivasi, efikasi diri, dan pengetahuan kewirausahaan dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan, sehingga adanya minat berwirausaha pada mahasiswa.
- b. Nilai koefisien regresi variabel tingkat penggunaan media sosial ( $X_1$ ) sebesar 0.114, yang artinya terdapat pengaruh positif antara tingkat penggunaan media sosial dan minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan apabila penggunaan media sosial meningkat, maka minat berwirausaha mahasiswa akan meningkat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.
- c. Nilai koefisien regresi variabel motivasi ( $X_2$ ) sebesar 0.472, yang artinya terdapat pengaruh positif antara motivasi dan minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan apabila motivasi meningkat, maka minat berwirausaha mahasiswa akan meningkat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.
- d. Nilai koefisien regresi variabel efikasi diri ( $X_3$ ) sebesar 0.194, yang artinya terdapat pengaruh positif antara efikasi diri dan minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan apabila efikasi diri meningkat, maka minat berwirausaha mahasiswa akan meningkat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

- e. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan kewirausahaan (X4) sebesar  $-0.094$ , yang artinya terdapat pengaruh negatif antara pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan apabila pengetahuan kewirausahaan meningkat, maka minat berwirausaha mahasiswa mengalami menurun dengan asumsi variabel lainnya konstan.

### Uji F

Hasil Uji F disajikan pada [Tabel 4](#) berikut.

**Tabel 4. Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regresi	93.715	4	23.439	14.870	0
Residual	149.675	95	1.576		
Total	243.390	99			

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan [Tabel 4](#) dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dimana  $F_{hitung}$  memiliki nilai sebesar 14.870 dan  $F_{tabel}$  bernilai 2.467. Hasil tersebut dapat membuktikan bahwa model yang digunakan pada penelitian ini sesuai atau dapat dikatakan fit.

### Uji R<sup>2</sup>

Hasil Uji R<sup>2</sup> disajikan pada tabel berikut [Tabel 5](#).

**Tabel 5. Hasil Uji R<sup>2</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.621	0.385	0.359	1.255

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan [Tabel 5](#) Nilai koefisien determinasi ini didasarkan pada nilai adjusted R<sup>2</sup> yang merupakan hasil dari regresi berganda. Adapun hasil analisis koefisien determinasi didapatkan nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0.359. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen sebesar 35.9%, sedangkan sisanya sebesar 62.1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

## Uji t

Berdasarkan [Tabel 3](#) nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1.98397 yang diperoleh melalui  $df = n - k$ , dengan taraf signifikan sebesar 0.05. Hasil penelitian berdasarkan uji t, sebagai berikut:

- a. Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha.  
Hasil uji t variabel tingkat penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha didapatkan  $t_{\text{hitung}} (2.013) > t_{\text{tabel}} (1.98397)$ , yang berarti bahwa variabel tingkat penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
- b. Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha  
Hasil uji t variabel motivasi terhadap minat berwirausaha didapatkan  $t_{\text{hitung}} (4.945) > t_{\text{tabel}} (1.98397)$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.
- c. Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha  
Hasil uji t variabel efikasi diri terhadap minat berwirausaha didapatkan  $t_{\text{hitung}} (2.077) > t_{\text{tabel}} (1.98397)$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.
- d. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha  
Hasil uji t variabel pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha didapatkan  $t_{\text{hitung}} (-0.994) < t_{\text{tabel}} (1.98397)$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa efikasi diri tidak ada pengaruh terhadap minat berwirausaha.

## Pembahasan

- a. Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha  
Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan tingkat penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang. Dengan begitu persepsi responden terhadap membuka peluang untuk menjalankan bisnis di masa

mendatang semakin tinggi dan penggunaan media sosial juga semakin baik, maka hal tersebut akan mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.

Hal ini sesuai dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA), tingkat penggunaan media sosial akan selalu meningkat ditunjang dengan adanya perkembangan teknologi saat ini, dimana seseorang dapat terhubung satu sama lain secara online.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan [Sumerta et al., \(2020\)](#) dan [Sahroh, \(2018\)](#) bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel tingkat penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. Pernyataan ini didukung pula dengan penelitian yang dilakukan [Satri Nugroho dan Tomo \(2020\)](#) menyatakan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.

#### **b. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha**

Berdasarkan hasil pengujian sebelumnya, motivasi berpengaruh secara positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang.

Hal ini sesuai dengan teori yang digunakan yaitu TRA, motivasi yang tinggi mampu mendorong hasrat yang timbul pada diri mahasiswa untuk bergerak melakukan suatu tindakan guna mencapai tujuan yang diinginkan yaitu menjadi wirausahawan di masa mendatang. Mahasiswa UNIMMA kebanyakan berkeinginan menjadi wirausaha dimana banyak yang setuju dengan pernyataan yang diberikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [Sumerta et al., \(2020\)](#) menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha, diperkuat pula dengan penelitian yang

dilakukan ([Rachmawati dan Subroto, 2022](#)) & ([Alfaruk, 2017](#)) bahwa terdapat pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha.

**c. Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh secara positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang. Berdasarkan hasil penelitian, persepsi responden pada keyakinannya terhadap kemampuan dalam mencapai hasil yang diinginkan semakin tinggi, maka akan mempengaruhi minat berwirausaha bagi mahasiswa. Hal ini sesuai dengan teori yang digunakan yakni TRA, efikasi diri diperlukan dalam jiwa wirausahawan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [Nengseh dan Kurniawan, \(2021\)](#) & [Yuritanto dan Armansyah, \(2021\)](#) menyatakan bahwa efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Diperkuat pula dengan penelitian yang dilakukan ([Adam et al., 2020](#)) bahwa efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

**d. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Apabila semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan maka minat berwirausaha mahasiswa semakin menurun, begitu pula sebaliknya.

Hasil penelitian yang didapatkan tidak sesuai dengan teori TRA yang digunakan pada penelitian ini, yang mana minat berwirausaha menurut persepsi responden dipengaruhi terhadap pentingnya wawasan yang dimiliki sebelum memulai suatu usaha. Suatu wirausaha tidak akan mencapai suatu keberhasilan, bila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan, tekad, serta

kemauan yang ditumbuhkan diri sendiri tanpa adanya keterpaksaan ([Agusmiati dan Wahyudin, 2019](#)).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan ([Agusmiati dan Wahyudin, 2019](#)) bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Penelitian tersebut didukung oleh ([Alfaruk, 2017](#)) dan ([Trisnawati, 2014](#)) menyatakan tidak ada pengaruh signifikan pada pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

---

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang tahun 2022, dapat disimpulkan bahwa Tingkat penggunaan media sosial, motivasi, dan efikasi diri memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial, semakin tinggi motivasi, dan semakin kuat efikasi diri, maka semakin besar pula minat mahasiswa untuk berwirausaha. Ini menunjukkan bahwa media sosial, motivasi, dan keyakinan diri berperan penting dalam mendorong semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha karena: pertama, persepsi risiko mahasiswa, semakin banyak pengetahuan tentang kewirausahaan, mahasiswa mungkin semakin menyadari risiko dan tantangan yang terkait dengan berwirausaha, sehingga mengurangi minat mereka. kedua pengetahuan teoritis tentang kewirausahaan mungkin tidak cukup untuk mendorong tindakan nyata jika tidak diimbangi dengan pengalaman praktis.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa implikasi penting yang dapat diambil untuk mendorong minat berwirausaha mahasiswa. Pertama, perguruan

tinggi perlu lebih optimal dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan informasi, inspirasi, dan motivasi kewirausahaan. Kedua, program-program pengembangan diri dan konseling dapat dirancang secara khusus untuk meningkatkan motivasi mahasiswa dalam berwirausaha. Ketiga, perlu ada upaya untuk menguatkan efikasi diri mahasiswa melalui kegiatan-kegiatan seperti pelatihan keterampilan, mentoring, dan networking. Terakhir, kurikulum kewirausahaan perlu diperkaya dengan tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga pada praktik dan pengalaman nyata agar mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu yang mereka peroleh. Dengan demikian, diharapkan minat dan kemampuan berwirausaha mahasiswa dapat terus ditingkatkan.

Untuk menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, beberapa penelitian lanjutan dapat dilakukan. Pertama, perlu adanya penelitian yang lebih mendalam untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain di luar lingkup penelitian sebelumnya, seperti dukungan keluarga, pengaruh lingkungan sosial, serta kondisi ekonomi yang mungkin turut membentuk minat mahasiswa untuk berwirausaha. Kedua, menarik untuk membandingkan minat berwirausaha antara mahasiswa laki-laki dan perempuan. Penelitian komparatif ini dapat mengungkap adanya perbedaan gender yang signifikan dalam hal minat berwirausaha, serta faktor-faktor yang mendasari perbedaan tersebut. Terakhir, penelitian longitudinal dapat menjadi pendekatan yang sangat berguna untuk melacak perkembangan minat berwirausaha mahasiswa dari masa kuliah hingga setelah mereka lulus. Dengan demikian, dapat terlihat bagaimana minat berwirausaha mahasiswa berubah seiring waktu dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perubahan tersebut.

---

## Referensi

Adi Ahdiat. (2022). *Lebih Dari Separuh Pengangguran Berusia 15-29 Tahun Pada Februari 2022*. Databoks.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/08/lebih-dari-separuh-pengangguran-berusia-15-29-tahun-pada-februari-2022>

- Agusmiati, D., & Wahyudin, A. (2019). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian, Dan Motivasi, Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderating. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 878–893. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28317>
- 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*, 17.
- Alfaruk, M. H. (2017). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4(2), 164. <https://doi.org/10.26740/jepk.v4n2.p164-172>
- Bandura. (1997). *Self Efficacy The Exercise of Control*. W H Free and Company.
- Dardiri, A., Irsyada, R., & Sugandi, M. (2018). Kontribusi Pemahaman Kewirausahaan, Minat Berwirausaha, dan Self Efficacy Terhadap Kesiapan Berwirausaha di Era Revolusi Industri 4.0. *Kemajuan Dalam Ilmu Sosial, Pendidikan Dan Penelitian Humaniora*, 242.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 9)*. Universitas Diponegoro.
- Indriyani, I., Pendidikan Ekonomi, J., & Ekonomi, F. (2019). Economic Education Analysis Journal Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy. *EEAJ*, 8(2), 470–484. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31493>
- Maftuhah, R., & Suratman, B. (2017). Pengaruh Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(2), 121.

<https://doi.org/10.26740/jepk.v3n2.p121-131>

- Myfield, A. (2008). *Pendidikan Kewirausahaan (Konsep dan Strategi)*. Pustaka Pelajar.
- Ni Made Sintya. (2019). Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Sain, Akuntansi Dan Manajemen*, 1.
- Rachmawati, H., & Subroto, W. T. (2022). *Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa*. 10. <https://doi.org/10.3360/ejpe.v10i1.6236>
- Rahayu Nengseh, R., & Yonisa Kurniawan, R. (2021). *Efikasi Diri Sebagai Mediasi Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa*. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v9i2.5157>
- Riyanto, & Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Deepublish CV Budi Utama.
- Rizky Adam, E., Lengkong, V., Uhing, Y., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2020). Pengaruh Sikap, Motivasi, Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Feb Unsrat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen) Influence Of Attitude, Motivation And Self-Efication Towards The Interest Of Business Feb Unsrat Students (Case Study On Man. *Mot... 596 Jurnal EMBA*, 8(1), 596–605.
- Sahroh, A. F. (2018). *Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya*.
- Satrionugroho, B., & Tomo, S. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIKOMSiN)*, 8(2), 35–39. <https://doi.org/10.30646/tikomsin.v8i2.516>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- 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*, 7, 627.  
<https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i07.p03>

Trisnawati, N. (2014). Pengetahuan Kewirausahaan Dukungan Sosial Keluarga. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 2(1), 57–71.  
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jepk/article/view/715>

Yuritanto, & Armansyah. (2021). Pengaruh Efikasi Diri Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Stie Pembangunan Tanjungpinang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1.