



Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

Meliana¹, Dwi Hasmidyani²

^{1,2}Universitas Sriwijaya, Indonesia

E-mail: melianabarmawi@gmail.com, dwi_hasmidyani@fkip.unsri.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-06-10 Revised: 2025-07-20 Published: 2025-08-06	<p>In the rapidly evolving digital era, social media has become not only a means of communication but also a valuable tool for learning and promotion in the field of entrepreneurship. At the same time, understanding entrepreneurship serves as an essential foundation for students to create independent employment opportunities. Therefore, this study is important to determine the extent to which social media use and entrepreneurial knowledge influence students' interest in entrepreneurship. This research aims to measure the influence of social media use and entrepreneurial knowledge on the entrepreneurial interest of Economics Education students at Sriwijaya University from the 2021 and 2022 cohorts. A quantitative method with a survey approach was used, involving 119 respondents selected randomly from a total population of 169 students. Data were collected through a Likert-scale questionnaire distributed online. The analysis results show that both social media use and entrepreneurial knowledge individually have a strong and significant relationship with entrepreneurial interest. Simultaneously, these two variables also have a significant effect on increasing students' interest in entrepreneurship. This study demonstrates that social media can be utilized as a source of inspiration and motivation, and that adequate entrepreneurial knowledge can encourage students to be more confident in taking entrepreneurial steps. These findings provide important implications for educational institutions to integrate social media and enhance entrepreneurial content in the learning process.</p>
Keywords: <i>Social Media;</i> <i>Entrepreneurship</i> <i>Knowledge;</i> <i>Entrepreneurial Interest.</i>	

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-06-10 Direvisi: 2025-07-20 Dipublikasi: 2025-08-06	<p>Di era digital yang semakin berkembang, media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai alat pembelajaran dan promosi dalam bidang kewirausahaan. Sementara itu, pemahaman tentang kewirausahaan juga menjadi bekal penting bagi mahasiswa untuk menciptakan peluang kerja secara mandiri. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengetahui sejauh mana penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya angkatan 2021 dan 2022. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, melibatkan 119 responden yang dipilih secara acak dari total populasi sebanyak 169 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berbasis skala Likert yang disebarluaskan secara online. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial, baik penggunaan media sosial maupun pengetahuan kewirausahaan memiliki hubungan yang kuat dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan minat mahasiswa dalam berwirausaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sumber inspirasi dan motivasi, serta bahwa pengetahuan kewirausahaan yang memadai dapat mendorong mahasiswa untuk lebih percaya diri dalam mengambil langkah berwirausaha. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi institusi pendidikan untuk mengintegrasikan media sosial dan penguatan materi kewirausahaan dalam proses pembelajaran.</p>
Kata kunci: <i>Media sosial;</i> <i>Pengetahuan</i> <i>Kewirausahaan;</i> <i>Minat Berwirausaha.</i>	

I. PENDAHULUAN

Saat ini, dunia telah memasuki era Revolusi Industri 4.0, di mana hampir seluruh aspek kehidupan manusia terkoneksi secara digital dan berbasis online. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat telah mengubah cara

individu berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi. Internet, sebagai salah satu produk utama era ini, telah menjadi alat penting dalam mendukung aktivitas masyarakat, termasuk dalam dunia pendidikan dan kewirausahaan. Generasi muda, khususnya

mahasiswa, merupakan kelompok yang paling banyak terlibat dalam penggunaan teknologi dan media digital. Namun demikian, pemanfaatan media sosial oleh mahasiswa belum sepenuhnya diarahkan untuk kegiatan produktif, termasuk dalam mengembangkan minat berwirausaha.

Kondisi empiris menunjukkan bahwa meskipun kewirausahaan menjadi salah satu opsi karier yang potensial, minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya masih tergolong rendah. Hal ini tercermin dari masih minimnya mahasiswa yang memiliki inisiatif memulai usaha, kurangnya pengetahuan praktis terkait kewirausahaan, serta terbatasnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk membangun jejaring atau mempromosikan ide bisnis. Mahasiswa lebih banyak menggunakan media sosial untuk hiburan dan komunikasi sosial semata, tanpa mempertimbangkan potensi strategis platform tersebut untuk membangun dan memperkuat kemampuan kewirausahaan.

Padahal, keberadaan media sosial menawarkan banyak peluang untuk meningkatkan literasi kewirausahaan. Menurut Nurul (2024), media sosial memiliki potensi besar dalam meningkatkan keterlibatan individu dalam proses pembelajaran melalui fitur interaktif seperti forum diskusi, grup komunitas, dan konten edukatif. Pemanfaatan media sosial secara strategis dapat mendorong mahasiswa untuk aktif dalam berbagi ide, membangun relasi bisnis, hingga memasarkan produk. Selaras dengan hal tersebut, pengetahuan kewirausahaan juga menjadi faktor penting dalam menumbuhkan kesiapan mental dan keterampilan teknis mahasiswa untuk terjun dalam dunia usaha. Ritonga (2022) menekankan bahwa mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa harus mampu menciptakan lapangan kerja, bukan hanya mencari kerja setelah lulus kuliah.

Di sisi lain, persepsi umum yang berkembang di masyarakat masih menganggap bahwa lulusan perguruan tinggi idealnya bekerja sesuai bidang studinya sebagai pegawai atau karyawan. Pandangan ini turut memengaruhi sikap dan pilihan karier mahasiswa. Seperti diungkapkan oleh Satriougroho (2020), banyak mahasiswa merasa ragu untuk memilih jalur kewirausahaan karena takut gagal atau karena kurangnya dukungan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya minat berwirausaha tidak hanya ditentukan oleh peluang eksternal, tetapi juga oleh dorongan internal yang dipengaruhi

oleh pengetahuan, sikap, dan kepercayaan diri individu.

Minat menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan seseorang dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, pekerjaan, maupun aktivitas lainnya, karena adanya minat akan menumbuhkan perhatian yang lebih besar terhadap suatu bidang tertentu. Hasmidyani (2022) menunjukkan banyak penelitian yang menggaris bawahi bahwa minat berwirausaha memegang peranan penting ketika seseorang memulai bisnis baru. Saat ini, berwirausaha dianggap sebagai pekerjaan alternatif bagi kaum muda selain bekerja di kantor. Hal ini sejalan dengan pendapat Sari (2022) yang mengungkapkan bahwa Minat berwirausaha sendiri merupakan suatu dorongan dan kesiapan untuk bekerja secara mandiri, berani mengambil risiko, serta memiliki kemauan untuk terus belajar dari pengalaman, termasuk kegagalan. Minat berwirausaha ini umumnya dipengaruhi oleh faktor internal seperti percaya diri, berani mengambil risiko, dan lainnya (Riswan, 2025). Selain itu faktor eksternal yang terdiri dari orientasi keuntungan, orisinalitas, dan ekspektasi masa depan. Minat ini tidak muncul secara instan, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang kompleks. Salah satu faktor penting adalah paparan terhadap informasi dan lingkungan yang mendukung, termasuk peran media sosial dan kualitas pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa. Yuliana (2023), menjelaskan bahwa semangat wirausaha, terutama dalam aspek kemandirian, perlu ditumbuhkan karena menjadi salah satu faktor yang mendorong munculnya minat berwirausaha.

Sejumlah penelitian terdahulu telah menunjukkan adanya hubungan antara penggunaan media sosial, pengetahuan kewirausahaan, dan minat berwirausaha. Rahayu (2022), dalam penelitiannya di STKIP PGRI Jombang, menemukan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Hasil serupa juga diperoleh oleh Wardani (2023) dalam studi di Universitas Muhammadiyah Magelang yang menunjukkan bahwa tingkat aktivitas mahasiswa dalam menggunakan media sosial berbanding lurus dengan minat mereka untuk terlibat dalam dunia usaha.

Meskipun demikian, masih terbatas penelitian yang secara spesifik mengkaji keterkaitan antara penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada konteks mahasiswa Pendidikan Ekonomi di

Universitas Sriwijaya. Padahal, kajian ini penting untuk memberikan gambaran empiris tentang bagaimana kedua faktor tersebut dapat dikembangkan secara optimal dalam lingkungan akademik guna mendorong lahirnya generasi muda yang berjiwa wirausaha.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kedua faktor tersebut mempengaruhi minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 14 Maret 2025 sampai dengan 14 April 2025, dan dilaksanakan di lingkungan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya.

Populasi dalam penelitian adalah seluruh mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021 dan 2022 yang berjumlah 169 responden. Sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *random sampling* yang berjumlah 119 responden.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Angket. Angket yang digunakan menggunakan skala pengukuran berupa skala likert (1-4). Angket media sosial yang terdiri dari 5 indikator yaitu penggunaan media sosial, interaksi media sosial, informasi media sosial, konten oleh pengguna, partisipasi. Angket pengetahuan kewirausahaan yang terdiri dari 5 indikator yaitu pengetahuan dasar kewirausahaan, pengetahuan ide dan peluang usaha, pengetahuan tentang aspek aspek usaha, pengetahuan lingkungan usaha, pengetahuan manajemen usaha. Angket minat berwirausaha yang terdiri dari 5 indikator yaitu ketertarikan untuk berwirausaha, perasaan senang terhadap kewirausahaan, keterlibatan dalam kewirausahaan, potensi yang dimiliki untuk berwirausaha, keberanian dalam minat berwirausaha.

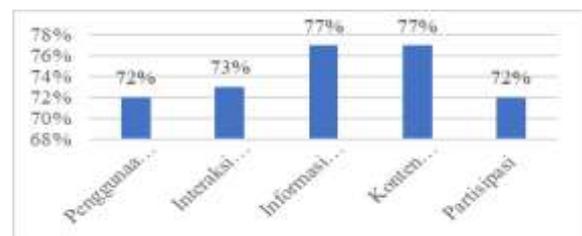
Instrumen divalidasi melalui uji validitas ahli, validitas eksternal dan reliabilitas angket kepada 30 responden di luar sampel penelitian. Uji validitas ahli dilakukan kepada dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi dan dosen bidang kewirausahaan yaitu Bapak Firmansyah, S.Pd., M.Si. Setelah angket dilakukan uji validitas ahli, selanjutnya dilakukan uji validitas eksternal (uji coba) kepada 30 responden yang bukan termasuk sampel penelitian. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Hasil uji reliabilitas dengan nilai *alpha cronbach* (r_{11}) angket media

sosial sebesar 0,872. Angket pengetahuan kewirausahaan sebesar 0,947 dan angket intensi berwirausaha sebesar 0,962 dengan r_{tabel} 0,70. Setelah dinyatakan valid dan reliabel, angket disebarakan kepada 119 responden.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis statistik deskriptif. Hasil angket yang diperoleh akan dilakukan analisis deskriptif. Selanjutnya angket dilakukan uji prasyarat yaitu uji normalitas dengan menggunakan rumus *kolmogorov smirnov*, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas Uji prasyarat dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal dan apakah data berpola linier. Setelah dilakukan uji prasyarat selanjutnya dilakukan uji hipotesis. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda.

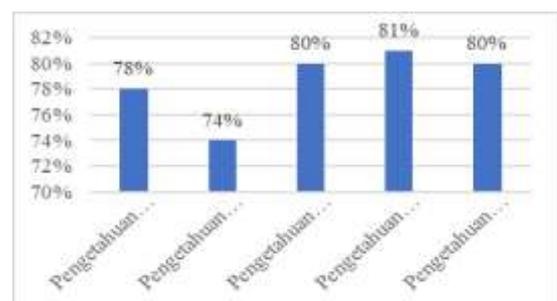
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian



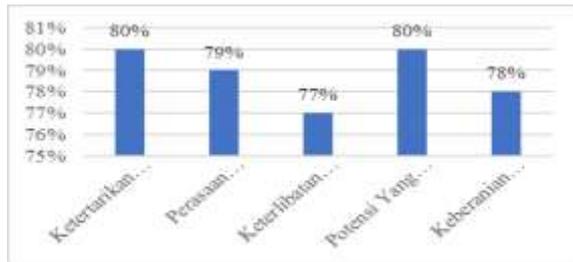
Gambar 1. Hasil Angket Media Sosial

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh mahasiswa berada pada kategori cukup, dengan kecenderungan dominan pada akses informasi dan berbagi konten. Sementara itu, aspek partisipasi aktif dan pemanfaatan untuk aktivitas produktif seperti kewirausahaan masih kurang optimal. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung pasif dan lebih banyak sebagai penerima informasi daripada sebagai pelaku aktif dalam ekosistem digital.



Gambar 2. Hasil Angket Pengetahuan Kewirausahaan

Berdasarkan Gambar 2 menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan mahasiswa secara umum berada pada kategori cukup hingga baik, dengan dominasi tertinggi pada pemahaman tentang lingkungan usaha dan aspek manajerial. Namun, pengetahuan terkait ide dan peluang usaha masih tergolong rendah dibandingkan indikator lainnya, mengindikasikan perlunya penguatan pada aspek kreativitas dan inisiatif dalam mengenali serta merancang peluang bisnis.



Gambar 3. Hasil Angket Minat Berwirausaha

Berdasarkan Gambar 3 mengilustrasikan bahwa minat berwirausaha mahasiswa berada pada kategori cukup hingga baik, dengan ketertarikan dan persepsi diri terhadap potensi berwirausaha menonjol sebagai aspek terkuat. Sementara itu, tingkat keterlibatan langsung dalam aktivitas kewirausahaan masih rendah, menunjukkan adanya *gap* antara ketertarikan dan tindakan nyata. Hal ini mencerminkan perlunya dukungan yang lebih konkret agar minat tersebut dapat diwujudkan dalam praktik berwirausaha.

1. Uji Prasyarat

Uji prasyarat dalam penelitian ini yaitu uji normalitas dan uji linearitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan rumus *kolmogorov smirnov*. Hasil uji normalitas *kolmogorov smirnov* angket media sosial diperoleh nilai D statistik yang diuji yaitu 0,0923 dan nilai D tabel 0,125. Hasil yang didapat sebesar $(0,0923 \leq 0,125)$, maka data dikatakan normal, hasil uji normalitas pada angket pengetahuan kewirausahaan diperoleh nilai D statistik yang diuji yaitu 0,012497 dan nilai D tabel 0,125. Hasil yang didapat sebesar $(0,0124 \leq 0,125)$, maka data dikatakan normal dan hasil uji normalitas pada angket minat berwirausaha diperoleh

nilai D statistik yang diuji yaitu 0,1083 dan nilai D tabel 0,125. Hasil yang didapat sebesar $(0,1083 \leq 0,125)$, maka data dikatakan normal.

3. Uji Linearitas

Hasil uji linearitas pada media sosial diperoleh $f_{hitung} \leq f_{tabel}$ atau $0,583 \leq 1,548$, maka data berpola linier, dan hasil uji linearitas pada pengetahuan kewirausahaan diperoleh Ternyata $f_{hitung} \leq f_{tabel}$ atau $0,04 \leq 1,546$, maka data berpola linier. Ternyata $\leq f_{tabel}$ atau $0,04 \leq 1,546$, maka data berpola linier.

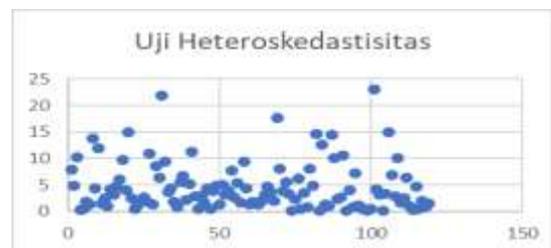
4. Uji Multikolonieritas

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Media Sosial	0.543777243	1.838988324
Pengetahuan Kewrirausahaan	0.543777243	1.838988324

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, diperoleh nilai *tolerance value* media sosial (X1) dan pengetahuan kewirausahaan (X2) lebih besar dari 0,10, yaitu masing-masing sebesar 0.543777243. Demikian pula dengan nilai VIF kedua variabel independen yang kurang dari 10, yaitu masing-masing sebesar 1.838988324. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan dari hasil analisis bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel independent.

5. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. Grafik Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4 hasil uji heteroskedastisitas *scatterplot* di atas menunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta pola tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menyatakan bahwa

tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda. Hasil analisis regresi sederhana media sosial (X1) terhadap minat berwirausaha (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 12,897 dan t_{tabel} sebesar 1,980 berarti bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya, Hasil analisis regresi sederhana pengetahuan kewirausahaan (X2) terhadap minat berwirausaha (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 15,040 dan t_{tabel} sebesar 1,980 berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya. Selanjutnya Hasil analisis regresi diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 85,88 dan f_{tabel} sebesar 3,07 berarti bahwa $f_{hitung} \geq f_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan pengetahuan berwirausaha secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya.

B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin aktif mahasiswa memanfaatkan media sosial, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memiliki minat menjadi wirausaha. Temuan ini sejalan dengan pernyataan Nurul (2024) yang menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam proses pembelajaran melalui fitur-fitur interaktif seperti forum diskusi, grup kewirausahaan, dan konten-konten motivasional. Mahasiswa yang mengakses konten kewirausahaan atau mengikuti akun-akun bisnis di media sosial

lebih mudah terpapar pada ide, strategi, dan pengalaman usaha yang dapat memengaruhi minat mereka untuk memulai bisnis.

Secara lebih spesifik, indikator yang menunjukkan keterlibatan aktif seperti partisipasi dalam diskusi kewirausahaan masih tergolong cukup rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung masih berperan sebagai konsumen pasif daripada aktor aktif dalam dunia digital kewirausahaan. Padahal, menurut Rahayu (2022), mahasiswa yang aktif berdiskusi dan berkontribusi dalam komunitas digital cenderung memiliki ketertarikan yang lebih kuat terhadap praktik kewirausahaan karena mereka secara langsung terlibat dalam proses pertukaran ide dan solusi. Kurangnya partisipasi ini menjadi titik lemah yang perlu diperhatikan oleh lembaga pendidikan dalam mendorong pemanfaatan media sosial secara lebih strategis, bukan hanya sebagai sumber hiburan atau komunikasi, tetapi juga sebagai media untuk pengembangan diri dan orientasi karier.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara positif terhadap minat berwirausaha. Temuan ini konsisten dengan penelitian Ritonga (2022) yang menyatakan bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman memadai mengenai aspek-aspek kewirausahaan lebih siap menghadapi dunia usaha dan cenderung memiliki orientasi menjadi pencipta lapangan kerja, bukan hanya pencari kerja. Dalam konteks ini, aspek pengetahuan yang tinggi seperti manajemen usaha dan lingkungan usaha menunjukkan bahwa mahasiswa sudah cukup memahami sisi teknis dan strategi bisnis secara umum.

Namun, pengetahuan tentang ide dan peluang usaha menempati posisi terendah dibanding indikator lainnya. Hal ini memperlihatkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki landasan teoritis yang cukup, namun kreativitas dan kemampuan mengidentifikasi peluang inovatif masih perlu ditingkatkan. Sari (2022) menjelaskan bahwa minat berwirausaha tidak hanya ditentukan oleh pemahaman teoritis, tetapi juga oleh kemampuan untuk melihat peluang di tengah tantangan serta kesiapan untuk belajar dari pengalaman. Mahasiswa perlu diberikan stimulus yang dapat mendorong keberanian berpikir kreatif dan inovatif, misalnya melalui studi kasus, kunjungan lapangan, atau kolaborasi dengan pelaku usaha lokal.

Semangat wirausaha khususnya dalam hal kemandirian perlu dikembangkan karena hal ini merupakan salah satu faktor pendorong minat berwirausaha yang mendukung mereka untuk memiliki kecenderungan/ketertarikan dalam melakukan aktifitas yang sesuai dengan sifat seorang wirausaha

Dalam analisis regresi berganda, ditemukan bahwa media sosial dan pengetahuan kewirausahaan secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Artinya, kedua faktor ini secara bersama-sama berperan dalam mendorong mahasiswa untuk memiliki ketertarikan, keyakinan, serta kesiapan dalam memulai usaha. Hasil ini diperkuat oleh Wardani (2023) yang menemukan bahwa penggunaan media sosial secara aktif dapat memperkuat efek dari pembelajaran kewirausahaan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Interaksi antara dua variabel ini menggambarkan bahwa tidak cukup hanya membekali mahasiswa dengan pengetahuan, tetapi perlu juga memfasilitasi ruang interaktif melalui platform digital untuk mengimplementasikan pengetahuan tersebut secara nyata.

Secara teoritis, temuan ini juga dapat dikaitkan dengan teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) yang menyatakan bahwa intensi atau minat untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam hal ini, media sosial membentuk norma dan persepsi melalui lingkungan digital yang terus mempengaruhi mahasiswa, sedangkan pengetahuan kewirausahaan membentuk sikap rasional mahasiswa terhadap kegiatan usaha. Ketika keduanya saling mendukung, maka minat berwirausaha akan terbentuk secara lebih kuat.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya mendukung penelitian sebelumnya, tetapi juga memberikan kontribusi dalam memahami pentingnya integrasi pembelajaran kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial secara konstruktif. Lembaga pendidikan, khususnya program studi Pendidikan Ekonomi, perlu merancang strategi yang mendorong mahasiswa untuk aktif menggunakan media sosial sebagai media edukatif dan berwirausaha. Selain itu, penting pula untuk mengembangkan kurikulum yang mampu menstimulasi

kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang, memvalidasi ide bisnis, dan membangun jejaring profesional sejak dini.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya. Media sosial berperan sebagai sarana komunikasi dan informasi yang mendukung motivasi berwirausaha, sedangkan pengetahuan kewirausahaan memberikan bekal penting dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan usaha. Secara simultan, kedua variabel tersebut secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dengan kontribusi sebesar 74,7%, yang menunjukkan bahwa mayoritas minat berwirausaha dipengaruhi oleh kombinasi faktor tersebut, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Adapun kelebihan dari penelitian ini terletak pada penggunaan dua variabel utama, yaitu media sosial dan pengetahuan kewirausahaan, yang dianalisis melalui pendekatan kuantitatif serta didukung oleh data yang diperoleh dari instrumen angket yang telah disusun berdasarkan indikator yang terukur dan relevan. Sementara itu, kekurangan penelitian ini terletak pada ruang lingkup yang hanya mencakup satu program studi dan satu universitas, sehingga generalisasi temuan masih terbatas. Hal ini menjadi batasan dalam penelitian yang dapat dijadikan dasar dan pertimbangan untuk pengembangan penelitian selanjutnya dengan cakupan responden yang lebih luas.

B. Saran

Berdasarkan kekurangan yang ditemukan dalam pembahasan, terutama terkait pengaruh media sosial yang masih relatif lebih rendah dibandingkan pengetahuan kewirausahaan serta pemanfaatan media sosial yang belum optimal di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya, disarankan agar mahasiswa lebih aktif dan kreatif dalam memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana berwirausaha yang positif dan produktif.

Selain itu, perlu adanya peningkatan implementasi pengetahuan kewirausahaan secara nyata agar mahasiswa tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu mengelola usaha dengan efektif. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar mengembangkan variabel penelitian dengan memasukkan faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi minat berwirausaha, seperti sikap atau kepribadian, efikasi diri, dukungan lingkungan keluarga, serta ekspektasi pendapatan, agar hasil penelitian lebih komprehensif dan memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memotivasi mahasiswa dalam berwirausaha.

DAFTAR RUJUKAN

- Aini, N., & Nahla, Z. T. (2024). Analisis Penggunaan Media Sosial Untuk Pembelajaran Kewirausahaan Di Kantin Sekolah Siswa Mts Almadinah Ambon. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 8(1), 382-389. <https://ejournal.hamzanwadi.ac.id/index.php/jpek/article/view/25398>
- Bastomi, M., & Sudaryanti, D. (2022). Analisis Faktor Penentu Minat Berwirausaha Pada Santri Pondok Pesantren Anwarul Huda. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 875-882.
- Cania, N., & Heryani, R. D. (2020). Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Peserta Didik Di SMK Plus Pelita Nusantara. *Research and Development Journal of Education*, 1(1), 91-101. <http://dx.doi.org/10.30998/rdje.v1i1.7562>
- Hasmidyani, D., Mardetini, E., & Amrina, D. E. (2022). Generation Z And Entrepreneurship: Revealing Factors That Affect The Entrepreneurial Intentions. *Calitatea*, 23(190), 11-19. <https://doi.org/10.47750/QAS/23.190.02>
- Jaenudin, R., & Priti, P. (2025). Transformasi Edupreneurship: Studi Empiris Program Mahasiswa Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 9(1), 299-310. <https://doi.org/10.29408/jpek.v9i1.29883>
- Marlina, E., Gusteti, Y., & Putri, D. E. (2023). Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy Dan Karakter Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Dharmas Indonesia). *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, 4(3), 296-309.
- Rahayu, E. P., & Sulistyowati, S. N. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, 7(1), 12-23. <https://doi.org/10.34308/eqien.v9i2.399>
- Ritonga, S. R. W., Anggraini, T., & Nawawi, Z. M. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Bisnis Islam Melalui Motivasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2269-2280. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5874>
- Sari, R., Hasanah, M., Ulfah, M., & Jannah, F. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Pgsd Melalui Mata Kuliah Kewirausahaan. *Eqien- Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 398-401.
- Satrionugroho, B., & Tomo, S. (2020). Analisa Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha. *Eklektik: Jurnal pendidikan ekonomi dan kewirausahaan*, 3(2), 87-93. <http://dx.doi.org/10.24014/ekl.v3i2.10690>
- Wardani, C. A., Kurnia, M., & Bachtiar, N. K. (2023). Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial, Motivasi, Efikasi Diri, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha (Studi Empiris Pada Mahasiswa UNIMMA di Tahun 2022). *Borobudur Management Review*, 3(2), 107-123. <https://doi.org/10.31603/bmar.v3i2.7743>
- Yuliana, F. H., Firmansyah, F., Amrina, D. E., & Pratita, D. (2022). Peningkatan Minat Berwirausaha Mahasiswa Melalui Webinar Dan Coaching Program Mahasiswa Wirausaha. *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(6), 4631-4641. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i6.11013>

Yuliana, F. H., Hasmidyani, D., Susanti, E., & Budiman, M. A. (2023). Menumbuhkan Semangat Wirausaha Mahasiswa Melalui Webinar Kewirausahaan Berkelanjutan. *Warta, LPM*, 22-30.
<https://doi.org/10.23917/warta.v26i1.769>