



Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Era Sulastri Hutasoit¹, Marshanda Siburian², Agnes Dea Lita Sitepu³, Ezra Yulina Hia⁴,
Nelin Maria Sianturi⁵, Jesslyn Nathania Sibarani⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Negeri Medan, Indonesia

E-mail: erahutasoit26@gmail.com, marshandasiburian12@gmail.com, agnesdealita20@gmail.com,
ezrayulina@gmail.com, nelinmariasianturi@gmail.com, nathaniajesslyn67@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-09-10 Revised: 2025-10-15 Published: 2025-11-06 Keywords: <i>Entrepreneurship Education; Social Media; Entrepreneurial Interest.</i>	This study aims to determine and analyze the influence of Entrepreneurship Education and Social Media, both simultaneously and partially, on students' entrepreneurial interest. The method used is a quantitative approach with numerical data collection and statistical analysis to test the relationship between variables. The results show that Entrepreneurship Education has a positive and significant effect on students' entrepreneurial interest, while Social Media has no significant effect partially. Simultaneously, both variables have a positive and significant influence on entrepreneurial interest, contributing 36.7% of the influence, while the remainder is influenced by other factors outside this study.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-09-10 Direvisi: 2025-10-16 Dipublikasi: 2025-11-06 Kata kunci: <i>Pendidikan Kewirausahaan; Media Sosial; Minat Berwirausaha.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial secara simultan maupun parsial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data numerik dan analisis statistik untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, sedangkan Media Sosial tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial. Secara simultan kedua variabel tersebut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan kontribusi pengaruh sebesar 36,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

I. PENDAHULUAN

Permasalahan pengangguran merupakan salah satu tantangan ekonomi makro yang dihadapi oleh hampir seluruh negara di dunia, termasuk Indonesia (Suhandi et al., 2020). Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa tingkat pengangguran terbuka masih tinggi, terutama pada kelompok usia produktif dan lulusan perguruan tinggi. Kondisi ini menggarisbawahi urgensi bagi perguruan tinggi untuk tidak hanya menghasilkan pencari kerja, tetapi juga mendorong lahirnya generasi mandiri yang berorientasi pada penciptaan lapangan kerja baru melalui jalur kewirausahaan. Dorongan kuat untuk memulai usaha sendiri ini dikenal sebagai Minat Berwirausaha (Y). Minat ini merupakan potensi yang dapat memberikan kehidupan yang lebih baik di tengah ketatnya persaingan dunia pekerjaan saat ini (Christianingrum & Rosalina, 2017).

Upaya untuk menumbuhkan minat tersebut di kalangan mahasiswa memposisikan Pendidikan Kewirausahaan (X_1) sebagai faktor kunci. Menurut pendapat Wardhani dan Nastiti (2023), pendidikan kewirausahaan yang diselenggarakan

oleh perguruan tinggi memiliki peran yang sangat penting. Pendidikan ini tidak hanya sebatas memberikan landasan teori, melainkan juga berfungsi untuk membentuk pola pikir, perilaku, dan pandangan mahasiswa mengenai wirausaha. Melalui proses pembelajaran yang terintegrasi, mahasiswa dibekali berbagai keterampilan, menambah wawasan, membentuk motivasi, serta melatih mental yang diperlukan saat melakukan usaha. Hasil ini konsisten dengan temuan oleh Afiyati, Sudarno, dan Noviani (2023) serta penelitian terdahulu oleh Lestari dan Wijaya (2012) yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha.

Selain dari jalur pendidikan formal, perkembangan teknologi informasi telah menjadikan Media Sosial (X_2) sebagai alat yang strategis dan tidak terpisahkan dalam aktivitas bisnis dan kewirausahaan modern. Keberadaan media sosial dan internet memberikan peluang besar bagi mahasiswa untuk menciptakan bisnis dan memperluas jaringan, yang pada akhirnya dapat melahirkan generasi wirausaha mandiri

(Susilawaty, 2022). Meskipun terdapat temuan variatif mengenai pengaruh parsial media sosial terhadap minat berwirausaha (seperti dalam penelitian Susilawaty, 2022 yang mengindikasikan tidak adanya pengaruh parsial), namun penelitian lain yang dilakukan oleh Tangkeallo dan Tangdialla (2021) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Secara umum, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan jejaring bisnis sangat membantu dalam menumbuhkan niat untuk berwirausaha.

Berdasarkan latar belakang yang menjelaskan urgensi Minat Berwirausaha serta peran penting Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial, penelitian ini melihat adanya kebutuhan untuk menganalisis kedua faktor tersebut secara bersamaan. Pengujian pengaruh kedua variabel ini secara sinergis (simultan) diyakini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Berdasarkan hasil temuan pada beberapa jurnal pendukung, kombinasi pembelajaran formal dan pemanfaatan media sosial terbukti berkontribusi secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini diperkuat oleh penelitian sejenis yang dilakukan oleh Rahmawati (2019).

Sejalan dengan beberapa hasil penelitian yang telah diperoleh, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pendidikan Kewirausahaan (X_1) dan Media Sosial (X_2) secara simultan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Y). Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menguji dan menganalisis bagaimana masing-masing variabel (Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial) secara parsial memengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antara Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengumpulan data numerik dan analisis statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian secara objektif, sesuai dengan pandangan Creswell (2014). Populasi penelitian adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Medan, dengan sampel sebanyak 43 responden yang diambil menggunakan teknik sampling. Arikunto (2010) menjelaskan bahwa teknik ini memungkinkan

peneliti untuk memilih sampel berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian.

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang terdiri dari item pertanyaan yang mengukur variabel Pendidikan Kewirausahaan (X_1), Media Sosial (X_2), dan Minat Berwirausaha (Y) dengan skala Likert 1-5. Sebelum digunakan, kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya. Sugiyono (2017) menekankan pentingnya validitas untuk memastikan bahwa instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur, dan reliabilitas untuk memastikan konsistensi hasil pengukuran. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25, mencakup uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini menganalisis data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 untuk menguji pengaruh variabel Pendidikan Kewirausahaan (X_1) dan Media Sosial (X_2) terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Y). Data yang dikumpulkan melalui kuesioner dari mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Medan menunjukkan bahwa kriteria analisis statistik telah terpenuhi, yang dibuktikan oleh adanya koefisien korelasi yang signifikan dan tingginya tingkat konsistensi data.

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan serangkaian pengujian penting yang dilakukan untuk memverifikasi bahwa model regresi telah memenuhi persyaratan dasar statistik. Hal ini krusial untuk menjamin bahwa hasil analisis yang dihasilkan adalah valid dan dapat diandalkan.

a) Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		43
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std.	2.36879973
	Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.105

	Negative	-.100
Test Statistic		.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan kriteria pengujian, residual dianggap terdistribusi secara normal jika nilai Asymp Sig. (Signifikansi Asimtotik) melebihi 0,05. Hasil uji normalitas yang didapatkan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200, yang jelas lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$). Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa residual model regresi telah memenuhi asumsi distribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.851	2.534		3.493	.001		
PENDIDIKAN KWH	0.387	0.136	.499	2.841	.007	.514	1.943
MEDIA SOSIAL	0.109	0.135	.141	.804	.426	.514	1.943

Pada uji ini ditetapkan kriteria untuk mendeteksi multikolinearitas yang dimana jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 atau nilai VIF lebih kecil dari 10,00, maka model dianggap bebas dari multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang disajikan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- 1) Nilai tolerance pada variabel X_1 0,514 $> 0,10$ dan nilai VIF 1,945 $< 10,00$
- 2) Nilai tolerance pada variabel X_2 0,514 $> 0,10$ dan nilai VIF 1,945 $< 10,00$

Dengan demikian, asumsi non-multikolinearitas telah terpenuhi.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	2.177	.878		2.478	.018
PENDIDIKAN KWH	.033	.047	.146	.689	.495
MEDIA SOSIAL	-.078	.047	-.354	-1.667	.103

Hasil dari uji heteroskedastisitas ini menggunakan metode uji glejser menyimpulkan bahwa model ini bebas dari masalah heteroskedastisitas. Kesimpulan ini didasarkan pada temuan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara semua variabel independen

dengan nilai absolut residual, yang secara statistik ditunjukkan oleh nilai Sig. yang lebih besar dari 0,05 ($\text{Sig.} > 0,05$).

d) Uji Autokorelasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 ^a	.367	.335	2.42730

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya. Ghazali (2011:11) menyatakan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam model jika nilai statistik Durbin-Watson (DW) berada di dalam rentang yang dibatasi oleh nilai batas atas bawah (d_U) dan empat dikurangi nilai batas atas bawah ($4 - d_U$). Berdasarkan hasil uji berikut menyatakan d_U (1.6091) $<$ Durbin Watson (2.274) $>$ $4 - d_U$ (2.3909) yang artinya tidak terdapat gejala autokorelasi.

2. Hasil Uji Regresi Berganda

Uji regresi berganda merupakan pendekatan pengujian data yang berfungsi untuk menguji hubungan matematis antara variabel X_1, X_2 dengan variabel Y secara simultan, yang dapat dirumuskan sebagai:

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	8.851	2.534		3.493	.001
PENDIDIKAN KWH	.387	.136	.499	2.841	.007
MEDIA SOSIAL	.109	.135	.141	.804	.426

Dengan nilai Constant (a) sebesar 8.851 dan koefisien regresi untuk variabel X_1 sebesar 0.387 serta variabel X_2 sebesar 0.109. Maka persamaan regresi berganda dapat dirumuskan menjadi:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

$$Y = 8.851 + 0.387X_1 + 0.109X_2 + e$$

Interpretasi terhadap persamaan regresi sederhana di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Pada nilai Constant (a) yang sebesar 8,851 mengindikasikan bahwa, saat variabel X_1 dan X_2 adalah nol, maka variabel Y adalah sebesar 8,851.

- b) Koefisien regresi variabel X_1 sebesar 0.387 mengindikasikan bahwa, setiap kenaikan 1 satuan dalam variabel X_1 akan menyebabkan peningkatan sebesar 0.387 satuan dalam variabel Y. Arah positif ini mengindikasikan adanya hubungan searah dimana setiap peningkatan pada variabel X_1 akan mengakibatkan peningkatan pula pada variabel Y, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.
- c) Koefisien regresi variabel X_2 0.109 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan dalam variabel X_2 akan menyebabkan peningkatan sebesar 0.109 satuan dalam variabel Y. Arah positif ini mengindikasikan adanya hubungan searah dimana setiap peningkatan pada variabel X_2 akan mengakibatkan peningkatan pula pada variabel Y, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial ini dilakukan untuk menentukan signifikansi pengaruh dari masing-masing variabel X_1 dan X_2 secara individual terhadap variabel Y.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	8.851	2.534	3.493	.001
	PENDIDIKAN KWH	.387	.136	2.841	.007
	MEDIA SOSIAL	.109	.155	.704	.478

Berdasarkan hasil diatas yang telah disajikan, kesimpulan dapat diambil sebagai berikut:

- a) Nilai signifikansi pada variabel X_1 = 0,007 < 0,05, yang berarti variabel X_1 memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel Y. Pada nilai t_{hitung} sebesar 2.841, melebihi nilai t_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ dan $df = n-k-1$ atau $df = 43-2-1 = 40$ yakni sebesar 1.68385. Sehingga t_{hitung} (2.841) > t_{tabel} (1.68385), maka H_0 ditolak, yang berarti variabel X_1 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.
- b) Nilai signifikansi pada variabel X_2 = 0,426 > 0,05, yang berarti variabel X_2 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Y. Pada nilai t_{hitung} sebesar 0,426, lebih kecil nilai t_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ dan $df = n-k-1$ atau $df = 43-2-1 = 40$ yakni sebesar 1.68385. Sehingga t_{hitung}

(0,426) < t_{tabel} (1.68385), maka H_0 diterima, yang menunjukkan variabel X_2 tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel Y.

4. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk menguji secara bersama-sama kedua variabel X_1 dan X_2 apakah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y dalam model regresi berganda.

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	136.376	2	68.188	11.573
	Residual	235.671	40	5.892	
	Total	372.047	42		

Tabel diatas menjelaskan bahwa uji signifiknsi koefisien regresei berganda atau uji simultan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 11.573 dan F_{tabel} untuk $\alpha = 0,05$ dan $db = n-k$ atau $db = 43-3 = 40$ yakni sebesar 3.232, sehingga F_{hitung} (11.573) > F_{tabel} (3.232), maka H_0 ditolak yang mengindikasikan kedua variabel X_1 dan X_2 berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap variabel Y.

5. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*) tujuannya adalah menilai kemampuan model regresi dalam memprediksi variabel dependen, dengan nilai berada di antara 0 hingga 1.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 ^a	.367	.335	2.42730

Tabel diatas mengindikasikan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel X_1 dan variabel X_2 terhadap variabel Y. Dengan nilai korelasi ($R = 0,605$), dapat disimpulkan bahwa hubungan antara keduanya kuat. Namun terdapat nilai koefisien determinasi (R^2 Square) = 0,367 menandakan terdapat 36,7 % dari nilai total variasi atau perubahan dalam variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel X_1 dan variabel X_2 sedangkan 63,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain di luar model regresi ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh variabel pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. Dari hasil uji t diperoleh nilai thitung sebesar 2,841 > ttabel sebesar 1,6838, serta nilai signifikansi variabel pendidikan kewirausahaan (X_1) sebesar $0,007 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) dapat diterima, yang berarti pendidikan kewirausahaan terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Wahyu dan Ranto (2016), yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki peran penting dalam membangun pola pikir, sikap, dan perilaku mahasiswa, sehingga mereka memiliki kesiapan yang memadai untuk menjadi wirausahawan yang andal. Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi tidak hanya bertujuan mengembangkan pengetahuan akademik dan kepribadian, tetapi juga membekali mahasiswa dengan keterampilan serta pemahaman teknologi sesuai tuntutan perkembangan dunia kerja. Dengan demikian, mahasiswa lebih termotivasi untuk menjadikan kewirausahaan sebagai pilihan karier masa depan.

2. Pengaruh variabel media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel media sosial sebesar 0,426, yang lebih besar dari batas $\alpha = 0,05$. Hal ini menandakan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, yakni minat berwirausaha. Selain itu, nilai thitung untuk media sosial sebesar 0,426 juga lebih kecil dibandingkan dengan ttabel sebesar 1,68385 pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan (df) 40. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Eka Astra Susilawaty (2022) yang juga menemukan bahwa media sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Politeknik Negeri Ujung Pandang. Pada umumnya, media sosial lebih banyak berfungsi sebagai sarana hiburan dan komunikasi dibandingkan menjadi sumber motivasi untuk meningkatkan minat wirausaha. Dengan kata lain, meskipun media sosial memegang peranan penting dalam interaksi sehari-hari, penggunaannya belum secara efektif mendorong tumbuhnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

3. Pengaruh variabel pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh temuan bahwa pendidikan kewirausahaan dan media sosial secara simultan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini terlihat dari hasil uji F yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai Fhitung 11,573 yang lebih besar dibandingkan Ftabel 3,232. Dengan kata lain, variabel pendidikan kewirausahaan (X_1) bersama dengan media sosial (X_2) secara bersama-sama memengaruhi minat berwirausaha (Y). Kontribusi kedua variabel tersebut mencapai 36,7%, sedangkan sisanya sebesar 63,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2019) yang menyatakan bahwa kombinasi pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial secara bersamaan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal tersebut menguatkan pandangan bahwa perpaduan antara pembelajaran formal dan penggunaan media sosial sebagai media promosi maupun jejaring bisnis dapat mendorong tumbuhnya minat untuk berwirausaha di kalangan mahasiswa.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Pendidikan Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Sebalik-

nya, Media Sosial tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha. Namun, secara simultan kedua variabel tersebut—Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan kontribusi sebesar 36,7%. Sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

B. Saran

Dianjurkan agar perguruan tinggi terus mengembangkan dan mengoptimalkan Pendidikan Kewirausahaan sebagai sarana utama dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. Meski Media Sosial belum menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, pemanfaatannya sebagai media promosi dan jejaring bisnis perlu ditingkatkan secara strategis agar lebih mendukung motivasi berwirausaha mahasiswa. Penelitian lanjutan juga disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap minat berwirausaha di luar Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR RUJUKAN

- Christianingrum, & Rosalina, E. (2017). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha (Studi kasus pada mahasiswa Manajemen, Akuntansi, dan Sosiologi, Universitas Bangka Belitung). *Integrated Journal of Business and Economics (IJBE)*, 1(1), 45–54.
- Wardhani, P. S. N., & Nastiti, D. (2023). Implementasi pendidikan kewirausahaan dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4(2), 177–191. <https://doi.org/10.37478/jpm.v4i2.2622>
- Afiyati, R. R., Sudarno, & Noviani, L. (2023). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dengan pola pikir kewirausahaan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 335–342. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p335-342>
- Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Journal of Business Administration (JBA)*, 2(1), 1–10.
- Tangkeallo, D. I., & Tangdialla, R. (2021). Analisis pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan (JEKPEND)*, 4(1), 74–79. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i1.15964>
- Hastuti, F. R. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Economica*, 2036–2052
- Nastiti, P. S. (2023). Implementasi Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 177–191.
- Tandialla, D. I. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 74–79.
- Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Business Administration*, 2(1), 1–15.
- Wahyu, D., & Ranto, P. (2016). Membangun Perilaku Entrepreneur. *III*(1), 79–86
- Tambengi, W. M., & Mohehu, F. (2024). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa angkatan 2022 Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 1019–1028.