



Pengaruh *Use of Sosmed* dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Variabel Intervening Efikasi Diri

Premaytri Yuwinda Athifa Dhitara^{1*}, Eka Hendi Ardiansyah²

¹Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Surabaya, Indonesia;

²Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Surabaya, Indonesia.

Kata Kunci

Kata kunci: Use of sosmed, Motivasi berwirausaha, Minat berwirausaha, dan Efikasi diri

Abstrak

Penelitian dilatarbelakangi oleh rendahnya minat berwirausaha pada mahasiswa. Penelitian bertujuan melihat adanya pengaruh dari *use of sosmed* dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa melalui variabel intervening efikasi diri. Jenis penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian sebanyak 121 orang mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA. Metode analisis data penelitian dengan WarpPLS. Hasil penelitian adalah (1) *use of sosmed* dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha secara parsial berpengaruh signifikan dan positif; (2) motivasi berwirausaha terhadap efikasi diri secara parsial berpengaruh signifikan dan positif; (3) motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha secara parsial tidak berpengaruh signifikan dan positif; (4) *use of sosmed* terhadap efikasi diri secara parsial tidak berpengaruh signifikan dan positif; (5) secara simultan variabel intervening efikasi diri tidak memediasi antara *use of sosmed* terhadap minat berwirausaha, tetapi memediasi antara variabel motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha.

Keywords

Keywords: Use of sosmed, Motivation entrepreneurs, Interest entrepreneurs, and Self-efficacy

Abstract

Research motivated by the low interest in entrepreneurship students. Research see the effect use of sosmed and entrepreneurship motivation on entrepreneurship interest through self-efficacy intervening variable. Research type correlational with a quantitative approach. Sampling research as 121 students economic education study program in UNESA. Data analysis method with WarpPLS. The results are (1) use of sosmed and self-efficacy on interest in entrepreneurship partially have a significant and positive effect; (2) entrepreneurial motivation on self-efficacy partially has a significant and positive effect; (3) entrepreneurial motivation on interest in entrepreneurship partially has no significant and positive effect; (4) the use of sosmed on self-efficacy partially has no significant and positive effect; (5) simultaneously the intervening variable self-efficacy does not mediate between use of sosmed and interest in entrepreneurship, but mediates between entrepreneurial motivation variables and interest in entrepreneurship.

*Corresponding Author: Premaytri Yuwinda Athifa Dhitara,
Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Surabaya, Indonesia;
Email : premaytri.18060@mhs.unesa.ac.id

PENDAHULUAN

Pertambahan populasi di Indonesia yang meningkat tiap tahunnya pada era revolusi industri 4.0, mendatangkan persoalan yang timbul. Salah satu persoalan tersebut ialah banyaknya lulusan mahasiswa negeri ataupun swasta tiap tahun, namun masih belum memiliki pekerjaan tetap. Persoalan muncul akibat dari tingginya persaingan untuk memperoleh pekerjaan yang layak, tetapi kesempatan kerja yang masih minim sebagai akibat dari taraf pengangguran di Indonesia meningkat. Taraf pengangguran di Indonesia relatif tinggi berdasarkan informasi Badan Pusat Statistika bahwa jumlah pengangguran mengalami peningkatan sampai 26,37% dari tahun 2020 dengan indikasi jumlah pengangguran sarjana mencapai 1,1 juta jiwa (BPS, 2021). Menghadapi persaingan tersebut dalam mencari pekerjaan saat ini, dapat dilihat dari adanya ketimpangan yang terjadi akibat tingginya angka pengangguran. Maka solusi permasalahan tersebut yaitu berwirausaha. Berdasarkan data Global Entrepreneurship Monitor (GEM) tahun 2013 bahwa Indonesia masih mempunyai kurang lebih 1,65% wirausahawan dari total populasi penduduknya 250 juta jiwa. Indonesia mengalami ketertinggalan jauh dengan 3 negara Asia Tenggara diantaranya: Singapura, Malaysia, dan Thailand (Blesia, et al., 2021; Hermanto & Suryanto, 2017). Berwirausaha diklaim oleh kebanyakan mahasiswa bahwa berpenghasilan yang tidak tetap, dibandingkan bekerja sebagai pegawai yang berpenghasilan tetap (Supeni & Efendi, 2017). Kemendikbudristek menyatakan bahwa pada tahun 2021 melakukan kerjasama dengan perusahaan *startup* di Indonesia melalui proyek pengabdian ataupun pembelajaran daring KKN Tematik bisa menaikkan minat berwirausaha mahasiswa terhadap rasa percaya diri serta kemandirian secara signifikan. (Metro News, 2021).

Berdasarkan kenyataan tersebut secara tidak langsung berwirausaha adalah aktivitas yang dilakukan individu dengan memanfaatkan sekitarnya untuk menjadi sebuah usaha baru melalui beragam inovasi sehingga mampu menaikkan nilai dari barang serta jasa yang didapatkan (Agung Purnomo, 2020). Minat berwirausaha dipengaruhi faktor internal maupun eksternal dalam mencapai tujuan berwirausahanya. Sebuah usaha dapat dijalankan apabila individu mempunyai minat yang baik dalam berwirausaha tentu usaha yang dijalankan lebih terarah, sebab minat merupakan hal pertama yang mengarahkan keberlangsungan suatu usaha (Karen Hapuk, et al., 2020). Minat berwirausaha bisa juga dipengaruhi oleh impian individu, rasa suka, pengalaman, hingga perhatian lingkungan sekitar. Berdasarkan hasil wawancara dan data yang diperoleh, minat berwirausaha mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA angkatan 2019 dan 2020 masih terbilang

rendah dikarenakan, meskipun sudah menempuh mata kuliah tentang kewirausahaan di semester tiga dan lima mereka mengatakan masih takut adanya risiko yang akan terjadi saat kegagalan memasarkan produknya ataupun upah yang didapatkan tidak menentu tiap bulan sehingga kurangnya rasa percaya diri serta motivasi dari dalam dirinya sendiri.

Minat berwirausaha akan timbul pada era 4.0 ini melalui kecanggihan dalam perkembangan teknologi untuk mengakses internet yang praktis sehingga penggunaan media sosial dapat menyampaikan segala kebutuhan manusia terpenuhi. Kecanggihan teknologi bisa menghasilkan barang-barang pemuas semakin menarik dan mudah ditemui, dengan mendorong wirausahawan untuk terus mencari pemuas kebutuhan tersebut (Anggraeni, 2018). Individu saat ini masih banyak yang belum memanfaatkan sosial media secara optimal dalam kegiatan berwirausaha untuk membuka lapangan pekerjaan pada era digital saat ini. Penggunaan sosial media yang dilakukan hanya untuk melihat isu terbaru, game edukasi, serta dapat memudahkan orang lain berkomunikasi (Sahroh, 2018). Berdasarkan data yang diperoleh bahwa penggunaan media sosial mengalami peningkatan 17% pada awal tahun 2020 sekitar 175,4 juta pemakai dibandingkan tahun 2019 dengan keseluruhan penduduk 272,1 juta jiwa (Hariyani & Wibowo, 2020). Persebaran secara demografi melalui salah satu media sosial yaitu instagram terbagi dari usia 18-29 tahun dengan penggunaan hingga 83%, usia 30-49 tahun dengan persentase penggunaan 18%, dan usia 50-64 tahun hanya dengan persentase penggunaannya 6% (Indika & Jovita, 2017). Data pada tingkat penggunaan informasi media sosial diantaranya: Facebook 45%, Whatsapp 29%, Line 22%, Twitter 12%, dan lainnya seperti instagram, path, youtube 13% (Indonesia, 2017).

Minat mahasiswa pada kegiatan berwirausaha tentunya juga dipengaruhi dari faktor lain yakni motivasi berwirausaha. Motivasi dalam berwirausaha akan terus berperilaku aktif melalui kegiatan berwirausaha, sehingga dibutuhkan faktor pendukung motivasi berwirausaha seperti keberanian seseorang dalam mengambil keputusan dalam usaha bisnisnya. Motivasi sendiri ialah aktivitas yang muncul dari fisik ataupun mental individu (Prasetio, 2020). Motivasi memerlukan niat dari dalam diri individu secara pribadi, sedangkan dalam kesehariannya masih banyak yang terus berupaya berkembang demi merubah kondisi yang lebih baik lagi. Bentuk pengimplementasian adanya motivasi berwirausaha bisa ditinjau sejak membuka usaha yang diinginkan secara langsung melalui kebutuhan fisiologis calon wirausaha (Lies, et al., 2016).

Berwirausaha sendiri memiliki hal penting yang dimana harapan wirausahawan dalam mencapai target karirnya, sehingga secara langsung dapat dipengaruhi oleh efikasi diri. Efikasi diri ialah evaluasi dari individu

saat melakukan kegiatan yang kesesuaian serta keyakinan terhadap kemampuan untuk berhasil melakukan pekerjaannya yakni berwirausaha (Putry, et al., 2020). Seorang wirausahawan mempunyai efikasi diri yang besar, maka akan memberikan dorongan secara tidak langsung untuk meningkatkan keberanian, percaya diri, inisiatif, kreatif, serta ketekunan. Efikasi diri mempunyai peran penting untuk mengatasi persoalan yang dihadapi individu dalam kesiapannya (Santy, et al., 2017). Efikasi diri secara tidak langsung dapat berperan melalui sikap seorang wirausahawan untuk dapat mengambil keputusan demi karir usaha bisnisnya. Efikasi diri berkontribusi pada kinerja individu dengan adanya optimis di dalam dirinya lebih besar, namun berbanding terbalik apabila optimis tersebut lebih kecil maka akan menurunkannya (Piperopoulos & Dimov, 2015). Seorang wirausahawan tentunya mempunyai rasa keyakinan untuk terus maju serta mensukseskan usahanya akan hal baru di dunia bisnis.

Berdasarkan penelitian sebelumnya bahwa *use of sosmed* serta motivasi berwirausaha hanya mempengaruhi minat berwirausaha secara positif ataupun efikasi diri pada penelitian sebelumnya dapat mempengaruhi secara signifikan dan positif, sehingga tujuan penelitian ialah untuk melihat adanya pengaruh *use of sosmed* dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha secara terpisah dan bersamaan melalui efikasi diri sebagai variabel intervening, sehingga hasil yang didapatkan akan bermanfaat bagi mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA Surabaya untuk melakukan inovasi serta kreatifitas yang lebih baik lagi dengan meningkatkan efikasi diri yang dimilikinya.

TINJAUAN PUSTAKA

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha ialah suatu niat dari diri individu untuk menciptakan usaha baru yang berani mengambil risiko dalam memulainya (Kurniati, 2018). Motivasi berwirausaha inilah yang menjadi niatan awal seseorang dalam memenuhi kebutuhannya salah satu dengan mencapai tujuannya dan berani mengambil risiko. Minat berwirausaha keinginan ataupun ketertarikan seseorang dalam mencukupi kebutuhannya agar mampu menciptakan bisnis pertama tanpa ragu mengambil risiko (Wulandari, 2013). Minat berwirausaha menjadi pusat perhatian muncul dari perasaan senang untuk membawa manfaat pada diri individu dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Faktor dalam minat berwirausaha dipengaruhi secara instrinsik maupun ekstrinsik menurut (Hidayatullah, 2012; D. Setiawan, 2016). Indikator dalam minat berwirausaha diantaranya: (1) keinginan memilih dan menekuni

profesi; (2) perasaan senang dalam berwirausaha; (3) membuat pilihan pada aktivitas (Alma, 2013; Maftuhah, 2015).

Use of Sosmed

Sosial media sebagai ruang interaksi antar individu dalam kehidupan nyata yang terjalin melalui dunia maya dalam membangun pertemanan hingga suatu komunitas secara langsung maupun tidak langsung (Parise et al., 2016). Sosial media sendiri merupakan media online untuk berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan percakapan yang didukung oleh teknologi canggih. Sosial media memberikan tempat bagi penggunaannya untuk dapat memasarkan produknya (Nugroho, 2016). Adanya *use of sosmed* pada perkembangan teknologi yang canggih ini dapat dimanfaatkan seorang wirausaha untuk terus menjual beli produknya lebih luas lagi. *Use of sosmed* memberikan bagi penggunaannya baik positif secara langsung seperti: (1) menumbuhkan rasa persahabatan melalui aktivitasnya; (2) memberikan ruang untuk mengeksplorasi dengan orang lain; (3) mendapatkan informasi secara cepat dan tepat; (4) dapat menyelesaikan permasalahan dengan cara mengaksesnya sesuai tujuan yang pengguna inginkan (Care, 2021; Siddiqui, 2016). Sedangkan untuk dampak negatifnya terjadi saat individu tidak dapat menyesuaikan dirinya dalam penggunaannya diantaranya: (1) kecanduan dan ketergantungan; (2) harga diri rendah; (3) kecemasan sosial; (4) gangguan tidur; (5) kehidupan sosial yang berlebihan (Gray, 2016; Sugianto, 2017; Ursula oberst, et al., 2016). Adapun durasi dalam *use of sosmed* dikempokkan sebagai berikut: (1) sangat lama, lebih dari 7 jam; (2) lama, lebih dari 5 jam; (3) sedang, lebih dari 3 jam; (4) singkat, lebih dari 1 jam; (5) sangat singkat, kurang dari 1 jam dalam sehari (Syamsuudin, et al., 2015). Indikator dalam penggunaan media sosial (*use of sosmed*) antara lain: (1) alokasi waktu mengakses sosmed; (2) alasan dalam memakai sosmed; (3) konsekuensi penggunaan sosmed (Irfan, et al., 2019; Rasyidah, 2017).

Motivasi Berwirausaha

Motivasi merupakan dari kata yang berasal “motif” yang artinya keadaan diri individu yang termotivasi untuk melakukan aktivitasnya dalam mencapai tujuan tertentu (Sari, 2017). Teori motivasi menurut Abraham Maslow, yang dimana Maslow mengemukakan bahwa motivasi merupakan kebutuhan dengan adanya tingkatan seperti kebutuhan fisik, kebutuhan sosial, keamanan, harga diri hingga aktualisasi diri di dalam jati diri seseorang. Motivasi ada pada tiap individu yang memiliki prestasi yang baik, dapat memilih kegiatan dengan risiko menengah, adanya berbagai macam tantangan yang dilalui dan

memberikan tujuan sesuai dicapainya (Faghih, et al., 2020). Motivasi berwirausaha ini suatu dorongan pribadi untuk memulai usahanya dengan kemampuan yang ada pada dirinya agar terwujud tujuan yang ingin dicapai. Motivasi berwirausaha juga dibagi kedalam 2 kategori yaitu instrik, motivasi yang berasal dari dalam diri individu diantaranya: (1) kebutuhan; (2) harapan; (3) minat; (4) pujian (Legault, 2020). Sedangkan ekstrinsik, motivasi yang secara tidak langsung berasal dari dorongan sekitarnya seperti: (1) lingkungan tempat tinggal; (2) keluarga; (3) imbalan ataupun penghargaan; (4) penampilan fisik langsung (Arshad, et al., 2019). Indikator dalam motivasi berwirausaha antara lain: (1) profit; (2) merdeka atas diri sendiri; (3) keinginan; (4) independensi (Herdjiono, et al., 2018).

Efikasi Diri

Bandura mendeskripsikan efikasi diri sebagai kekuatan individu dalam mengambil tindakan untuk tujuan yang ingin dicapai (Indriyani & Subowo, 2019). Kata lain yakni efikasi diri ialah keyakinan penilaian diri individu berhubungan dengan kemampuannya untuk melakukan tugas dengan sukses. Efikasi diri merupakan kepercayaan yang dimiliki seseorang akan kemampuannya sehingga dapat menunjang kesuksesan dalam berkarir. Efikasi diri semakin tinggi akan memberikan kepercayaan diri pada individu untuk membuka bisnisnya yang secara langsung terdapat kreativitas yang tinggi juga (Mobaraki, 2012; Mundiah, 2018). Seseorang akan menyakini adanya efikasi di dalam dirinya, jika hal yang mereka kerjakan terlaksana dengan baik dan memiliki respon yang positif maka akan meningkatkan percaya diri individu tersebut. Efikasi diri memiliki indikator didalamnya sebagai berikut : (1) modeling; (2) experience; (3) social persuasions (Bandura, 2012; Purwanto, 2016).

METODE PENELITIAN

Pemilihan jenis korelasional dengan pendekatan kuantitatif dipilih pada penelitian ini. Pada jenis korelasional dilakukan untuk melihat keterkaitan antar variabel eksogen, endogen, serta intervening berpengaruh secara 3 dimensi simetri, asimetri, serta resprokal (Solimun, et al., 2017; Sugiyono, 2017). Variabel eksogen terdiri dari *use of sosmed* dan motivasi berwirausaha; variabel endogen ialah minat berwirausaha; serta variabel intervening atau mediasi adalah efikasi diri. Skala pengukuran instrumen ialah skala likert untuk mengukur kenyataan sosial seperti pendapat, sikap, hingga persepsi individu dalam bentuk penskoran 1-5 dengan keterangan sangat tidak setuju hingga sangat setuju (Solimun, et al., 2017; Indrawan & Yaniawati, 2017). Penentuan populasi ialah mahasiswa aktif angkatan 2019 dan 2020, selanjutnya

dari populasi tersebut sampling yang digunakan dengan teknik *nonprobability sampling* yaitu pemilihan sampling berdasarkan evaluasi tertentu purposive sampling (Sugiyono, 2017). Teknik sampel yang digunakan sesuai dengan tolok ukur yang ditentukan peneliti, yaitu: (1) mahasiswa aktif angkatan 2019 sebanyak 56 orang yang terdiri dari kelas a,b,internasional serta mahasiswa aktif angkatan 2020 sebanyak 65 orang yang terdiri dari kelas a,b,internasional; (2) mahasiswa aktif tersebut telah menempuh dan sedang menempuh sks kewirausahaan. Peneliti dalam mengumpulkan data ialah dengan interview dan kuesioner. Teknik interview dilakukan demi menemukan informasi awal dari responden dengan pemberian pertanyaan untuk dijawabnya, supaya peneliti mengetahui permasalahan awal yang terjadi di lapangan dan dapat menyelesaikan pendahuluan sebelum melakukan penelitian. Teknik kuesioner ini dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dan akurat dalam bentuk pertanyaan pilihan skor sesuai dengan skala likert yang digunakan peneliti agar mengetahui variabel yang diukur sesuai dengan harapan dari responden. Sebelum dilakukannya pengambilan data sesuai sampel yang ditentukan, terlebih dahulu dilakukan pengujian atas kuesioner dengan 40 responden awal secara acak. Hasil pengujian telah dinyatakan valid dan reliabel melalui proses software SPSS ver.25. Penelitian ini menganalisis data melalui bantuan software WarpPLS ver. 5 untuk dapat mengetahui hasil dari variabel laten. Analisis data dilakukan untuk menjawab uji hipotesis peneliti dengan dua tahapan, pertama adalah outer model (model pengukuran) yang dimana pada uji outer model dilakukan untuk mengetahui spesifik antara konstruk laten dengan indikatornya; kedua adalah inner model (model struktural) yang dimana pada uji inner model ini dilakukan untuk mengetahui spesifik antara konstruk laten satu dengan lainnya (Solimun, et al., 2017). Outer model terdiri dari beberapa pengujian diantaranya: validity convergent, validity discriminant, serta uji reliabel. Sedangkan inner model terdiri dari pengujian antara lain: goodness fit (model fit), path coefficient (analisis jalur), dan uji koefisien determinan (r^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Profil Responden

Profil responden penelitian ini dikelompokkan atas 2 bagian yaitu jenis kelamin dan jumlah mahasiswa dalam tiap angkatannya. Berdasarkan sampel yang telah ditentukan sebanyak 121 mahasiswa, maka total karakteristik objek penelitian secara demografi sesuai proporsi sebagai berikut pada tabel 1.

Tabel 1. Profil Responden

	Kriteria	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	15	12,3%
	Perempuan	106	87,7%
Tahun Angkatan	2019	56	46,3%
	2020	65	53,7%

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan total responden laki-laki sebanyak 15 responden melalui perolehan persentase sebesar 12,3% jauh berbeda dengan total responden perempuan sebanyak 106 responden dengan perolehan persentase sebesar 87,7%. Terlihat bahwa mayoritas dalam penelitian ini adalah perempuan, yang dimana mereka sudah memiliki usaha ditingkat mikro, kecil, dan menengah. Hal tersebut mereka telah lakukan dengan mengikuti kemajuan teknologi, memenuhi kebutuhan ekonomi, hingga beberapa faktor kemandirian yang dimilikinya. Adapun pengelompokan berdasarkan tahun angkatan dari semua responden didapatkan angkatan 2019 sebanyak 56 mahasiswa perolehan persentase sebesar 46,3% dan angkatan 2020 sebanyak 65 mahasiswa perolehan persentase sebesar 53,7%.

Hasil Pengujian Outer Model

Pengujian outer model (model pengukuran) terbagi berdasarkan uji validity convergent, validity discriminant, dan uji reliabel untuk mengetahui spesifik antara variabel laten dengan variabel manifestnya. Uji validitas dan reliabilitas ini menggunakan bantuan software warpPLS ver.5. Uji validitas konvergen ini dapat dilihat dari nilai factor loading dengan AVE yang memiliki syarat untuk nilai factor loading ≥ 0.30 dan AVE ≥ 0.50 dan uji reliabilitas dapat dikatakan reliabilitas jika nilai reliabel komposit ≥ 0.70 dengan nilai alpha cronbach ≥ 0.60 sebagai berikut pada tabel 2 dan 3. Uji validitas diskriminan menggunakan bantuan software warpPLS ver.5 yang dimana dapat dikatakan lolos uji diskriminan dari akar kuadrat AVE serta korelasi antar konstruk yang diberi tanda dalam kurung lebih besar dari kolom variabel laten lainnya pada tabel 4.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Nilai Factor Loading ≥ 0.30	Nilai AVE ≥ 0.50
Use of Sosmed (X1)	X1.1	0.791	0.586
	X1.2	0.858	
	X1.3	0.629	
Motivasi Berwirausaha (X2)	X2.1	0.662	0.529
	X2.2	0.718	
	X2.3	0.787	

Efikasi Diri (Z)	X2.4	0.736	0.701
	Z.1	0.860	
	Z.2	0.758	
Minat Berwirausaha (Y)	Z.3	0.889	0.730
	Y.1	0.853	
	Y.2	0.874	
	Y.3	0.837	

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Composite Reliability	Cronbacch's Alpha
Use of Sosmed (X1)	X1.1	0.807	0.638
	X1.2		
	X1.3		
Motivasi Berwirausaha (X2)	X2.1	0.817	0.701
	X2.2		
	X2.3		
	X2.4		
Efikasi Diri (Z)	Z.1	0.875	0.785
	Z.2		
	Z.3		
Minat Berwirausaha (Y)	Y.1	0.890	0.815
	Y.2		
	Y.3		

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan kedua tabel tersebut, didapatkan semua item pada tiap indikator dinyatakan valid dengan nilai loading faktor dan nilai AVE lebih besar dari standar yang telah ditetapkan. Sedangkan uji reliabel dinyatakan semua item reliabel pada masing-masing variabel dengan nilai reliabel komposit serta cronbach's alpha \geq standar yang telah ditetapkan.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Diskriminan

	X1	X2	Z	Y
Use of Sosmed (X1)	(0.765)	0.648	0.577	0.517
Motivasi Berwirausaha (X2)	0.648	(0.772)	0.762	0.709
Efikasi Diri (Z)	0.577	0.762	(0.837)	0.815
Minat Berwirausaha (Y)	0.517	0.709	0.815	(0.855)

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Hasil Pengujian Inner Model

Pembahasan terhd Pengujian model struktural (inner model) terdiri dari uji goodness fit (model fit), path analysis (analisis jalur), dan uji koefisien determinan (R^2) untuk melihat hubungan spesifik antara pengaruh variabel laten satu dengan lainnya. Pengujian pada tahap inner model ini menggunakan bantuan software warpPLS ver.5. Uji goodness fit yang telah dilakukan dinyatakan bahwa hasil penelitian telah memenuhi syarat model fit dengan nilai diatas kriteria fit yang telah ditentukan

standarized. Uji selanjutnya adalah path analysis yang dilakukan untuk melihat pengaruh pada semua variabel yang telah diteliti pada tabel 5 dan 6 pengaruh langsung dan tabel 7 dan 8 pengaruh tidak langsung. Tahap pengujian terakhir pada inner model adalah uji koefisien determinan atau nama lainnya R-square dilakukan untuk mengetahui proporsi dari nilai yang tinggi antara variabel dependent dengan independent pada tabel 9.

Tabel 5. Path Coefficients

	X1	X2	Z	Y
Use of Sosmed (X1)				
Motivasi Berwirausaha (X2)				
Efikasi Diri (Z)	0.117	0.685		
Minat Berwirausaha (Y)	0.105	0.211	0.648	

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Tabel 6. P-Value Path Coefficients

	X1	X2	Z	Y
Use of Sosmed (X1)				
Motivasi Berwirausaha (X2)				
Efikasi Diri (Z)	0.094	<0.001		
Minat Berwirausaha (Y)	<0.001	0.008	<0.001	

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel tersebut diketahui: (1) use of sosmed terhadap minat berwirausaha berpengaruh signifikan dan positif pada *p-value* <0.001 dan jalur koefisien 0.105; (2) motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha tidak berpengaruh signifikan dan positif pada *p-value* 0.008 dan jalur koefisien 0.211; (3) efikasi diri terhadap minat berwirausaha berpengaruh signifikan dan positif pada *p-value* <0.001 dan jalur koefisien 0.648; (4) use of sosmed terhadap efikasi diri tidak berpengaruh signifikan dan positif pada *p-value* 0.094 dan jalur koefisien 0.117; (5) motivasi berwirausaha terhadap efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif pada *p-value* <0.001 dan jalur koefisien 0.685.

Tabel 7. Indirect Effect for Path with 2 Segments

	X1	X2	Z	Y
Use of Sosmed (X1)				
Motivasi Berwirausaha (X2)				
Efikasi Diri (Z)				
Minat Berwirausaha (Y)	0.076	0.444		

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Tabel 8. P-Value of Indirect Effect for Path with 2 Segments

	X1	X2	Z	Y
Use of Sosmed (X1)				
Motivasi Berwirausaha (X2)				
Efikasi Diri (Z)				
Minat Berwirausaha (Y)	0.116	<0.001		

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel tersebut didapatkan bahwa: (1) use of sosmed terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri tidak termasuk variabel mediasi pada *p-value* 0.116 dan jalur koefisien 0.076; (2) motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri merupakan variabel mediasi pada *p-value* <0.001 dan jalur koefisien 0.444.

Tabel 9. R-square dan Adj. R-square

R-square Coefficient			
X1	X2	Z	Y
		0.591	0.686
Adjusted R-square Coefficients			
X1	X2	Z	Y
		0.584	0.678

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 9 didapatkan untuk nilai dari r-square variabel dependent Y sejumlah 0.686 yang artinya peran serta variabel independent dan intervening terhadap Y sebanyak 68.6%, sisanya 31.4% pengaruh dari variabel selain penelitian. Ataupun untuk nilai dari adjusted r-square variabel dependent Y sejumlah 0.678 yang artinya peran serta variabel independent dan intervening terhadap Y sebanyak 67.8%, sisanya 32.2% pengaruh dari variabel selain penelitian.

Pembahasan

Hipotesis 1: Use of sosmed terhadap minat berwirausaha berpengaruh secara langsung

Hasil uji hipotesis didapatkan use of sosmed terhadap minat berwirausaha berpengaruh signifikan dan positif pada *p-value* 0.001 dan jalur koefisien 0.105 yang artinya “diterima”. Hipotesis sependapat (Oktaviani & Fatchiya, 2019; Purwidiatoro, et al., 2016; Tangkeallo & Tangdialla, 2021) bahwa use of sosmed berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha, dalam memberikan dampak baik kepada penggunaannya untuk membuka usaha. Salah satunya dapat digunakan sebagai media promosi produk hingga pemberian informasi dan komunikasi yang akurat. Minat berwirausaha dapat dipengaruhi adanya faktor eksternal dan internal, salah satunya faktor eksternal ini tentang kemajuan iptek. Menurut (Suryana, 2012:62) kemajuan iptek mencakup salah satunya adalah use of sosmed yang dimana merupakan pengembangan dari teknologi hingga saat ini. Adanya kelebihan dari use of sosmed yaitu dapat berkomunikasi dengan orang lain tanpa melibatkan tatap muka hingga mudah mengakses informasi yang dijadikan sebagai alternatif dari mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA Surabaya untuk menemukan sumber referensi dalam mengembangkan usaha bisnisnya dengan menggunakan alokasi waktu yang telah ditentukan dan kreativitas yang akan muncul untuk terus dapat menggeluti dunia usahanya.

Hipotesis 2: Motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha berpengaruh secara langsung

Hasil uji hipotesis didapatkan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha tidak berpengaruh signifikan dan positif pada *p-value* 0.008 dan jalur koefisien 0.211 yang artinya “ditolak”. Hipotesis tidak sependapat (Cahya, 2016; Sintya, 2019) yang menyatakan motivasi berwirausaha terdapat pengaruh lebih besar terhadap minat berwirausaha mahasiswa dalam kegiatan berwirausaha, namun penelitian dari (Dewi, 2019; Dzulfikri & Kusworo, 2017; Hendrawan & Sirine, 2017) bahwa tidak ada pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Motivasi dinilai masih tidak mampu menanamkan minat berwirausaha mahasiswa dikarenakan pengetahuan awal mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA Surabaya akan dunia kewirausahaan dan berbagai jenis usaha yang diterimanya belum banyak dan rinci, sehingga dibutuhkan pemahaman yang lebih mengenai seorang wirausaha yang nantinya dapat meningkatkan minat berwirausaha. Menurut (Firdaus, 2012) mengemukakan teori Donal Super Strong dari pendapat ahli yang dimana, usia dari mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA Surabaya sesuai

dengan teori Strong yang berarti usia 20-25 tahun rentang usia tersebut keinginan seseorang untuk menjadi apa yang diinginkan lebih stabil untuk menentukan karirnya meskipun belum tetap. Berbeda dengan teori Super yang berarti usia 15-19 tahun rentang usia yang keinginan seseorang masih dalam tahap mencari kemampuan sesuai kapasitasnya. Disimpulkan bahwa motivasi berwirausaha mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA Surabaya masih perlu ditingkatkan dengan pemberian pemahaman akan dunia wirausaha yang dapat terus dikembangkan usaha bisnisnya sesuai dengan jenis usaha yang telah dijalankan.

Hipotesis 3: Efikasi diri terhadap minat berwirausaha berpengaruh secara langsung

Hasil uji hipotesis didapatkan efikasi diri terhadap minat berwirausaha berpengaruh signifikan dan positif pada *p-value* <0.001 dan jalur koefisien 0.648 yang artinya “diterima”. Hipotesis sependapat (Maftuhah, 2015; Zulianto, et al., 2013; Purwanto, 2016) efikasi diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Diketahui bahwasannya telah memiliki keyakinan dalam diri mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA untuk terus dalam berwirausaha, guna memberikan rasa percaya diri akan kemampuannya dalam menjalankan hingga menghadapi risiko dalam berwirausaha. Efikasi diri akan meningkatkan seiring dengan kemampuan dan keyakinan mahasiswa yang dimiliki untuk mencapai pilihan serta tujuan yang diinginkannya. Menurut (Evalina, 2015) mahasiswa dengan efikasi diri yang cenderung rendah dalam mengambil keputusan untuk memulai usahanya dikarenakan takut kegagalan yang akan diterima, berbeda dengan efikasi diri yang relatif tinggi maka dapat mengambil kesempatan hingga menerima segala tantangan untuk dapat terus meningkatkan kemampuan yang dimiliki. Disimpulkan bahwa mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA Surabaya telah memiliki efikasi diri yang besar, sehingga dikatakan mahasiswa dapat merencanakan bisnisnya melalui rasa percaya diri dalam dirinya untuk mengembangkan usahanya.

Hipotesis 4: Use of sosmed terhadap efikasi diri berpengaruh secara langsung

Hasil uji hipotesis didapatkan use of sosmed terhadap efikasi diri tidak berpengaruh signifikan dan positif pada *p-value* 0.094 dan jalur koefisien 0.117 yang artinya “ditolak”. Hipotesis tidak sependapat (Hafidz, 2016; H. Setiawan & Phillipson, 2020) bahwa use of sosmed terhadap efikasi diri berpengaruh dari frekuensi ketergantungan yang tinggi dengan kemampuannya pada efikasi diri yang tinggi juga. Menurut (Kim & Um, 2016) terdapat dampak hubungan negatif dari sosial media yang dimiliki

individu terhadap efikasi diri semakin rendah, secara tidak langsung dipengaruhi oleh beberapa aspek kognitif dan perilaku individu tersebut. Disimpulkan adanya efikasi diri yang rendah dikarenakan rasa tidak percaya diri dengan kemampuan yang dimiliki setelah individu dalam kesehariannya menggunakan sosial media pribadi melebihi kapasitas penggunaan setiap harinya. Hal ini ditunjukkan juga oleh mahasiswa prodi pendidikan ekonomi yang tidak ada pengaruh yang signifikan dan positif, dikarenakan dalam use of sosmed yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa mereka merasakan bahwa efikasi diri yang dimiliki cenderung tetap bahkan tidak meningkat setelah mereka menggunakan sosial media lebih dari durasi lama penggunaan yang mereka lakukan tiap harinya. Sehingga kegiatan yang dilakukan hanya berulang-ulang dilakukan seperti hanya memposting ataupun membuka pesan masuk orderan hingga mencari inovasi dari akun lain yang dirasakan sangat membosankan dan tidak ada pengaruh sama sekali terhadap efikasi diri untuk menyelesaikan pekerjaannya.

Hipotesis 5: Motivasi berwirausaha terhadap efikasi diri berpengaruh secara langsung

Hasil uji hipotesis didapatkan motivasi berwirausaha terhadap efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif pada p -value <0.001 dan jalur koefisien 0.685 yang artinya “diterima”. Hipotesis sependapat (Aini, et al., 2015; Hariri, 2021; Putry, et al., 2020) motivasi berwirausaha terhadap efikasi diri terdapat pengaruhnya, motivasi berwirausaha sangat penting dalam membentuk minat seseorang untuk memulai usahanya yang dimana harus ada keyakinan didalam diri dan kemampuan yang dimilikinya. Individu untuk dapat terus mengembangkan usahanya tentunya mempunyai rasa tanggung jawab hingga keberanian dalam berinovasi, agar dapat melakukan usahanya. Seseorang wirausaha memiliki kepercayaan diri yang tinggi sehingga mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan tepat, maka rasa kepemimpinan dan tanggung jawab yang dimiliki termasuk tinggi sesuai dengan apa yang diinginkannya. Menurut (Paramitasari, 2016) bahwa seseorang memiliki motivasi yang besar dan semangat yang membara dan dilengkapi dengan keyakinan di dalam dirinya untuk dapat menyelesaikan pekerjaannya maka akan memberikan hasil yang maksimal. Mahasiswa pendidikan ekonomi UNESA Surabaya mempunyai motivasi berwirausaha yang relatif tinggi yang dimana mereka melakukan aktivitas yang sesuai dengan keyakinan dan percaya diri hingga tanggung jawab untuk dapat mencapai suatu tujuan yang diinginkan dalam terus mengembangkan usahanya.

Hipotesis 6: Use of sosmed terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri berpengaruh secara tidak langsung

Hasil uji hipotesis didapatkan use of sosmed terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri tidak berpengaruh signifikan dan positif pada p -value 0.116 dan jalur koefisien 0.076 yang artinya “ditolak dan tidak termasuk variabel mediasi”. Hipotesis tidak sependapat (Boahene, et al., 2019; Hu, et al., 2017) bahwa dengan use of sosmed dapat meningkatkan efikasi diri yang nantinya dapat menumbuhkan minat sesuai dengan teori kognitif sosial. Adanya kemampuan dari individu dalam mengatur use of sosmed yang baik, maka secara langsung akan memberikan hubungan interaksi dalam meningkatkan kinerjanya saat kegiatan berwirausaha dilakukannya dengan rasa keyakinan dan percaya yang tinggi. Berbeda dengan penelitian (Anksorus & Bradley, 2020) use of sosmed digunakan hanya untuk mencari informasi yang dibutuhkan saja ataupun hanya sekedar melihat timeline postingan hingga pesan masuk untuk menunjang kegiatan berwirausaha. Mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA Surabaya menggunakan sosial medianya diwaktu dan kegiatan tertentu dan tidak membutuhkan waktu lama dalam kegiatan berwirausaha, sehingga secara tidak langsung efikasi diri cenderung rendah dan percaya diri yang dimiliki untuk menghabiskan waktu saat aktivitas sebagai pengalihan kemampuan lainnya seperti kreativitas hingga inovasi terbaru untuk meningkatkan produk, mahasiswa akan menumbuhkan minat berwirausaha dengan menyakinkan terlebih dahulu kemampuannya yang dimilikinya. Berbeda saat efikasi diri yang dimiliki relatif tinggi maka use of sosmed pada mahasiswa sendirinya akan mempengaruhi secara bagus untuk minat berwirausaha yang lebih baik.

Hipotesis 7: Motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri berpengaruh secara tidak langsung

Hasil uji hipotesis didapatkan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif pada p -value <0.001 dan jalur koefisien 0.444 yang artinya “diterima dan merupakan variabel mediasi”. Hipotesis sependapat (Jailani, et al., 2017; T Guaita et al., 2020) motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri terdapat pengaruhnya. Dilihat pengaruhnya motivasi berwirausaha dari selera yang dimiliki untuk menciptakan target yang baik dalam memenuhi kebutuhan pribadi hingga memperoleh penghasilan dan kebebasan dalam berwirausaha. Mencapai target tujuan di dunia usaha tidak menutup kemungkinan mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA Surabaya membutuhkan keyakinan dari kemampuan di dalam dirinya untuk dapat mencapai

yang telah dipilihnya. Mahasiswa akan termotivasi berwirausaha dengan dukungan secara besar melalui efikasi diri yang dimiliki, sehingga akan melaksanakan tugasnya dengan mudah dalam berwirausaha untuk mencapai tujuan yang baik.

KESIMPULAN

Berlandaskan hasil penelitian, didapatkan sebagai berikut: *use of sosmed* serta efikasi diri terhadap minat berwirausaha; serta motivasi berwirausaha terhadap efikasi diri secara terpisah berpengaruh signifikan dan positif. Hal tersebut bahwa pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA *use of sosmed* dan efikasi diri yang dimiliki semakin baik akan memberikan minat berwirausaha yang tinggi untuk dilakukannya hingga tercapainya tujuan dalam dunia bisnis, ataupun dengan adanya motivasi berwirausaha yang dimiliki di dalam diri mahasiswa akan dunia bisnis akan meningkatkan rasa kepercayaan diri dalam mengelolanya.

Berbeda dengan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha; dan *use of sosmed* terhadap efikasi diri secara terpisah tidak berpengaruh signifikan dan positif. Hal tersebut didapatkan bahwa *use of sosmed* pada keseharian mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA tidak menumbuhkan rasa percaya diri yang meningkat dalam mengatur hingga menjalankan usaha bisnisnya, adapun hal ini juga terjadi saat motivasi berwirausaha mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA tidak di dukung dengan lingkungan sekitarnya dan keuntungan yang didapatkan saat menjalankan bisnisnya *stagnant* maka minat berwirausaha tidak meningkat untuk kemajuan usahanya dalam berkembang yang lebih baik lagi.

Secara bersamaan *use of sosmed* terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri tidak berpengaruh signifikan dan positif; namun secara bersamaan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif. Dengan begitu didapatkan variabel intervening efikasi diri tidak memediasi antara variabel *use of sosmed* terhadap minat berwirausaha, tetapi memediasi variabel motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha. Diharapkan untuk kedepannya terdapat kesadaran akan *use of sosmed* yang lebih baik lagi dalam menggunakannya supaya dapat mengembangkan usaha bisnisnya di era digital saat ini, yang memiliki rasa percaya diri dan keyakinan hingga motivasi berwirausaha dalam diri mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA untuk meningkatkan minat berwirausaha.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih banyak yang pertama kepada Tuhan Yang Maha Esa, kedua orang tua, saudara, sahabat, hingga teman-teman yang tak dapat disebutkan penulis satu persatu. Penulis tak lupa juga berterimakasih pada diri sendiri karena telah mampu mencapai pada titik ini dalam pembuatan penulisan artikel ilmiah yang nantinya penulis berharap saran kritik hingga masukan yang dapat dikembangkan lagi dalam penelitian selanjutnya yang mencakup *use of sosmed*, motivasi berwirausaha, minat berwirausaha, hingga efikasi diri pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi UNESA ataupun mahasiswa universitas diluar UNESA.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Purnomo, D. (2020). *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis* (Cetakan 1.; A. Rizki, Ed.). Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Aini, S. N., Purwana ES., D., & Saptono, A. (2015). Pengaruh Lingkungan Keluarga Dan Efikasi Diri Terhadap Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPBE)*, 3(1).
<https://doi.org/10.21009/jpeb.003.1.2>
- Anggraeni, K. S. & E. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1).
- Ankorus, H., & Bradley, C. L. (2020). Using social media and focused learning activities to impact self-efficacy of empathy. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 12(6).
<https://doi.org/10.1016/j.cptl.2020.01.019>
- Arshad, M., Farooq, O., & Farooq, M. (2019). The effect of intrinsic and extrinsic factors on entrepreneurial intentions: The moderating role of collectivist orientation. *Management Decision*, 57(3). <https://doi.org/10.1108/MD-04-2016-0248>
- Bandura, A. (2012). *Self Efficacy The Exercise Of Control* (First Edit). New York: Freeman.
- Blesia, J. U., Iek, M., Ratang, W., & Hutajulu, H. (2021). Developing an Entrepreneurship Model to Increase Students' Entrepreneurial Skills: an Action Research Project in a Higher Education Institution in Indonesia. *Systemic Practice and Action Research*, 34(1).
<https://doi.org/10.1007/s11213-019-09506-8>
- Boahene, K. O., Fang, J., & Sampong, F. (2019). Social media usage and tertiary students' academic performance: Examining the influences of academic self-efficacy and innovation

- characteristics. *Sustainability (Switzerland)*, 11(8). <https://doi.org/10.3390/su11082431>
- BPS. (2021). Februari 2021: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 6,26 persen.
- Buchari, A. (2013). *Kewirausahaan* (Cetakan De). Bandung: Alfabeta.
- Cahya, B. T. (2016). *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. 05(02).
- Care, R. P. (2021). *Clinical Report — The Impact of Social Media on Children , Adolescents , and Families abstract*. <https://doi.org/10.1542/peds.2011-0054>
- Dewi, K. (2019). Peran Mediasi Self Efficacy Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(1). <https://doi.org/10.34006/jmbi.v8i1.60>
- Dr. Ir. Solimun, Dr. Adji Achmad Rinaldo Fernandes, N. (2017). *Metode Statistika Multivariat Permodelan SEM Pendekatan WarpPLS* (UB Press, Ed.). Indonesia: UB Press.
- Dzulfikri, A., & Kusworo, B. (2017). Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa di Surabaya. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik)*, 5(2). <https://doi.org/10.21070/jkmp.v5i2.1310>
- Evalina, Y. (2015). *Pengaruh Efikasi Diri dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa*.
- Faghieh, N., Bonyadi, E., & Sarreshtehdari, L. (2020). Entrepreneurial motivation. *Contributions to Management Science*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-54644-1_2
- Firdaus Daud. (2012). Pengaruh Kecerdasan Emosional (EQ) Dan Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Biologi Siswa SMA 3 Negeri Kota Palopo. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Universitas Negeri Malang*, 19(2). Retrieved from <http://journal.um.ac.id/index.php/pendidikan-dan-pembelajaran/article/view/3475/626>
- Gray, L. (2016). *Exploring How and Why Young People use Social Networking Sites*. (August).
- Hafidz, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Ketergantungan Media Sosial Pada Siswa di SMK Negeri 1 Bantul. *Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 5.
- Hariiri, H. (2021). Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik Terhadap Efikasi Diri: Studi Pada Universitas Negeri di Provinsi Lampung. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Hariyani, R., & Wibowo, A. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha. *Seminar Nasional Dinamika Informatik*, 4.
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 02(03).
- Herdjiono, I., Puspa, Y. H., Maulany, G., & Aldy, B. E. (2018). The Factors Affecting Entrepreneurship Intention. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 5(2). <https://doi.org/10.1515/ijek-2017-0007>
- Hermanto, B., & Suryanto, S. E. (2017). Entrepreneurship Ecosystem Policy in Indonesia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(1). <https://doi.org/10.5901/mjss.2017.v8n1p110>
- Hidayatullah, N. L. (2012). Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Teknik Elektro Jurusan Tekni Elektro Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang. In *Экономика Региона* (Vol. 10).
- Hu, S., Gu, J., & Zhang, S. (2017). Social Media Usage, Self-efficacy and Cultural Intelligence: A Longitudinal Empirical Research in China. *Sixteenth Wuhan International Conference on E-Business —Social Media in the Workplace*. Retrieved from <http://aisel.aisnet.org/whiceb2017/40>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01). <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Indonesia, C. (2017). *Media Sosial Dari Masa ke Masa*.
- Indriyani, I., & Subowo. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2). <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31493>
- Irfan, M., Nursiah, S., & Rahayu, A. N. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial (Medsos) Secara Positif Terhadap Motivasi Belajar Siswa SD Negeri Perumnas Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *Publikasi Pendidikan*, 9(3). <https://doi.org/10.26858/publikan.v9i3.10851>
- Jailani, M., Rusdarti, & Sudarma, K. (2017). Pengaruh Kewirausahaan, Motivasi Belajar, Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Journal of Economic Education*, 6(1). Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Karen Hapuk, M. S., Suwatno, S., & Machmud, A. (2020). Efikasi diri dan motivasi: sebagai mediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap

- minat berwirausaha. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 5(2).
<https://doi.org/10.21067/jrpe.v5i2.4577>
- Kim, S., & Um, N. H. (2016). Recognition in social media for supporting a cause: Involvement and self-efficacy as moderators. *Social Behavior and Personality*, 44(11).
<https://doi.org/10.2224/sbp.2016.44.11.1863>
- Kurniati, E. D. (2018). Kewirausahaan Industri. In *Books.Google.Com*.
- Legault, L. (2020). Encyclopedia of Personality and Individual Differences. *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, (October). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8>
- Lies, U., Khadijah, S., Rejeki, D. S., & Anwar, R. K. (2016). Literasi Informasi Motivasi Berwirausaha Ibu Rumah. *Literasi Informasi Motivasi Berwirausaha Ibu Rumah Tangga Kelurahan Nagasari Kabupaten Karawang Barat*, 4(2).
- Maftuhah, R. (2015). Pengaruh Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(1).
- Metro News, I. (2021). *Kemendikbudristek Sebut Minat Wirausaha Mahasiswa Meningkatkan*. Retrieved from <https://www.antaraneews.com/berita/2347062/kemendikbudristek-sebut-minat-wirausaha-mahasiswa-meningkat>
- Mobaraki, M. H. (2012). Designing Pattern of Entrepreneurial Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention. *Information Management and Business Review*, 4(8).
<https://doi.org/10.22610/imbr.v4i8.997>
- Mukhamad Zulianto, Sigit Santoso, H. S. (2013). Pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Tahun 2013. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 85(1).
- Mundiah, L. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(2).
- Nugroho, I. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Akuntansi SMK Negeri 4 Klaten. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 4(April).
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1).
<https://doi.org/10.46937/17201926586>
- Paramitasari, F. (2016). *Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Kompetensi Keahlian Administrasi Perkantoran SMK N 1 Bantul*.
- Parise, C. K., Pinto, F., Aravéquia, J. A., Ribeiro, B. Z., Dutra, L. M. M., Loureiro, R. N. A., ... Cruz, A. P. S. (2016). Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada Remaja Awal. *Revista Brasileira de Geografia Física*, 11(9). Retrieved from http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/monografias/GEBIS - RJ/RBG/RBG 1995 v57_n1.pdf%0Ahttps://periodicos.ufpe.br/revistas/rbge/article/view/234295
- Piperopoulos, P., & Dimov, D. (2015). Burst Bubbles or Build Steam? Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 53(4).
<https://doi.org/10.1111/jsbm.12116>
- Prasetio, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, Dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal (Serasi) Sekretari & Administrasi*, 18(1).
- Purwanto, F. X. A. (2016a). Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha. *Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhan*, 6(2).
- Purwanto, F. X. A. (2016b). Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Diploma Pelayaran Universitas Hang Tuah Surabaya). *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan*, 6(2).
- Purwiantoro, M. H., Kristanto, D. F., & Hadi, W. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM). *AMIK Cipta Darma Surakarta*, 1(1). Retrieved from <http://journal.amikomsolo.ac.id/index.php/ekacida/article/view/19/11>
- Putry, N. A. C., Wardani, D. K., & Jati, D. P. (2020). Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1).
<https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.71>
- Rasyidah. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Jenis-jenis Media Sosial Terhadap Intensitas Belajar PAI Siswa Kelas VIII di SMPN 3

- Karangdowo Klaten Tahun Pelajaran 2016/2017. *Public Policy and Management Review*, 63. Retrieved from http://opac.iain-surakarta.ac.id/libsys_iain_surakarta/opac/index.php/home/detail_koleksi?kd_buku=029456
- Rully Indrawan, R. P. Y. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen Pembangunan dan Pendidikan* (Cetakan Ke). Bandung: Refika Aditama.
- Sahroh, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3). <https://doi.org/10.26740/jupe.v6n3.p>
- Santy, N., Rahmawati, T., & Hamzah, A. (2017). Pengaruh Efikasi Diri, Norma Subjektif, Sikap Berperilaku Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(1). <https://doi.org/10.33603/jibm.v1i1.481>
- Sari, I. P. (2017). Pengaruh Keberhasilan Diri, Toleransi Akan Risiko, Dan Kebebasan Dalam Bekerja Terhadap Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stkip Pgri Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 1(1). <https://doi.org/10.26740/jepk.v1n1.p5-13>
- Setiawan, D. (2016). *Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha*. 10.
- Setiawan, H., & Phillipson, S. (2020). The Correlation Between Social Media Usage in Academic Context and Self-Efficacy Towards TPACK of Prospective Science Teachers in Indonesia. *Journal of Science Learning*, 3(2). <https://doi.org/10.17509/jsl.v3i2.22242>
- Siddiqui, S. (2016). Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5(2).
- Sintya, N. M. (2019). Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Mahasaraswati Denpasar. *Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1).
- Sugianto, I. C. (2017). Analisis Faktor Yang Berhubungan Dengan Dampak Penggunaan Media Sosial Oleh Remaja Di SMAN Kota Pasuruan. *Potret Media Informasi Kesehatan Bagi Masyarakat Urban Di Era Digital*, 3.
- Sugiyono 2017. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Supeni, R. E., & Efendi, M. (2017). Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Kabupaten Jember. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Ekonomi Dan Bisnis(NSAPER-EBIS 2017)*, 1(8).
- Suryana. (2012). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Tiga). Jakarta: Salemba Empat.
- Syamsoedin, W., Bidjuni, H., & Wowiling, F. (2015). Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial Dengan Kejadian Insomnia Pada Remaja Di Sma Negeri 9 Manado. *Jurnal Keperawatan UNSRAT*, 3(1), 113617.
- Tangkeallo, D. I., & Tangdialla, R. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1). <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i1.15964>
- To, C. K. M., Guaita Martínez, J. M., Orero-Blat, M., & Chau, K. P. (2020). Predicting motivational outcomes in social entrepreneurship: Roles of entrepreneurial self-efficacy and situational fit. *Journal of Business Research*, 121(September). <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.022>
- Ursula Oberst, Elisa Wegmann, Benjamin Stodt, Matthias Brand, A. C. (2016). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 12(8). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Wulandari, S. (2013). *Pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa Kelas XII di SMK Negeri 1 Surabaya*.