

Pengaruh Media Sosial dan Literasi Ekonomi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Aldia Kapriani¹, Sumarno², Hardisem Saybrus³, Mualif Hari Wahyudi⁴

^{1,2,3} Universitas Riau, Indonesia

E-mail : aldia.kapriani4898@student.unri.ac.id¹,
sumarno.s@lecturer.ac.id², hardisem.syabrus@gmail.com³

Abstract

This study aims to determine how much influence social media and economic literacy have on the entrepreneurial interest of students of the Faculty of Teacher Training and Education, Riau University. This research is included in quantitative research. The population in this study was 1351 with a research sample of 93 students. Sampling technique using random sampling. Data collection techniques used are questionnaires and tests through google form. This study uses descriptive analysis, multiple linear analysis, normality test, linearity test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, T test, F test and coefficient of determination test. The results of this research show social media and economic literacy together (simultaneously) have a positive and significant effect on the entrepreneurial interest of students of the faculty of teacher training and education, University of Riau. The results of the analysis of independent variables namely social media and economic literacy have a joint contribution of 0,494. This means that all independent variables namely social media and economic literacy have a joint contribution of 49,4% to the interest in entrepreneurship while the remaining 50,6% is influenced by other variables not discussed in this study.

Keywords : *Social media, economic literacy, entrepreneurial interest*

1. PENDAHULUAN

Salah satu tantangan yang dihadapi negara berkembang seperti indonesia adalah masalah ketenagaan kerjaan. Jumlah penduduk terus meningkat setiap tahun namun peningkatan jumlah lapangan kerja tidak sebanding, sehingga menyebabkan meningkatnya angka pengangguran yang merata. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah pengangguran terbuka (TPT) di propinsi riau mencapai 4,23% pada bulan february tahun 2023, jika dilihat pengangguran terbuka tingkat pendidikan pada perguruan tinggi diploma maupun sarjana masih tergolong cukup tinggi yaitu sebesar 6,48% untuk diploma dan 6,34% untuk S1.

Menurut Sari, Dkk (2021) permasalahan pengangguran yang masih menjadi permasalahan di Indonesia. Permasalahan ini dapat diperkecil dengan cara meminimalisir tingkat pengangguran di Indonesia, upaya yang dapat dilakukan adalah menciptakan lapangan pekerja. Dalam menciptakan lapangan kerja harus diringi dengan semangat kewirausahaan dan juga minat berwirausaha. Menurut Mardiah (2021) salah satu pendidikan yang dapat merealisasikan adalah pendidikan perguruan tinggi. Kementerian pendidikan, kebudayaan riset dan teknologi juga melakukan peningkatan jumlah wirausaha melalui program minat wirausaha merdeka (WMK) dengan tujuan memberikan peluang kepada mahasiswa yang memiliki ide kreatif dan prospek yang baik terkait usaha yang dapat meningkatkan jumlah wirausaha yang ada di Indonesia. Hal ini sejalan yang dilakukan oleh Universitas Riau pada akhir tahun 2021 program wirausaha merdeka dengan tujuan menanamkan jiwa wirausaha sejak dini. Namun berdasarkan data pengembangan karir dan kewirausahaan (P2K2) mahasiswa fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas Riau hanya sebanyak 28 orang saja. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa yang mengikuti program wirausaha merdeka perlu di tingkatkan lagi.

Penelitian-penelitian terdahulu mengemukakan ada beberapa faktor yang dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam wirausaha diantaranya adalah media sosial dan literasi ekonomi. Menurut (Sumarno et al., 2023) menggunakan platform media sosial untuk berbagi informasi, pengalaman, dan inspirasi terkait kewirausahaan, sehingga individu dapat melihat peluang dan dapat menumbuhkan minat berwirausaha dan keterampilan berpikir wirausaha dikalangan generasi muda dengan cepat. Menurut Sari (2021) media sosial adalah media online yang dapat membantu individu untuk memperoleh dan mengkomunikasikan sesuatu. Menurut Herianto (2020) ketika seseorang mampu menggunakan media sosial untuk tujuan wirausaha maka seseorang tersebut dapat melihat peluang bisnis dan akan memiliki minat berwirausaha. Sumarno dan Suarman (2017) media sosial juga dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan produk atau layanan yang dihasilkan oleh mahasiswa. Hal ini sejalan dengan pendidikan kewirausahaan berbasis technopreneurship, dimana mahasiswa diajarkan untuk memanfaatkan teknologi, termasuk media sosial, untuk menciptakan nilai tambah dan inovasi dalam bisnis mereka. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai alat yang efektif dalam meningkatkan minat dan kemampuan berwirausaha mahasiswa. Menurut Tahir (2021) faktor lain yang mempengaruhi minat

berwirausaha mahasiswa adalah literasi ekonomi. literasi ekonomi memiliki peranan penting dalam menarik minat berwirausaha, dikarenakan mahasiswa yang mempunyai literasi ekonomi dengan berpikir secara rasional untuk menciptakan pekerjaan sendiri dan membuka lapangan pekerjaan yang baru dengan memulai membuka usaha menggunakan bekal pengetahuan ekonomi sehingga dalam proses penerapannya mampu meningkatkan peluang keberhasilan dan meminimalisir peluang gagal dalam berwirausaha.

Hal ini didukung oleh penelitian Khayangan, dkk (2021) literasi ekonomi dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan. Pemberian literasi ekonomi melalui matakuliah kewirausahaan telah memberikan hasil positif untuk memberikan dorongan kepada mahasiswa menjadi wirausaha, selain itu pendidikan formal terkait wirausaha dapat diperoleh melalui media sosial. Sejalan dengan penelitian Sahroh (2018) dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil yang signifikan terkait media sosial dan literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha. Menurut Selviani et al., (2022) literasi ekonomi adalah alat yang berguna untuk mengubah perilaku yang tidak cerdas menjadi perilaku yang cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan bisnis untuk menyimpan, menggunakan, melindungi, dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Mahasiswa harus memahami ilmu ekonomi agar memiliki literasi ekonomi yang memadai. Mahasiswa dapat menggunakan ilmu ekonomi sebagai panduan untuk mengetahui pasar, harga, dan jenis usaha yang dibutuhkan untuk berwirausaha. Kemampuan untuk berpikir logis dan terkendali saat mengambil keputusan secara rasional dan reflektif.

Berdasarkan dari permasalahan yang dikemukakan maka penelitian ini, maka dapat ditarik rumusan masalah seberapa besar pengaruh media sosial dan literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas riau ?

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian ini bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya. Penelitian

ini bertempat di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau pada bulan april 2024 sampai selesai. Populasi yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau angkatan 2020. Berdasarkan hal tersebut, maka populasi ini berjumlah 1351.

Penetapan sampel menggunakan teknik acak random sederhana atau secara acak tanpa memperhatikan strata (*sample random sampling*) yaitu sejumlah 93 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan tes yang dibagikan melalui *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda yang sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji heterokedastisitas dan multikolineritas. Selanjutnya digunakan uji hipotesis yang terdiri dari uji T, Koefisien determinasi dan uji F. Hasil analisis digunakan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Deskriptif

3.1.1 Media Sosial

Data mengenai media sosial diperoleh melalui kuisisioner penelitian dengan jumlah item 14 butir pernyataan yang terdiri dari 3 indikator. Skor yang digunakan adalah 1,2,3 dan 4 dengan kategori sangat sering, sering, jarang dan sangat jarang. Hasil analisis deskriptif variabel media sosial dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1. Distribusi frekuensi media sosial

Interval	kategori	frekuensi	%
45,6 - 56	Sangat Sering	22	24%
36 - 45,5	Sering	49	53%
24,6 - 35	Jarang	21	23%
14 - 24,5	Sangat Jarang	1	1%
	Total	93	100%

Sumber : Hasil Olahan Data, 2024

Berdasarkan Tabel 1 disimpulkan media sosial pada kategori sering. hal tersebut dapat dilihat dari jawaban responden sebanyak 49 mahasiswa dengan persentase yaitu 53%. Artinya sebagian besar memiliki penggunaan media sosial berada dikategori sering.

3.1.2 Literasi Ekonomi

Data mengenai literasi ekonomi diperoleh melalui tes dengan jumlah item 12 butir pertanyaan yang terdiri dari 4 indikator. Skor yang digunakan jika benar diberi nilai 1 dan jika salah diberi nilai 0. Hasil analisis deskriptif literasi ekonomi dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Distribusi frekuensi literasi ekonomi

Interval	kategori	frekuensi	%
10-12	Sangat Tinggi	41	44%
7-9	Tinggi	29	31%
4-6	Rendah	12	13%
0 - 3	Sangat Rendah	11	12%
Total		93	100%

Sumber : Hasil Olahan Data, 2024

Berdasarkan Tabel 2 disimpulkan media sosial pada kategori sangat tinggi. hal tersebut dapat dilihat dari jawaban responden 41 sebanyak mahasiswa dengan persentase yaitu 44%. Artinya sebagian besar memiliki penggunaan media sosial berada dikategori tinggi.

3.1.3 Minat Berwirausaha

Data mengenai minat berwirausaha diperoleh melalui kuisisioner dengan jumlah item 1 butir pertanyaan yang terdiri dari 3 indikator. Skor yang digunakan jika benar diberi nilai 1,2,3 dan 4 dengan dengan kategori sangat sering, sering, jarang dan sangat jarang. Hasil analisis deskriptif minat berwirausaha dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Distribusi frekuensi minat berwirausaha

Interval	kategori	frekuensi	%
41-48,2	Sangat Sering	18	19%
26-33,4	Sering	50	54%
17,5 -25	Jarang	22	24%
10-17,5	Sangat Jarang	3	3%
Total		93	100%

Sumber : Hasil Olahan Data, 2024

Berdasarkan Tabel 3 disimpulkan media sosial pada kategori sering. hal tersebut dapat dilihat dari jawaban responden sebanyak 50 mahasiswa dengan persentase yaitu 54%. Artinya sebagian besar memiliki minat berwirausaha berada dikategori sering.

3.2 Uji Asumsi Klasik

3.2.1 Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat dari tabel uji asumsi klasik, Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai Asymp. Sig pada hasil uji normalitas dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Ketentuan suatu model regresi berdistribusi secara normal, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal. Hasil uji normalitas media sosial, literasi ekonomi dan minat berwirausaha dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	5,48232514
Most Extreme Differences	Absolute	0,065
	Positive	0,051
	Negative	0,065
Test Statistic		0,065
Asym Sig. (2-tailed) ^c		0,200

Sumber : Data Olahan SPSS 26, 2024

Hasil uji normalitas dengan uji statistik *one sample kolmogorov smirnov* dapat dilihat pada Tabel 4 besarnya nilai *kolmogorov smirnov* adalah sebesar 0,065 dengan nilai signifikansi sebesar 0,200. Residual data berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05, dari pengujian tabel 4 dapat dilihat bahwa untuk signifikansi adalah 0,200 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan residual data penelitian ini berdistribusi normal

3.2.2 Uji Linearitas

Uji linearitas menggunakan *SPSS 26* dapat dilakukan dengan deviation from linearity. Apabila tingkat signifikan diatas 5% maka suatu variabel memiliki hubungan linear dengan variabel

lainnya, namun jika nilai signifikansi pada deviation from linearity $< 0,05$ maka hubungan antara variabel tidak linear. Hasil uji lineritas dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Uji linearitas

Uji Linearitas	Nilai Sig. <i>Deviation from Linearity</i>
Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha	0,340
Literasi Ekonomi terhadap Minat Berwirausaha	0,621

Sumber : Data Olahan SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui pada Tabel anova bahwa sig. dari *Deviation from Linearity* media sosial terhadap minat berwirausaha adalah $0,340 > 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel media sosial terhadap variabel minat berwirausaha adalah signifikan linier. Kemudian nilai sig. dari *Deviation from Linearity* literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha adalah $0,621 > 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel minat berwirausaha terhadap variabel minat beli ulang adalah signifikan linier.

3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan metode glejser, yang membandingkan hasil sig dari regresi variabel bebas terhadap ABS (Absolute Value). ABS (Absolute Value) didapat dari hasil unstandardized regresi variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas sebaliknya apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil pengujian uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	4,017	2,524		1,591	0,115
Media Sosial	0,010	0,058	0,018	0,166	0,869
Literasi Ekonomi	0,049	0,309	0,017	0,159	0,874

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data Olahan SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai sig. dari variabel media sosial lebih besar dari 0,05 yaitu 0,869 dan literasi ekonomi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,874. dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas..

3.2.4 Uji Multikolinearitas

Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas pada suatu model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.

Tabel 7. Uji multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	13,021	3,979		3,273	,002		
Media Sosial	0,377	0,092	0,399	4,092	0,000	0,979	1,021
Literasi Ekonomi	0,172	0,487	0,034	0,353	0,725	0,979	1,021

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : Data Olahan SPSS 26, 2024

Berdasarkan pada Tabel 4.7 dapat dilihat *Variance Inflation factor* (VIF) dari model analisis pada penelitian ini berada kurang dari angka 10, yaitu media sosial memiliki VIF sebesar 1,021 dan literasi ekonomi memiliki VIF sebesar 1,021. Sedangkan pada nilai tolerance semua variabel lebih besar dari 0,1, yaitu media sosial memiliki tolerance sebesar 0,979 dan literasi ekonomi memiliki tolerance sebesar 0,979. Berdasarkan ketentuan yang telah dijabarkan, telah diketahui nilai VIF dan tolerance masing-masing variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah uji asumsi klasik dilakukan data penelitian ini memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi linear berganda. Untuk melihat besarnya pengaruh manfaat dan keamanan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan e-wallet dapat dilihat dari ringkasan hasil analisis regresi linear berganda yang disajikan pada Tabel 8.

Tabel 7. Ringkasan Hasil Analisis Linier Berganda

Variabel	Koefisien (B)	T	F	Sig.
(Constant)	11.144	3.929		0.115
Media Sosial (X1)	0.365	4,783		0.869
Literasi Ekonomi (X2)	0.815	7.511		0.874
F			0.001	
R Square	0,494			

Sumber : Data Olahan SPSS 26, 2024

Adapun persamaan regresi linear berganda yang diperoleh dari data pada Tabel 7 sebagai berikut:

$$Y = 11,144 + 0,365 \text{ Media Sosial} + 0,815 \text{ Literasi Ekonomi} + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut diperoleh informasi bahwa nilai konstanta sebesar 11.144 artinya jika variabel media dan literasi ekonomi bernilai nol, maka minat berwirausaha adalah 11.144. Selanjutnya variabel media sosial memiliki koefisien sebesar 0.365 artinya jika terjadi peningkatan pada variabel media sosial senilai satuan maka akan meningkatkan media sosial sebesar 0,365. Lalu koefisien yang dimiliki oleh variabel literasi ekonomi sebesar 0,469 artinya jika terjadi peningkatan pada variabel literasi ekonomi senilai satuan maka akan meningkatkan minat berwirausaha 0.469

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diketahui R Square sebesar 0,494 atau 49,4%. Artinya besarnya kontribusi atau sumbangan media sosial (X_1) dan literasi ekonomi (X_2) terhadap minat berwirausaha (Y) sebesar 49,4%. Sedangkan sisanya 50,6 % berasal dari variabel lain selain variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti oleh peneliti. yaitu kurniawan dkk (2016) adalah kepribadian, motivasi, kemauan dan kemampuan individu, lisdayanti, dkk (2021) adalah prestasi, efikasi.

Selanjutnya untuk menjawab hipotesis (dugaan sementara) dalam penelitian ini yaitu media sosial dan literasi ekonomi berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha diperlukan uji F. hasil probabilitas F-statistik adalah sebesar 0,001 lebih rendah dari 0,05 artinya dapat disimpulkan variabel media sosial dan literasi berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel minat berwirausaha.

Kemudian untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial diperlukan uji T. media sosial menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,001 yang lebih rendah dari α 0,05. Hasil tersebut menjelaskan bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil ini menerima dari hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas Riau. Dan literasi ekonomi menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,001 yang lebih rendah dari α 0,05. Hasil tersebut menjelaskan bahwa literasi ekonomi berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil ini menerima dari hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas Riau.

Berdasarkan hasil analisis tersebut variabel media sosial memiliki pengaruh yang lebih kecil yaitu sebesar 0,869 dibanding dengan variabel literasi ekonomi sebesar 0,874. Hal utama yang menjadi mempengaruhi minat berwirausaha adalah literasi ekonomi.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah media sosial dan literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas Riau. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian F yang diperoleh nilai sig F $0,001 < 0,05$ maka hal ini berarti media sosial dan literasi ekonomi secara bersama- sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dan literasi ekonomi berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas Riau sebesar 49.4 %.

Hasil penelitian selaras dengan penelitian Sahroh (2018) dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil yang signifikan terkait pengaruh literasi ekonomi dan penggunaan media sosial secara simultan terhadap minat berwirausaha. dapat ditarik suatu kesimpulan yang menyatakan bahwa hipotesis yang diajukan peneliti diterima. hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh

yang signifikan antara literasi ekonomi dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan di Universitas Riau. Hasil signifikan 0,000 menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan dari literasi ekonomi dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Diperkuat oleh penelitian Khayangan, dkk (2021) literasi ekonomi dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan. Pemberian literasi ekonomi melalui matakuliah kewirausahaan telah memberikan hasil positif untuk memberikan dorongan kepada mahasiswa menjadi wirausaha, selain itu pendidikan formal terkait wirausaha dapat diperoleh melalui media sosial.

4. KESIMPULAN

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

1. Media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan sebesar 0,869 terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas Riau. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial maka akan semakin meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.
2. Literasi Ekonomi berpengaruh positif dan signifikan 0,874 terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi ekonomi yang didapatkan maka akan semakin meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.
3. Hasil analisis variabel bebas yakni media sosial dan literasi ekonomi mempunyai kontribusi bersama-sama sebesar 0,494 . hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni media sosial dan literasi ekonomi mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 49,4% terhadap minat berwirausaha sedangkan sisanya 50,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. 2023. Diakses pada <https://bps.go.id>.
- Heriyanto, Y. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, *Self Efficacy* dan Penggunaan Media Sosial Melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Unnes Angkatan 2017. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 2–19.
- Kahyangan, A. R., Utomo, S. W., & Wihartanti, L. V. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi, Sosial Ekonomi dan Penggunaan Media Sosial terhadap Kecenderungan Berwirausaha Mahasiswa. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 10(1), 33.
- Kurniawan, A., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). Pengaruh lingkungan Keluarga, Motivasi, dan Kepribadian terhadap Minat Wirausaha Melalui *Self Efficacy*. *Journal of Economic Education*, 5(1), 100–109.
- Lisdayanti, L., Sumarno, S., & Syabrus, H. (2021). Pengaruh Prestasi Belajar Mata Pelajaran Produk Kreatif Dan Kewirausahaan (Pkk) Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Negeri 2 Pekanbaru. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 9(1), 44–54.
- Mardiah. (2021). Kewirausahaan. Yayasan Kita Menulis.
- 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), 208–215.
- Selviani, Firdaus, L., & Zumarno. (2022). The role of economic literacy in improving student's critical thinking ability in the 21st century. *International Journal of Education and Literature (IJE, 1 No. 03(Desember 2022))*, 2832.
- Sari, G. S., Sumarno, & Syahza, A. (2021). Analisis Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Randai*, 2(1), 48–57.
- Sari, N., Basalamah, R., & Millanintyas, R. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. *Jurnal Riset Manajemen*, 10(9), 105–116.
- Sumarno, & Suarman. (2017). Development of technopreneurship-based entrepreneurship education for students at Universitas Riau, Indonesia. *International Journal of Economic Research*, 14(12), 65–74.
- Sumarno, Gimin, & Noviana, E. (2023). The Comparison Analysis of Teacher's Learning Effectiveness in Realizing Entrepreneurship Skills of Students. *International Journal of Instruction*, 16(2), 679–702.
- Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran, 7(4), 956-967.
- Sumerta, K., Ni, K. R., I, M. B. P., & Desak, N. T. I. (2020). Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Di Kota Denpasar . *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 627–652.
- Tahir, T., Hasan, M., & Said, I. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship and Innovation*, 2(1), 2721–8287.