

---

## PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA SMA NEGERI 1 DRIYOREJO

Retno Mustika Dewi<sup>1</sup>, Indiyani Sa'idhatun Nazilah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

email : [retnomustika@unesa.ac.id](mailto:retnomustika@unesa.ac.id), [indiyani.19034@mhs.unesa.ac.id](mailto:indiyani.19034@mhs.unesa.ac.id)

### Abstrak

Tingkat Persaingan Mencari Pekerjaan Semakin Kompetitif, tidak adanya korelasi antara penyediaan tenaga kerja baru dengan jumlah lulusan atau tamatan pada semua jenjang pendidikan mengakibatkan terjadinya pengangguran. Jumlah siswa yang memiliki keinginan berwirausaha atau merintis suatu usaha sangatlah minim, hal itu dapat dibuktikan bahwa siswa hanya berusaha menyelesaikan tugas mata pelajaran kewirausahaan di sekolah saja tanpa berkeinginan mempraktekkan dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian kuantitatif ini menggunakan populasi siswa di kelas XI SMA Negeri 1 Driyorejo, yang terdiri dari 144 siswa di kelas XI IPS 1, XI IPS 2, XI IPS 3, dan XI IPS 4. Analisis data yang digunakan dalam studi ini adalah analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa minat berwirausaha siswa SMA Negeri 1 Driyorejo tidak dipengaruhi oleh variabel penggunaan media sosial Instagram, dengan nilai probabilitas signifikansi  $0,966 > 0,05$ . Sebaliknya, variabel pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha siswa SMA Negeri 1 Driyorejo, dengan nilai probabilitas signifikansi untuk variabel pengetahuan kewirausahaan  $0,000 < 0,05$ . Kedua variabel ini dinyatakan bahwa terdapat pengaruh terhadap minat berwirausaha secara bersamaan, seperti yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,005$ .

**Kata Kunci:** Penggunaan Media Sosial Instagram, Pengetahuan Kewirausahaan, Minat Berwirausaha

---

### PENDAHULUAN

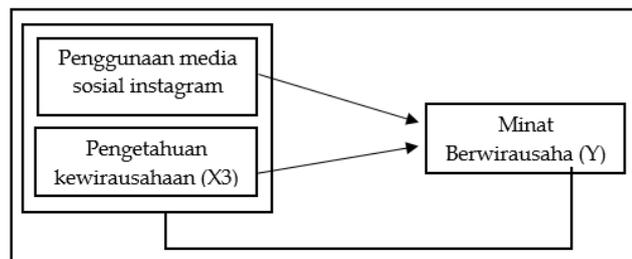
Pengangguran merupakan suatu hal yang biasa terjadi di Indonesia, apalagi di zaman modern saat ini tingkat persaingan mencari pekerjaan semakin kompetitif, sedangkan lapangan pekerjaan yang tersedia tidak begitu luas. Jika dilihat setiap tahunnya jumlah yang sudah lulus Sekolah Menengah Atas sangat banyak dan tidak jarang dari mereka yang mengarahkan langkahnya di dunia kerja. Apabila keadaan seperti ini terus berjalan, maka dalam jangka panjang akan lebih banyak pengangguran yang ada di Indonesia. Tidak adanya korelasi antara penyediaan tenaga kerja baru dengan jumlah lulusan atau tamatan pada semua jenjang pendidikan mengakibatkan terjadinya pengangguran (Alfaruk, 2017). Pemerintah, lembaga pendidikan, industri, dan masyarakat mempertimbangkan fenomena kurangnya minat pemuda Indonesia untuk berwirausaha (Isma, 2021). Melihat keadaan yang seperti ini maka perlu dilakukan solusi untuk memecahkan masalah tersebut. Siswa diharapkan bisa berpikir imajinatif untuk menjadi seorang wirausaha, dan lembaga pendidikan sekolah memiliki kedudukan yang penting untuk mengembangkan kemampuan berwirausaha, upaya mengarahkan peserta didik agar memiliki jiwa wirausaha merupakan suatu alternatif yang dapat dilakukan untuk menghadapi banyaknya pengangguran yang terjadi di Indonesia. Menurut Fuadi (dalam Rahayu & Laela, 2018) ketertarikan berwirausaha meliputi ketertarikan, minat, dan kemauan untuk berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi kebutuhan hidup tanpa takut akan resikonya. Termasuk juga kemauan untuk belajar dari kesalahan. Dalam hidup siswa, minat sangat penting. Siswa yang memiliki minat tertentu biasanya ingin belajar tentang hal-hal yang terkait dengan minat mereka tanpa tekanan (Suratno et al., 2020). Seseorang akan lebih giat dalam memaksimalkan potensi dirinya untuk memanfaatkan peluang usaha apabila memiliki ketertarikan dalam berwirausaha.

Berdasarkan hasil observasi di sekolah, diperoleh data bahwa banyak siswa yang memiliki akun sosial media instagram hanya untuk bermain-main, bahkan mereka tidak menggunakan media sosial instagram dengan baik. Tidak jarang dari mereka yang kecanduan instagram sehingga menimbulkan malas untuk belajar. Terbukti bahwa mereka dapat terus mengikuti berita dan informasi terkini melalui Instagram, sehingga mereka tidak ketinggalan informasi terbaru yang tersedia di belahan dunia mana pun. Penelitian ini sesuai dengan pendapat (Beyens et al., 2020) yang mengatakan bahwa jika remaja saat ini hanya menggunakan media sosial instagram secara pasif. Meskipun demikian, temuan yang dilakukan menunjukkan bahwa siswa SMA Negeri 1 Driyorejo sering menggunakan akun media sosial dengan baik. Mereka menggunakan akun Instagram mereka untuk promosi kegiatan sekolah dan untuk menyampaikan kreativitas dan bakat mereka.

Dalam teori Zimmerer (1996:12) dalam (Rahmania et al., 2016) yang menyatakan bahwa pengetahuan tentang kewirausahaan yang diberikan oleh pendidikan kewirausahaan, baik formal maupun non-formal, berdampak pada munculnya keinginan untuk berwirausaha. Sehingga dapat dikatakan bahwa, pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu unsur yang menyebabkan ketertarikan untuk menjadi pengusaha. Untuk meningkatkan pengetahuan kewirausahaan terhadap siswa maka dapat dilakukan dengan cara memberikan pengetahuan terhadap siswa tentang usaha yang akan dirintis, meningkatkan pemahaman siswa tentang sifat dan kemampuan individu, serta meningkatkan pemahaman mereka tentang cara mengelola dan mengorganisasikan bisnis. Sangatlah penting untuk memberikan pengetahuan kewirausahaan terhadap siswa SMA. Semakin banyak siswa tahu tentang kewirausahaan, semakin baik mereka melihat bisnis. Sekolah harus mendorong minat siswa untuk berwirausaha, tetapi banyak sekolah menengah hanya mengajarkan pengetahuan umum, sehingga tidak dapat mendorong minat siswa untuk berwirausaha. Hal ini dapat diketahui berdasarkan observasi di sekolah yang mana terdapat proses produksi pembuatan susu jagung di SMAN 1 Driyorejo, proses produksi tersebut hanya dilakukan oleh para guru saja tanpa adanya peran siswa, peluang seperti ini harus dimanfaatkan untuk mengajak siswa terlibat dalam proses produksi dan mengajari mereka bagaimana berwirausaha. Dengan ini mengandung makna bahwa pendidikan dapat dijadikan media untuk menarik keinginan siswa menjadi seorang *entrepreneur*.

## **METODE**

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Ada satu variabel terikat dan dua variabel bebas yang digunakan oleh peneliti. Variabel terikat adalah minat berwirausaha (Y), dan variabel bebas adalah pengetahuan berwirausaha (X2) dan penggunaan media sosial Instagram (X1). Studi ini melibatkan 144 siswa dari kelas XI IPS 1, XI IPS 2, XI IPS 3, dan XI IPS 4. Akibatnya, peneliti menggunakan metode sampling jenuh untuk mengumpulkan sampel dari populasi secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, skala Likert digunakan sebagai checklist yang berisi berbagai indikator yang terkait dengan penggunaan media sosial Instagram dan pengetahuan kewirausahaan tentang minat berwirausaha. Ada lima skala Likert yang dapat digunakan untuk menentukan jawaban: Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS) atau Sangat Tidak Setuju (STS). Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi dokumenter, tetapi instrumen penelitian harus diuji terlebih dahulu sebelum mengumpulkan data. Di luar sampel penelitian, siswa menerima kuesioner untuk menguji instrumen. Hasil uji menunjukkan validitas dan reliabilitas alat. Berbagai metode digunakan untuk menganalisis data. Di antaranya adalah transformasi data, analisis regresi berganda, uji hipotesis (termasuk uji t dan f), koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), dan uji asumsi klasik, yang mencakup uji untuk normalitas, heteroskedastisitas, linearitas, dan multikolinearitas. Program SPSS 23 digunakan untuk mengolah data.



**Gambar 1.** Rancangan Penelitian  
 Sumber: (Soegiyono, 2011)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1. Regresi Linier Berganda

**Tabel 1** Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>	
		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	4,144	1,093
	Penggunaan Media Sosial Instagram (X1)	-,003	,061
	Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	,757	,056

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat diperoleh hasil persamaan analisis regresi linier berganda berikut ini:

$$Y = 4,144 + (-0,003) + 0,757 + e$$

Koefisien regresi variabel dalam persamaan regresi linier berganda sebelumnya adalah (X1) penggunaan media sosial Instagram, (X2) pengetahuan tentang kewirausahaan, dan (Y) minat dalam kewirausahaan.:

- Nilai konstanta adalah 4,144 dan bernilai positif, yang menunjukkan bahwa minat berwirausaha (Y) memiliki nilai 4,144, jika nilai penggunaan media sosial Instagram (x1) dan pengetahuan kewirausahaan (x2) sama dengan nol (0).
- Dengan demikian, koefisien regresi variabel Instagram (x1) adalah -0,003. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial Instagram dan minat berwirausaha memiliki dampak negatif. Dengan kata lain, penggunaan akun Instagram siswa tidak berdampak pada minat mereka dalam berwirausaha.
- Koefisien regresi pengetahuan kewirausahaan (x2) adalah 0,757, jadi minat kewirausahaan (x2) akan meningkat sebesar 0,757 jika variabel independen lainnya tetap sama dan pengetahuan kewirausahaan meningkat sebesar satu satuan. Ini karena koefisien bertanda positif menunjukkan korelasi positif antara pengetahuan kewirausahaan dan minat. Oleh karena itu, minat akan meningkat seiring dengan peningkatan pengetahuan kewirausahaan.

## 2. UJI HIPOTESIS

### Uji t

**Tabel 2 Hasil Uji T**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,144	1,093		3,793	,000
	Penggunaan Media Sosial Instagram (X1)	-,003	,061	-,003	-,043	,966
	Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	,757	,056	,815	13,580	,000

- Karena itu, variabel Penggunaan Media Sosial Instagram (X1) tidak berdampak pada variabel minat berwirausaha (Y), dengan hasil nilai t hitung sebesar -0,043 dan tingkat signifikansi 0,966, > 0,05.
- Variabel minat kewirausahaan (Y) dipengaruhi oleh variabel pengetahuan kewirausahaan (X2), dengan hasil nilai t sebesar 13,580 dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05.

### Uji F

**Tabel 3 Hasil Uji F**

Model		ANOVA <sup>a</sup>				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2089,289	2	1044,644	124,326	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1067,116	127	8,402		
	Total	3156,405	129			

Nilai F hitung adalah 124,326, seperti yang ditunjukkan dalam tabel sebelumnya, dan nilai sig. 0,000 < 0,005. Oleh karena itu, variabel minat berwirausaha (Y) siswa SMA Negeri 1 Driyorejo dipengaruhi oleh variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X2) dan Penggunaan Media Sosial Instagram (X1).

## 3. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,814 <sup>a</sup>	,662	,657	2,89871

Berdasarkan penelitian sebelumnya, kita dapat mengetahui bahwa nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,657. Ada kemungkinan bahwa variabel minat berwirausaha sebesar 65,7% disebabkan oleh kontribusi yang signifikan dari dua variabel bebas, yaitu pengetahuan kewirausahaan (X2) dan penggunaan media sosial Instagram (X1). Variabel lain yang tidak disertakan memberikan kontribusi sebesar 34,3% dari sisa.

#### 4. Uji Normalitas

**Tabel 5 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,36821574
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,065
	Negative	-,057
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200

Hasil tabel menunjukkan bahwa nilai residual terdistribusi normal, dengan nilai Asymp. Sig.  $p = 0,200$  dan  $p > 0,05$ .

#### 5. Uji Linieritas

**Tabel 6 Hasil Uji Linieritas**

Variabel	Deviation From Linearity
Minat Berwirausaha (Y) * Penggunaan Media Sosial Instagram (X1)	,704
Minat Berwirausaha (Y) * Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	,295

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa variabel minat berwirausaha terhadap penggunaan media sosial Instagram (X1) memiliki nilai Sig. dari deviasi dari linier sebesar  $0,704 > 0,05$ , yang menunjukkan bahwa hubungan minat berwirausaha terhadap penggunaan media sosial Instagram (X2) adalah linier. Sedangkan pada variabel minat berwirausaha terhadap Pengetahuan Kewirausahaan (X2) ialah sebesar  $0,295 > 0,05$  yang berarti hubungan minat berwirausaha terhadap Pengetahuan Kewirausahaan juga linier.

#### 6. Uji Multikolinieritas

**Tabel 7 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Sig.	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)	,000	
	Penggunaan Media Sosial Instagram (X1)	,966	,739 1,353
	Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	,000	,739 1,353

Menurut tabel di atas, gejala multikolinieritas tidak ditemukan dalam model regresi. Nilai tolerabilitas ialah  $0,739 > 0,05$ , dan nilai VIF ialah  $1,353 < 10$ .

## 7. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
I	(Constant)		3,706	,000
	Penggunaan Media Sosial Instagram (X1)	,128	1,260	,210
	Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	-,215	-2,121	,036

Nilai signifikansi variabel X1 sebesar  $0,210 > 0,05$  menunjukkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas. Di sisi lain, nilai signifikansi variabel X2 sebesar  $0,036 < 0,05$ .

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMAN 1 Driyorejo

Hasil analisis data sebelumnya diperoleh data bahwa minat siswa SMA Negeri 1 Driyorejo dalam berwirausaha tidak dipengaruhi oleh penggunaan Instagram. Dari uji t didapatkan nilai probability signficancy pada variabel Penggunaan Media Sosial Instagram  $0,966 > 0,05$ , Dengan demikian, variabel minat berwirausaha (Y) tidak dipengaruhi oleh variabel Penggunaan Media Sosial Instagram (X1). Hal ini menunjukkan bahwa faktor penggunaan media sosial Instagram tidak dapat menjelaskan dengan baik tingkat tinggi atau rendahnya minat siswa SMA Negeri 1 Driyorejo dalam berwirausaha. Hal ini juga bisa disebabkan karena instrumen yang terdapat pada penelitian ini kurang mengarah pada penggunaan media sosial instagram secara khusus, sehingga mengakibatkan hasil yang tidak terdapat pengaruh terhadap minat berwirausaha.

Penelitian ini sesuai dengan pendapat (Kurniawan, 2020) yang menunjukkan bahwa penggunaan Instagram tidak berdampak signifikan pada keinginan untuk memulai bisnis. Akan tetapi penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian (Suarningsih & Rasmini, 2021) yang mengatakan bahwa penggunaan Instagram di Fakultas Akuntansi FEB Unud berdampak positif dan signifikan pada keinginan mahasiswa untuk menjadi pengusaha. Mungkin ada sejumlah alasan mengapa temuan penelitian ini berbeda dari yang sebelumnya. Sebagai akibat dari kenyataan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha. Hal ini sesuai dengan pendapat (Carsrud dan Malin dalam Kurniawan, 2020) yang menyatakan bahwa pengetahuan dan informasi tentang berwirausaha mengawali minat berwirausaha, yang berlanjut dalam suatu kegiatan berwirausaha dengan berpartisipasi guna memperoleh pengalaman dan pada akhirnya meningkatkan keinginan untuk melakukan kegiatan berwirausaha tersebut. Mahasiswa yang membangun jejaring sosial diharapkan dapat menemukan peluang bisnis di media sosial. Mahasiswa dapat lebih memahami dunia wirausaha melalui Instagram. Siswa dapat terinspirasi untuk menjadi pengusaha ketika mereka melihat seorang pengusaha sukses. Karena banyak siswa hanya menggunakan Instagram untuk bermain-main, penggunaan media sosial tidak menjamin bahwa minat siswa dalam berwirausaha meningkat. Akibatnya, penggunaan Instagram tidak berdampak pada minat siswa dalam melakukan *entrepreneur*.

## **2. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMA Negeri 1 Driyorejo**

Seperti yang ditunjukkan oleh hasil analisis, pengetahuan tentang kewirausahaan berdampak pada keinginan siswa SMA Negeri 1 Driyorejo untuk menjadi wirausahawan. Menurut hasil uji t, minat siswa untuk berwirausaha dipengaruhi secara parsial oleh variabel pengetahuan kewirausahaan. Nilai probabilitas signifikansi variabel ini adalah 0,000, < 0,05. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan pendapat (Alfaruk, 2017) yang mengemukakan bahwa Minat berwirausaha di kalangan mahasiswa FE Universitas Muhammadiyah Sidoarjo tidak dipengaruhi oleh pengetahuan kewirausahaan. Namun, penelitian ini memiliki pendapat yang sama dengan pendapat (Aprilianty, n.d.) yang menyatakan bahwa pengetahuan tentang kewirausahaan memengaruhi keinginan siswa SMK untuk menjadi wirausahawan secara positif dan signifikan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Rosen et al., 2015) yang mengatakan bahwa pengetahuan tentang kewirausahaan dan lingkungan sosial adalah beberapa komponen yang mempengaruhi minat seseorang dalam melakukan suatu usaha.

## **3. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMAN 1 Driyorejo**

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel terikat, yaitu minat berwirausaha siswa SMA Negeri 1 Driyorejo, dipengaruhi oleh dua variabel bebas: penggunaan media sosial Instagram (x1) dan pengetahuan kewirausahaan (x2). Nilai signifikansinya adalah  $0,000 < 0,005$ . Menurut hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ), variabel independen memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen, dengan nilai R Square Adjusted sebesar 0,657. Variabel bebas pengetahuan kewirausahaan (X2) dan media sosial Instagram (X1) dapat memberikan kontribusi sebesar 65,7% dari perubahan minat berwirausaha, dan variabel lain di luar penelitian dapat memberikan kontribusi sebesar 34,3%. Hasil penelitian tersebut sejalan pendapat (Nurchotim dalam Arisinta, 2021) yang menyatakan bahwa minat untuk berwirausaha dipengaruhi oleh 1) faktor intrinsik, yaitu kebutuhan akan penghasilan, motivasi, harga diri, perasaan bahagia, dan perhatian; dan 2) faktor eksternal, yaitu kesempatan dan pendidikan, lingkungan keluarga, dan lingkungan sosial. Analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa ada banyak minat dalam berwirausaha. Fakta bahwa mayoritas responden, atau 45,4%, setuju dengan pernyataan pada kuesioner penelitian menunjukkan hal ini. Data tersebut menunjukkan bahwa siswa SMA Negeri 1 Driyorejo sangat berminat untuk membuka usaha sendiri.

## **PENUTUP**

Siswa SMA Negeri 1 Driyorejo tidak memiliki minat berwirausaha meskipun sudah menggunakan Instagram. Penggunaan Instagram secara rutin oleh siswa tidak dengan sendirinya membangkitkan minat mereka dalam berwirausaha, hal tersebut dikarenakan banyak siswa yang hanya menggunakan akun media sosial untuk mengekspresikan diri saja. Untuk memperoleh pengetahuan kewirausahaan, siswa memerlukan pengalaman kewirausahaan langsung dan studi akademik. Pengetahuan tentang kewirausahaan memengaruhi keinginan siswa untuk menjadi wirausahawan di SMA Negeri 1 Driyorejo. Ini menunjukkan bahwa guru dapat menggunakan pengetahuan kewirausahaan untuk mendorong minat siswa untuk berwirausaha di SMA Negeri 1 Driyorejo. Pemahaman siswa tentang cara mendirikan bisnis, kewajiban dan tanggung jawab, karakter dan keahlian diri, dan pengelolaan bisnis dan organisasi termasuk dalam pengetahuan kewirausahaan. Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Driyorejo merasa termotivasi untuk berwirausaha ketika mereka belajar tentang kewirausahaan dan menggunakan media sosial Instagram. Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Driyorejo lebih tertarik berwirausaha ketika menggunakan media sosial instagram dan belajar tentang bisnis. Sekarang ini, akun sosial tidak hanya digunakan untuk berbagi dan bertukar

informasi, jika digunakan dengan benar, mereka juga dapat mendorong orang untuk lebih tertarik pada bisnis mereka sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruk, M. H. (2017). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4(2), 164. <https://doi.org/10.26740/jepk.v4n2.p164-172>
- Aprilianty, E. (n.d.). *Pengetahuan Kewirausahaan , Dan Lingkungan the Effect of Entrepreneur Personality , Entrepreneurship Knowledge , and Environment on Entrepreneurial Interest*. 311–324.
- Arisinta, O. (2021). *diterima, (2) Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dibuktikan dengan hasil uji t hitung sebesar 5,173 sehingga H. 4(April)*, 16–30. <https://ojs.widyakartika.ac.id/index.php/kewirausahaan/article/view/276>
- Beyens, I., Pouwels, J. L., van Driel, I. I., Keijsers, L., & Valkenburg, P. M. (2020). The effect of social media on well-being differs from adolescent to adolescent. *Scientific Reports*, 10(1), 1–11. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-67727-7>
- Isma, T. W. (2021). Studi Literature: Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 59–67. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.168>
- Kurniawan, I. S. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Instagram, Pengalaman Praktik Kewirausahaan, Dan Hasil Belajar Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Online. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 15(2), 135–146. <https://doi.org/10.31316/akmenika.v15i2.1003>
- Isma, T. W. (2021). Studi Literature: Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 59–67. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.168>
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>
- Rahmania, M., Efendi, Z. M., & Si, M. (2016). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berprestasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xii Kompetensi Keahlian Pemasaran Smk Negeri Bisnis Dan Manajemen Kota Padang. *Economica*, 4(1), 75–86. <https://doi.org/10.22202/economica.2015.4.1.331>
- Rosen, A., Trauer, T., Hadzi-Pavlovic, D., Parker, G., Patton, J. R., Cronin, M. E., Bassett, D. S., Koppel, A. E., Zimpher, N. L., Thurlings, M., Evers, A. T., Vermeulen, M., Obanya, P., Avsec, S., Nurzarina Amran, Liu, S. H., Petko, D., Aesaert, K., Van Braak, J., ... Brown, N. (2015). PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT WIRAUSAHA SISWA TEKNIK KENDARAAN RINGAN SMK NEGERI 1 SEYEGAN. *Teaching and Teacher Education*, 12(1), 1–17. <http://dx.doi.org/10.1080/01443410.2015.1044943>
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Suarningsih, N. L. A., & Rasmini, N. K. (2021). Pendidikan, Lingkungan Keluarga dan Penggunaan Instagram terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(2), 438. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i02.p14>

Suratno, Kohar, F., Rosmiati, & Kurniawan, A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa/I Pada Smk Negeri 1 Kota Sungai Penuh. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5), 477–490.  
<https://doi.org/10.31933/jimt.v1i5.212>