

## MEDIASI EFIKASI DIRI TERHADAP PENGARUH FAKTOR PENENTU MINAT BERWIRAUSAHA

Kania Febrianti<sup>1</sup>, Ida Puspitowati<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: kania.115210088@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: idap@fe.untar.ac.id

\*Penulis Korespondensi

Masuk : 11-02-2025, revisi: 27-04-2025, diterima untuk diterbitkan : 30-04-2025

### ABSTRAK

Tingkat pengangguran membaik seiring pertumbuhan ekonomi. Semangat berwirausaha merupakan komponen kunci penggerak pembangunan ekonomi Indonesia. Beberapa kunci yang mempengaruhi dinamika kewirausahaan meliputi motivasi untuk berwirausaha, pembelajaran kewirausahaan, penggunaan media sosial, serta efikasi diri. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor ini sangat penting untuk mendorong minat berwirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh motivasi berwirausaha, pembelajaran kewirausahaan, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri pada mahasiswa di Jakarta Barat. Melalui penggunaan kuisioner daring, 200 responden menjadi sampel yang dikumpulkan untuk penelitian ini. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha pembelajaran kewirausahaan, dan efikasi diri berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Sedangkan, penggunaan media sosial berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Lalu, motivasi berwirausaha, pembelajaran kewirausahaan, dan penggunaan media sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap efikasi diri. Selain itu, motivasi berwirausaha dan penggunaan media sosial berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri. Dan pembelajaran kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri. Berdasarkan kesimpulan penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam peningkatan pemanfaatan media sosial dalam kehidupan berwirausaha mahasiswa.

**Kata Kunci:** Motivasi, Pembelajaran Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, Minat Berwirausaha, Efikasi Diri

### ABSTRACT

*The unemployment rate improves as the economy grows. The entrepreneurial spirit is a key component of Indonesia's economic development drivers. Several key factors that influence the dynamics of entrepreneurship include motivation to become an entrepreneur, entrepreneurial learning, the use of social media, and self-efficacy. Therefore, understanding these factors is crucial to encourage entrepreneurial interest. This study aims to examine the influence of entrepreneurial motivation, entrepreneurial learning, and the use of social media on entrepreneurship interest through self-efficacy among students in West Jakarta. Through the use of an online questionnaire, 200 respondents made up the sample gathered for this study. Hypothesis testing was conducted using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS software. The result of this study indicates that entrepreneurial motivation, entrepreneurial learning, and self-efficacy have a positive and significant effect on entrepreneurship interest. Meanwhile, the use of social media has a positive but not significant effect on entrepreneurship interest. Furthermore, entrepreneurial motivation, entrepreneurial learning, and the use of social media have a positive and significant effect on self-efficacy. In addition, entrepreneurial motivation and the use of social media have a positive but not significant effect on entrepreneurial interest through self-efficacy. On the other hand, entrepreneurial learning has a positive and significant effect on entrepreneurial interest through self-efficacy. Based on the findings, this research is expected to contribute to enhancing the utilization of social media in students' entrepreneurial activities.*

**Keywords:** Motivation, Entrepreneurial Learning, The Use Of Social Media, Entrepreneurship Interests, Self-Efficacy.

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Meskipun ekonomi dunia mengalami stagnasi dan turbulensi di pasar keuangan, perekonomian Indonesia mengalami peningkatan pertumbuhan yang signifikan pada triwulan pertama tahun 2024 (Kemenkeu, 2024). Pertumbuhan ekonomi ini berdampak positif terhadap tingkat pengangguran, tercermin dari pertumbuhan lapangan kerja yang cukup tinggi. Salah satu faktor utama yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi global saat ini, adalah kewirausahaan. Kewirausahaan tidak hanya menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja, tetapi juga menjadi pemicu untuk mengembangkan inovasi.

Dikutip dari Badan Pusat Statistik (2023) persentase wirausaha di Indonesia cenderung kurang untuk menjadi negara maju. Untuk meningkatkan rasio wirausaha, maka dibutuhkan minat berwirausaha (*entrepreneurship interest*) yang akan menjadi kunci dalam memulai dan mengelola usaha baru. Minat berwirausaha yang muncul diharapkan akan membentuk kecenderungan membuka usaha-usaha baru secara mandiri di masa mendatang (Dora, 2019). Menurut penelitian Sosiady dan Ermansyah (2023), minat dalam berwirausaha dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti motivasi untuk berwirausaha, pembelajaran kewirausahaan, dan penggunaan media sosial.

Ketika seseorang akan mencapai sesuatu, kondisi mentalnya akan mempengaruhi tindakannya. Kondisi yang berasal dari internal dan eksternal diri individu dikenal sebagai motivasi (Julindrastuti & Karyadi, 2022). Selain itu, pembelajaran kewirausahaan (*entrepreneursip learning*) juga dapat berdampak kepada minat berwirausaha. Irawan *et al.*, (2023) menemukan bahwa *entrepreneurial learning* dapat membangkitkan rasa ingin tahu mahasiswa untuk memulai bisnis sendiri. Pembelajaran kewirausahaan diterapkan untuk menanamkan jiwa berwirausaha dengan tujuan menjadikan seseorang lebih produktif, inovatif, dan kreatif (Rahman, 2023). Sosial media berpengaruh dalam merubah pola pikir karena memperluas jaringan untuk berkomunikasi dengan menggunakan internet (Prasetyo, 2020). Melalui penggunaan sosial media, individu dapat dengan mudah memperoleh informasi tentang keuntungan dan menemukan hal menarik dalam berbisnis. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai alat promosi yang efektif karena dapat diakses dengan mudah oleh banyak orang (Kemenkeu, 2021).

Selain itu, *entrepreneurship interest* juga dipengaruhi oleh sifat atau karakteristik kepribadian seperti *self-efficacy* (Purwanto, 2016). Efikasi diri pada wirausaha sangat dibutuhkan dalam membuat suatu keputusan, hal ini berguna agar orang lain percaya ketika mengetahui kemampuan wirausaha dalam mengerjakan atau menyelesaikan suatu tugas dapat dikatakan memiliki efikasi diri yang tinggi (Adinda, 2022). Penelitian ini mengaitkan secara langsung motivasi berwirausaha, pembelajaran kewirausahaan, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha dan juga jika dimediasi dengan efikasi diri. Sampel penelitian ini tidak hanya mahasiswa/i tetapi yang sudah pernah menerima pembelajaran kewirausahaan.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan adalah:

- a. Apakah motivasi berwirausaha, pembelajaran kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan efikasi diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta?
- b. Apakah motivasi berwirausaha, pembelajaran kewirausahaan, dan penggunaan media sosial berpengaruh terhadap efikasi diri mahasiswa di Jakarta?
- c. Apakah motivasi berwirausaha, pembelajaran kewirausahaan, dan penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta melalui efikasi diri?

## **Kajian Teori**

### **Motivasi Berwirausaha**

Menurut Nengseh dan Kurniawan (2021) motivasi berwirausaha merupakan keinginan internal yang menginspirasi seseorang memanfaatkan peluang, kreativitas dan inovasi untuk berwirausaha. Taleumbanua (2023) mendefinisikan motivasi berwirausaha sebagai faktor pendorong yang membangkitkan semangat untuk mencapai tujuan dalam berwirausaha. Nurdiana et al., (2022) menyebutkan motivasi berwirausaha adalah kondisi yang muncul dalam diri seseorang untuk menggerakkan atau mencapai tujuan di bidang bisnis. Jadi motivasi berwirausaha disimpulkan sebagai dorongan internal untuk menggerakkan individu mencapai tujuan kewirausahaan.

### **Pembelajaran Kewirausahaan**

Christianingrum dan Rosalina (2017) menyebutkan pembelajaran kewirausahaan sebagai proses menciptakan nilai melalui Upaya, risiko, dan imbalan yang mencakup aspek finansial, psikis, dan sosial. Menurut Ahmad (2019) pembelajaran kewirausahaan dikatakan upaya pendidikan untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi guna menghasilkan prospek komersial. Dapat disimpulkan bahwa pembelajaran kewirausahaan adalah pembentukan jiwa inovatif, kreatif, dan produktif dalam berwirausaha.

### **Penggunaan Media Sosial**

Menurut Zuniananta (2021) penggunaan media sosial merupakan proses berkomunikasi dan berbagi informasi menggunakan media sosial yang dengan mudah diakses tanpa dibatasi oleh waktu atau tempat. Mustapa et al., (2022) mendefinisikan penggunaan media sosial sebagai kegiatan komunikasi, berkirim pesan, membangun jaringan atau networking. Riki et al., (2023) menggambarkan penggunaan media sosial sebagai proses perluasan interaksi sosial, menciptakan komunikasi dialogis, dan membangun branding dengan menggunakan media sosial. Dapat disimpulkan penggunaan media sosial sebagai kegiatan berkomunikasi yang berhubungan dengan internet untuk menciptakan konten dengan tujuan sampai kepada pengguna lainnya.

### **Minat Berwirausaha**

Minat berwirausaha merupakan keinginan mendirikan usaha sendiri, memanfaatkan peluang, dan bersedia mengambil risiko (Atmaja dan Margunani, 2016). Prasetyo (2020) menyimpulkan minat wirausaha sebagai keinginan dan kesiapan bekerja keras, menghadapi risiko, serta belajar dari kegagalan yang dialami, dan mengembangkan usaha. Sehingga minat berwirausaha disimpulkan sebagai ketertarikan dan kemampuan diri dalam memenuhi kebutuhan dan mengatasi masalah hidup melalui usaha.

### **Efikasi Diri**

Kepercayaan pada kemampuan diri sendiri dalam menciptakan sesuatu, menyelesaikan tugas, dan mencapai tujuan disebut efikasi diri (Zagoto, 2019). Dhitara dan Ardiansyah (2022) menyebutkan efikasi diri kewirausahaan merupakan kepercayaan seseorang akan kemampuannya untuk meraih kesuksesan dalam berwirausaha. Efikasi diri disimpulkan sebagai kepercayaan individu akan kemampuannya dalam mencapai suatu tujuan usaha dengan mengorganisir setiap proses.

### **Kaitan Motivasi Berwirausaha dan Minat Berwirausaha**

Motivasi berwirausaha umumnya timbul untuk meraih pencapaian, mandiri secara ekonomi, dan memberikan kontribusi positif. Menurut Telaumbanua (2023), minat seseorang dalam mengelola perusahaan berbanding lurus dengan tingkat dorongannya untuk menjadi seorang wirausaha.

Menurut Martini *et al.*, (2024), terdapat pengaruh signifikan dari motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha, di mana koefisiennya berpengaruh positif.

**H1:** Motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

### **Kaitan Pembelajaran Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha**

Pembelajaran merupakan bentuk investasi dalam diri seseorang yang dapat meningkatkan produktivitas dan kemampuan. Pembelajaran kewirausahaan akan membuat individu mendapatkan pengalaman secara langsung dalam berwirausaha yang kemudian akan berpengaruh terhadap minat (Dewi *et al.*, 2019). Christianingrum dan Rosalina (2017) memperoleh pengaruh positif dan signifikan antara *entrepreneurial learning* dengan *entrepreneurship interest*.

**H2:** Pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

### **Kaitan Penggunaan Media Sosial dan Minat Berwirausaha**

Dalam kewirausahaan, penggunaan media sosial menjadi sarana untuk mendapatkan informasi bisnis, peluang usaha, membangun jaringan serta mempromosikan produk. Sumerta *et al.* (2020) dan Indraswati *et al.* (2021) menyebutkan bahwa *the use of social media* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *entrepreneurship interest*.

**H3:** Penggunaan sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

### **Kaitan Efikasi Diri dan Minat Berwirausaha**

Individu dengan efikasi diri yang tinggi cenderung lebih berani mengambil resiko, menetapkan tujuan yang besar, dan dorongan untuk sukses. Wirjadi dan Wijaya (2023) tingkat *self-efficacy* yang tinggi dapat mendorong peningkatan kepercayaan diri dalam berwirausaha. Sulistiowati *et al.* (2024) menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *entrepreneurship interest*.

**H4:** Efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

### **Kaitan Motivasi Berwirausaha dan Efikasi Diri**

Motivasi yang kuat cenderung dapat meningkatkan keyakinan akan kemampuannya dalam mengatasi hambatan selama menjalankan aktivitas kewirausahaan. Widodo (2016) menganggap wajar bahwa orang termotivasi oleh sesuatu dalam diri mereka yang dapat membuat mereka melakukan hal-hal tertentu. Andini *et al.* (2024) membuktikan bahwa *entrepreneurship motivation* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *self-efficacy*.

**H5:** Motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri.

### **Kaitan Pembelajaran Kewirausahaan dan Efikasi Diri**

Pembelajaran kewirausahaan tidak hanya berfungsi sebagai sarana edukasi, tetapi juga sedapat menumbuhkan kepercayaan dan kesiapan individu dalam berwirausaha. Arifin dan Ziyad (2018) mengatakan pembelajaran kewirausahaan sangat penting bagi individu dalam meningkatkan rasa kepercayaan diri dalam berwirausaha. Shen et al.,(2021) menyatakan terdapat pengaruh positif antara *entrepreneurial learning* terhadap *self-efficacy*.

**H6:** Pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri.

### **Kaitan Penggunaan Media Sosial dan Efikasi Diri**

Media sosial membuka ruang komunikasi yang luas dan beragam untuk berbagi informasi, pengalaman, dan inspirasi yang dapat meningkatkan efikasi diri individu. Pagarra *et al.* (2023) mengungkapkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media

sosial dengan efikasi diri. Penggunaan media sosial membuat setiap individu dapat dengan mudah berinteraksi dengan individu yang lain yang memiliki latar belakang yang beda.

**H7:** Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri.

### Kaitan Motivasi Berwirausaha dan Minat Berwirausaha melalui Efikasi Diri

Adanya motivasi yang dimiliki individu tanpa rasa percaya diri, maka minat untuk usaha cenderung tidak akan berkembang secara optimal. Menurut Dhitara dan Ardiansyah (2022), minat dan dorongan berwirausaha dipengaruhi oleh efikasi diri. Menurut Nengseh dan Kurniawan (2021), *self-efficacy* memediasi hubungan positif dan substansial antara *entrepreneurship interest* dan *entrepreneurship motivation*.

**H8:** Motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri.

### Kaitan Pembelajaran Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha melalui Efikasi Diri

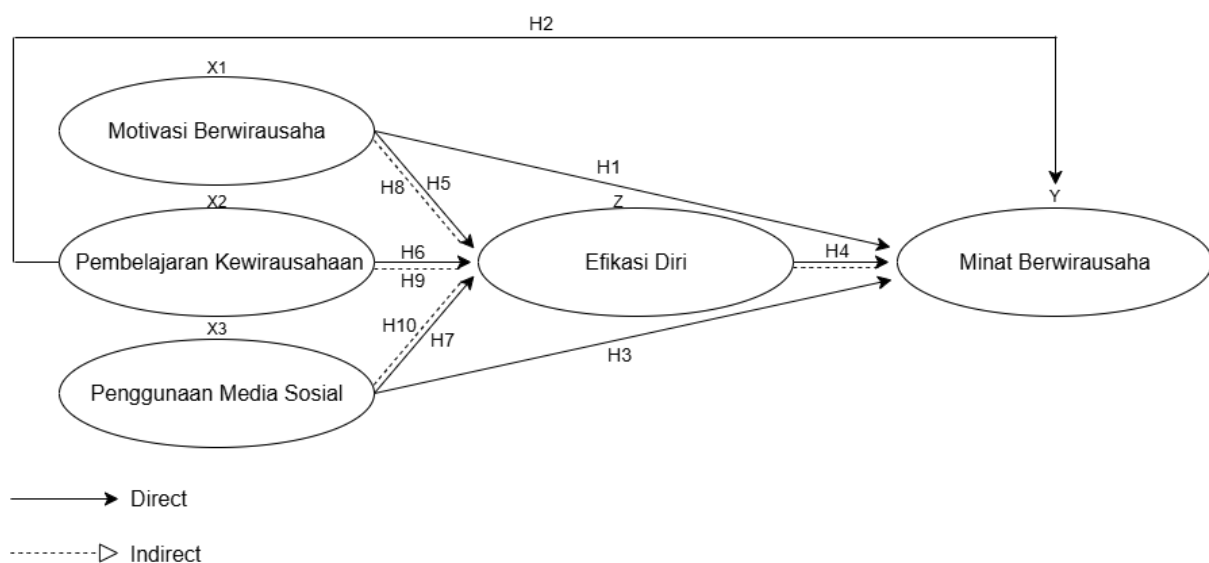
Pembelajaran tidak hanya memperoleh pengetahuan tetapi dilakukan juga praktik untuk memunculkan kepercayaan diri individu. Menurut Tahir et al. (2024), pembelajaran kewirausahaan dapat meningkatkan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya sendiri untuk memulai dan menjalankan bisnis. Sesuai dengan temuan Maulidya dan Patrikha (2022), terdapat pengaruh positif dan signifikan secara statistik antara *entrepreneurial learning* terhadap *entrepreneurship interest* melalui *self-efficacy*.

**H9:** Pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri.

### Kaitan Penggunaan Media Sosial dan Minat Berwirausaha melalui Efikasi Diri

Penggunaan media sosial dapat membantu memperkuat kepercayaan diri individu melalui paparan informasi, panutan, dan peluang. Boahene et al. (2019) menyebutkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan efikasi diri yang kemudian meningkatkan minat berwirausaha individu. Chindya dan Lubis (2024) membuktikan *the use of social media* secara positif dan signifikan mempengaruhi *entrepreneurship interest* melalui *self-efficacy*.

**H10:** Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri.



Gambar 1. Model Penelitian

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian data kuantitatif yang bersifat deskriptif, yang bertujuan untuk menjelaskan dan memperoleh gambaran mengenai kaitan antar variabel yaitu motivasi berwirausaha, pendidikan kewirausahaan, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha melalui *self-efficacy*. Desain penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan *cross sectional* yaitu pengumpulan datanya dilakukan waktu singkat secara bersamaan atau pada satu titik waktu (Abduh et al.,2023). Penelitian ini menggunakan desain penelitian survei, yang melibatkan pengumpulan data primer menggunakan kuisioner.

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan strategi *purposive sampling* berdasarkan *non-probability sampling* untuk memilih sampel mereka. Populasi pada penelitian ini berupa mahasiswa/i dari universitas yang ada di Jakarta Barat. Sampel penelitian ini yaitu mahasiswa/i yang telah atau sedang memperoleh pembelajaran kewirausahaan yang berasal dari Universitas Tarumanagara, Universitas Bina Nusantara, Universitas Podomoro, dan Universitas Trisakti dengan ukuran sampel sebanyak 200 responden.

Skala pengukuran data penelitian ini mengevaluasi perspektif individu dan kelompok terhadap fenomena sosial melalui penggunaan skala pengukuran ordinal dengan skala likert (Sugiyono, 2013). Pada skala 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), setiap jawaban diberi skor. Serangkaian teknik analisis data dijalankan menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Teknik-teknik analisis data yang diterapkan adalah uji validitas, uji reliabilitas, multikolinearitas, koefisien determinasi, effect size, path coefficients, goodness of fit, uji hipotesis, dan uji mediasi.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Kode	Pernyataan	Sumber
Motivasi Berwirausaha	MB 1	Saya berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha.	Sapatria dan Setyawan (2021)
	MB 2	Saya percaya diri akan kemampuan saya dalam menjalankan usaha.	
	MB 3	Saya berfikir kreatif dalam menjalankan usaha.	
	MB 4	Saya merasa termotivasi untuk memiliki keinginan yang kuat.	
	MB 5	Saya berusaha untuk memenuhi kebutuhan akan pencapaian.	
Pembelajaran Kewirausahaan	PK 1	Saya mampu memahami sikap sebagai wirausaha dari pembelajaran kewirausahaan.	Zhang et al. (2019)
	PK 2	Pembelajaran kewirausahaan memungkinkan saya memproduksi ide yang inovatif.	
	PK 3	Saya mampu mengembangkan <i>business plan</i> melalui pembelajaran kewirausahaan.	
	PK 4	Melalui pembelajaran kewirausahaan saya mampu mengembangkan <i>network</i> .	
	PK 5	Saya mampu mengidentifikasi peluang bisnis melalui pembelajaran kewirausahaan.	
Penggunaan Media Sosial	PMB 1	Saya dapat berpartisipasi dalam kegiatan kewirausahaan dengan penggunaan media sosial	Indraswati et al. (2021)
	PMB 2	Penggunaan media sosial membuat saya terbuka terhadap informasi mengenai kewirausahaan.	
	PMB 3	Saya menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan orang lain mengenai kewirausahaan.	
	PMB 4	Saya dapat bergabung dalam komunitas kewirausahaan melalui penggunaan media sosial.	
	PMB 5	Saya dapat terhubung dengan wirausaha lainnya melalui media sosial.	

Minat Berwirausaha	EI 1	Saya bertekad untuk menjadi seorang wirausaha.	Martini <i>et al.</i> (2024)
	EI 2	Saya bertekad untuk menjadi wirausaha profesional.	
	EI 3	Saya bertekad untuk mendirikan dan menjalankan suatu usaha.	
	EI 4	Saya bertekad untuk serius dalam memulai bisnis.	
	EI 5	Saya bertekad untuk mengembangkan usaha menjadi perusahaan dengan pertumbuhan tinggi.	
Efikasi Diri	ED 1	Saya mampu mengontrol proses penciptaan bisnis baru.	Saoula <i>et al.</i> (2023)
	ED 2	Saya yakin bahwa saya akan sukses dalam berbisnis.	
	ED 3	Saya merasa dapat memulai dan mempertahankan keberlangsungan bisnis.	
	ED 4	Saya mampu mengetahui detail praktis dalam memulai bisnis.	
	ED 5	Saya mampu memulai bisnis yang layak.	
	ED 6	Saya mampu mengetahui cara mengembangkan proyek kewirausahaan.	

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Uji Validitas

Menurut Hair et al. (2019) dan Ariyanto et al. (2023), uji validitas diskriminan menunjukkan seberapa berbeda suatu konsep model dengan konstruk model lainnya. Dalam penelitian ini, hasil perhitungan *cross loading* menunjukkan bahwa setiap nilai pada suatu variabel lebih tinggi dibandingkan dengan nilai pada variabel lainnya. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap indikator dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas.

Tabel 2. Hasil Analisis *Cross Loading*  
Sumber: Olah Data SmartPLS

	EDK	EI	MB	PK	PMS
<b>EDK 1</b>	<b>0,763</b>	0,471	0,535	0,522	0,499
<b>EDK 2</b>	<b>0,732</b>	0,516	0,553	0,575	0,495
<b>EDK 3</b>	<b>0,726</b>	0,536	0,600	0,615	0,549
<b>EDK 4</b>	<b>0,741</b>	0,502	0,483	0,474	0,499
<b>EDK 5</b>	<b>0,738</b>	0,562	0,623	0,580	0,596
<b>EDK 6</b>	<b>0,735</b>	0,597	0,613	0,557	0,590
<b>EI 1</b>	0,620	<b>0,811</b>	0,586	0,596	0,553
<b>EI 2</b>	0,569	<b>0,815</b>	0,582	0,572	0,496
<b>EI 3</b>	0,561	<b>0,818</b>	0,629	0,598	0,538
<b>EI 4</b>	0,576	<b>0,798</b>	0,593	0,556	0,542
<b>EI 5</b>	0,613	<b>0,831</b>	0,614	0,585	0,543
<b>MB 1</b>	0,593	0,495	<b>0,740</b>	0,547	0,551
<b>MB 2</b>	0,576	0,543	<b>0,715</b>	0,580	0,494
<b>MB 3</b>	0,571	0,492	<b>0,701</b>	0,638	0,657
<b>MB 4</b>	0,536	0,616	<b>0,744</b>	0,584	0,540
<b>MB 5</b>	0,563	0,555	<b>0,767</b>	0,558	0,599
<b>PK 1</b>	0,466	0,401	0,490	<b>0,634</b>	0,479

<b>PK 2</b>	0,530	0,493	0,587	<b>0,736</b>	0,508
<b>PK 3</b>	0,523	0,525	0,585	<b>0,718</b>	0,520
<b>PK 4</b>	0,566	0,485	0,592	<b>0,724</b>	0,541
<b>PK 5</b>	0,579	0,607	0,557	<b>0,734</b>	0,558
<b>PMS 1</b>	0,550	0,515	0,580	0,530	<b>0,746</b>
<b>PMS 2</b>	0,478	0,478	0,540	0,532	<b>0,725</b>
<b>PMS 3</b>	0,495	0,397	0,542	0,543	<b>0,665</b>
<b>PMS 4</b>	0,530	0,460	0,512	0,535	<b>0,754</b>
<b>PMS 5</b>	0,597	0,522	0,628	0,544	<b>0,741</b>

Uji validitas konvergen bertugas untuk memastikan bahwa variabel tersebut termasuk dalam konstruk laten yang hendak diukur (Wang *et al.*, 2015). Dalam penelitian ini, nilai *outer loadings* untuk setiap variabelnya lebih dari 0,6. Berdasarkan hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa semua indikator variabel dianggap valid. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap variabelnya lebih dari 0,5. Berdasarkan hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa semua indikator variabel dianggap valid.

Tabel 3. Hasil Uji *Outer Loadings* dan *Average Variance Extracted* (AVE)  
 Sumber: Olah Data SmartPLS

Efikasi Diri		Minat		Motivasi		Pembelajaran		Penggunaan	
Kewirausahaan		Berwirausaha		Berwirausaha		Kewirausahaan		Media Sosial	
EDK 1	0,763	EI 1	0,811	MB 1	0,740	PK 1	0,634	PMS 1	0,746
EDK 2	0,732	EI 2	0,815	MB 2	0,715	PK 2	0,736	PMS 2	0,725
EDK 3	0,726	EI 3	0,818	MB 3	0,701	PK 3	0,718	PMS 3	0,665
EDK 4	0,741	EI 4	0,798	MB 4	0,744	PK 4	0,724	PMS 4	0,754
EDK 5	0,738	EI 5	0,831	MB 5	0,767	PK 5	0,734	PMS 5	0,741
EDK 6	0,735								
<b>AVE (0,547)</b>		<b>AVE (0,664)</b>		<b>AVE (0,538)</b>		<b>AVE (0,505)</b>		<b>AVE (0,529)</b>	

### Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada dasarnya bertujuan untuk mengukur konsistensi alat ukur tersebut. Temuan yang konsisten dan dapat diulang menunjukkan bahwa alat ukur tersebut dapat dipercaya (Slamet & Wahyuningsih, 2022). Dalam penelitian ini, nilai *cronbach's alpha* untuk setiap variabelnya lebih dari 0,6 dan *composite reliability* untuk setiap variabelnya lebih dari 0,7. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variabel dianggap reliabel.



Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas  
Sumber: Olah Data SmartPLS

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite reliability (rho a)</i>	<i>Composite Reliability (rho c)</i>
Efikasi Diri Kewirausahaan	0,834	0,835	0,879
Minat Berwirausaha	0,873	0,874	0,908
Motivasi Berwirausaha	0,785	0,786	0,853
Pembelajaran Kewirausahaan	0,755	0,760	0,836
Penggunaan Media Sosial	0,777	0,781	0,848

### Hasil Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan para ilmuwan untuk mengetahui seberapa baik model tersebut menggambarkan efek gabungan atau simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang lebih tinggi (mendekati satu dan bukan nol) menunjukkan bahwa model penelitian yang disarankan dapat memprediksi variabel dependen dengan lebih baik. “Nilai *R-square* sebesar 0,672 untuk ukuran *self-efficacy* menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang cukup besar (kuat) terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, yang lebih besar dari 0,67”. Nilai *R-square* sebesar 0,620 untuk variabel *entrepreneurship interest* menunjukkan hubungan yang moderat (sedang) antara variabel independen dan dependen, karena kurang dari 0,67 tetapi lebih besar dari 0,33.

### Hasil Effect Size

*Effect Size* bertujuan untuk mengukur perubahan nilai R-Square jika konstruk prediktor dihilangkan dari konstruk endogen. Nilai *Effect Size* dibawah 0,02 menunjukkan tidak adanya pengaruh, sebesar 0,02 sampai 0,1499 memiliki pengaruh kecil, 0,15 sampai 0,3499 memiliki pengaruh moderat (sedang), dan lebih besar sama dengan dari 0,35 memiliki pengaruh besar (Yamin & Kurniawan, 2011 dalam Ekadjaja dan Adiwijaya, 2023). Pada penelitian ini nilai *f-square* berkisar di antara 0,064 sampai 0,111 yang berarti pengaruh kecil, kecuali penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha yang bernilai 0,002 yang berarti tidak memiliki pengaruh.

### Hasil Path Coefficients

*Path Coefficient* atau yang biasa disebut dengan analisis jalur bertujuan untuk memahami bagaimana variabel-variabel saling berinteraksi. Nilai terbentang dari -1 sampai +1. “Jika koefisien mendekati -1 berarti hubungan negatif dan kuat, sebaliknya jika koefisien +1 berarti hubungan positif dan kuat” (Hair *et al.*, 2019 dalam Alvin *et al.*, 2023). Dalam penelitian ini, hasil *path coefficients* berkisar di 0,051 sampai 0,352 yang menandakan hubungan positif.

### Hasil Goodness of Fit (GoF)

Uji *Goodness of Fit* (GoF) digunakan untuk mengevaluasi validitas model struktural secara menyeluruh. Rentang nilai Gof berada di antara 0 sampai 1. Nilai GoF termasuk kategori kecil jika 0,10 sampai 0,24, termasuk kategori moderat (sedang) jika 0,25 sampai 0,35, dan kategori besar jika lebih dari 0,36. Pada penelitian ini, nilai GoF sebesar 0,5996 yang berarti variabel penelitian baik (*fit*).

### Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk memverifikasi kebenaran suatu dugaan atau pernyataan secara statistik dan menentukan apakah hubungan antara variabel tersebut dapat diterima atau ditolak.

Hipotesis pertama (H1) menunjukkan motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha karena nilai t-statistic lebih dari 1,96 dan P values lebih kecil dari 0,05. Pernyataan ini sejalan dengan Sosiady dan Ermansyah (2023), Abdullah dan Septiany (2019), Martini *et al.* (2024), dan Telaumbanua (2023). Jika individu memiliki motivasi berwirausaha, secara alami akan memiliki keinginan untuk memulai usaha.

Hipotesis kedua (H2) menunjukkan pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha karena nilai t-statistic lebih dari 1,96 dan P values lebih kecil dari 0,05. Hasil ini sejalan dengan penelitian Christianingrum dan Rosalina (2017) dan Dewi *et al.* (2019). Pembelajaran kewirausahaan akan membuat individu mendapatkan pengalaman secara langsung yang kemudian dapat mempengaruhi minat.

Hipotesis ketiga (H3) menunjukkan penggunaan media sosial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat berwirausaha karena hasil t-statistic sebesar 0,556 kurang dari 1,96 dan nilai P values 0,578 lebih besar dari 0,05. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Firman dan Putra (2020). Meskipun media sosial berperan dalam memberikan informasi dan inspirasi, pengaruhnya belum cukup kuat secara signifikan meningkatkan minat berwirausaha.

Hipotesis keempat (H4) menunjukkan hasil yang positif dan signifikan pada efikasi diri terhadap minat berwirausaha karena nilai t-statistic lebih dari 1,96 dan P values lebih kecil dari 0,05. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sulistiowati *et al.*, (2024), Rahayu dan Kurniawan (2022), dan Andini *et al.* (2024). Efikasi diri yang tinggi memberikan individu keberanian untuk mengambil risiko dan menghadapi tantangan.

Hipotesis kelima (H5) menunjukkan motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri karena nilai t-statistic lebih dari 1,96 dan P values lebih kecil dari 0,05. Penelitian ini sejalan dengan Andini *et al.*, (2024), Karya *et al.*, (2023), dan Munawar dan Suryana (2020). Semakin kuat dorongan untuk berwirausaha akan semakin besar juga keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya untuk meraih sukses.

Hipotesis keenam (H6) menunjukkan hasil positif dan signifikan pembelajaran kewirausahaan terhadap efikasi diri karena nilai t-statistic lebih dari 1,96 dan P values lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan Karya *et al.*, (2023), Nengseh dan Kurniawan (2021), dan Mugiyatun dan Khafid (2020). Tanpa pembelajaran yang memadai, individu cenderung merasa kurang persiapan dan pengetahuan membuat merasa kurang siap dan kurang percaya diri untuk memulai berwirausaha.

Hipotesis ketujuh (H7) menunjukkan penggunaan media social berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri karena nilai t-statistic lebih dari 1,96 dan P values lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Pagarra *et al.*, (2023) dan Suandari dan Prianthara (2024). Media sosial menjadi tempat bertukar komunikasi dan berbagi pengalaman yang dapat meningkatkan efikasi diri individu dalam mencapai suatu tujuan.

### **Hasil Uji Mediasi**

Suliyanto (2011 dalam Munawaroh, 2015) mengklasifikasikan analisis mediasi menjadi 3, yaitu mediasi sempurna (*perfect mediatoin*), mediasi parsial (*partial mediation*), dan tidak termediasi (*no mediation*). Pada penelitian ini, hipotesis 8 menunjukkan hasil positif namun tidak signifikan

pada motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri karena nilai *t-statistic* kurang dari 1,96 dan *P values* lebih besar dari 0,05. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Agusmiati dan Wahyudin (2018). Individu yang termotivasi untuk berwirausaha cenderung memiliki keyakinan dengan kemampuan mereka untuk memulai usaha. Meskipun perubahannya tidak cukup besar untuk mempengaruhi minat berwirausaha.

Sedangkan hipotesis 9 dikatakan positif dan signifikan pada pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri karena nilai *t-statistic* 1,966 melebihi 1,96 dan *P values* 0,049 lebih kecil dari 0,05. Penelitian ini didukung dengan penelitian Isma et al., (2024), Tahir et al., (2024), dan Maulidya dan Patrikha (2022). Semakin banyak pembelajaran atau pelatihan yang didapatkan, akan semakin besar rasa percaya diri individu untuk menjalankan bisnis yang kemudian meningkatkan minat untuk berwirausaha.

Hipotesis 10 dinyatakan positif namun tidak signifikan pada penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri karena nilai *t-statistic* kurang dari 1,96 dan *P values* lebih besar dari 0,05. Hasil ini didukung oleh Dhitara dan Ardiansyah (2022) dan Afiyati dan Santoso (2022). Melalui media sosial, individu bisa mendapatkan informasi mengenai kewirausahaan yang akan meningkatkan rasa percaya diri mereka dalam kemampuannya menjalankan usaha.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Minat mahasiswa/i kewirausahaan universitas di Jakarta Barat secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh motivasi kewirausahaan, pembelajaran kewirausahaan, dan efikasi diri, menurut temuan pengolahan data yang telah dirinci. Mahasiswa/i perguruan tinggi di Jakarta Barat yang tertarik memulai bisnis mereka sendiri telah menunjukkan efek yang positif, tetapi tidak signifikan secara statistik, dari penggunaan media sosial. Mahasiswa/i perguruan tinggi di Jakarta Barat yang sedang/telah belajar kewirausahaan melaporkan tingkat efikasi diri yang lebih tinggi setelah terlibat dalam pembelajaran kewirausahaan, menggunakan media sosial, dan termotivasi untuk memulai bisnis mereka sendiri. Mahasiswa/i kewirausahaan universitas di Jakarta Barat dipengaruhi oleh motivasi kewirausahaan dan penggunaan media sosial, yang memiliki dampak positif tetapi tidak signifikan terhadap minat mereka dalam berwirausaha melalui efikasi diri. Mahasiswa/i kewirausahaan universitas di Jakarta Barat melaporkan hubungan yang positif dan signifikan secara statistik antara pembelajaran kewirausahaan dan keinginan berwirausaha sebagaimana diukur dengan efikasi diri.

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat menambah ukuran sampel penelitian dan memperluas jangkauan pengumpulan sampel. Bagi perguruan tinggi, agar dapat melatih dan menumbuhkan efikasi diri setiap mahasiswa dalam kegiatan berwirausaha dan mendorong mahasiswa agar dapat memanfaatkan penggunaan media sosial untuk memperoleh informasi mengenai kewirausahaan di era globalisasi ini. Bagi calon wirausaha, agar dapat menumbuhkan motivasi berwirausaha, sehingga dapat memulai dan menjalankan usaha dengan serius. Peneliti menyarankan agar mengembangkan secara terus menerus pembelajaran kewirausahaan agar mendapatkan pengetahuan yang berguna untuk membangun dan mengembangkan usaha. Peneliti juga menyarankan untuk menggunakan media sosial untuk membantu menyesuaikan usaha sesuai dengan kebutuhan di masa kini. Peneliti juga menyarankan untuk tetap percaya pada diri sendiri akan kemampuannya selama menjalankan usaha.

### Ucapan Terima Kasih

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM UNTAR) atas dukungan hibah tugas akhir. Selain itu, peneliti juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada para responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuisioner, sehingga memberikan kelancaran penyelesaian penelitian ini.

### REFERENSI

- Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Survey Design: Cross Sectional dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 31-39. doi: <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1955>
- Abdullah, D., & Septiany, F. R. (2019). Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha: (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka). *Jurnal Co Management*, 1(3), 316-331. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i2.124>
- Adinda, R., (2022). Memahami Self Efficacy atau Efikasi Diri. Gamedia Blog. Retrieved September 22, 2024, from Gamedia: [https://www.gamedia.com/best-seller/efikasi-diri-efikasi-diri/#google\\_vignette](https://www.gamedia.com/best-seller/efikasi-diri-efikasi-diri/#google_vignette)
- Afiyati, L. S., & Santoso, J. T. B. (2022). Self Efficacy Memediasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Teaching Factory, dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha. *Business and Accounting Education Journal*, 3(3), 347-363. doi: <https://doi.org/10.15294/baej.v3i3.57080>
- Agusmiati, D., & Wahyudin, A. (2018). Pengaruh lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan, kepribadian, dan motivasi, terhadap minat berwirausaha dengan self efficacy sebagai variabel moderating. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), doi: <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28317878-893>.
- Ahmad, N. F. (2019). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar). Retrieved from <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/14749>
- Alvin, A., Nastiti, P., & Marsella, E. (2023). Identifikasi Faktor Loyalitas Pengguna pada Shopee Games Menggunakan Expectation-Confirmation Model (ECM). *Edu Komputika Journal*, 10(1), 38-45. doi: <https://doi.org/10.15294/edukomputika.v10i1.61821>
- Andini, G. M. A., Farida, E., & Hardaningtyas, R. T. (2024). Pengaruh Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Motivation Terhadap Entrepreneurial Intention Dengan Entrepreneurial Self-Efficacy Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 1005-1015. Retrieved from <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/24185>
- Arifin, Z dan Ziyad, M., (2018). Pengaruh Pekerjaan Orang Tua, Pendidikan Kewirausahaan dan Asal Etnis Terhadap Minat BERwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan Vol 2 No. 1: 1-11*
- Ariyanto, T., Herwin, H., & Sujati, H. (2023). Uji Validitas Dan Reliabilitas Konstruk Instrumen Tes Kemampuan Operasi Hitung Bilangan Bulat Menggunakan CFA. *AKSIOMA: Jurnal Program Studi Pendidikan Matematika*, 12(3), 2977-2987. doi: <https://doi.org/10.24127/ajpm.v12i3.7482>
- Atmaja, A. T., & Margunani, M. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Aktivitas Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Economic Education Analysis Journal*, 5(3), 774-774. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/sju/eeaj/article/view/13578>

- 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*, 11(8), 1-17. doi:<https://doi.org/10.3390/su11082431>
- Bps.go.id (2023, 22 Desember). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan III – 2023. Retrieved September 21, 2024, from <https://www.bps.go.id/id/infographic?id=918>
- Chindya, P., & Lubis, P. K. D. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Efikasi Diri Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020 Universitas Negeri Medan. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4), 12614-12625. doi: <https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i4.32380>
- Christianingrum & Rosalina, E. (2017). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Integrated Journal of Business And Economics (IJBE)*, 1(1), 45-55. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/255744-effect-of-entrepreneurship-learning-on-i-3f048f0c.pdf>
- Dewi, V. N., Casmudi., & Deden. (2019). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Kreativitas Usaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMA Patra Dharma Balikpapan Tahun Ajaran 2018/2019. *Jurnal Edueco*, 2(2), 36-41. doi: <https://doi.org/10.36277/edueco.v2i2.43>
- Dhitara, P. Y. A., & Ardiansyah, E. H. (2022). Pengaruh Use of Sosmed dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Variabel Intervening Efikasi Diri. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(1), 1-12.
- Dora, Y.M. (2019). Minat, Jiwa Kewirausahaan, dan Pengetahuan untuk kesiapan berwirausaha. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. 3(1), doi: <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3535>
- Ekadjaja, M., & Adiwijaya, E. (2023). Modul Pelatihan Smart PLS: Penggunaan Smart PLS 4.0 Dalam Penelitian. Jakarta: Laboratorium Manajemen.
- Firman, A., & Putra, A. H. P. K. (2020). The Effect of Social Media Utilization, Campus Environment and Entrepreneurship Knowledge on Student Entrepreneurial Interest. *Point Of View Research Management*, 1(4), 131-143. Retrieved from <https://journal.accountingpointofview.id/index.php/POVREMA/article/view/101>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24. doi: <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Indraswati, D., Hidayati, V. R., Wulandari, N. P., & Mauliyda, M. A. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 17-34. doi: <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n1.p17-34>
- Irawan, P., Purwandari, E., Ratu, L. P., Khoirudin, A., & Iskandar, E. (2023). The Role of Entrepreneurship Learning in Growing Student Entrepreneurial Interest. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(1), 97-106. doi: 10.31932/jpe.v8i1.2306
- Isma, A., Yusri, M., Bahri, S., Wati, I., & Oktavio, A. (2024). Do Family Environment and Entrepreneurship Learning among Students Contribute to Entrepreneurial Interest through Self Efficacy as an Intervening Variable?. *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences*, 6(1), 114-122. doi: <https://doi.org/10.56338/ijhess.v6i1.4749>
- Julindrastuti, D., & Karyadi, I. (2022). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 7-20. doi: <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.98>

- Karya, D. F., Anshori, M. Y., Elfita, R. A., Sahrin, L. A., & Gita, M. N. (2023). Internal Locus of Control, Entrepreneurial Learning, Risk Tolerance on Self-efficacy, and Entrepreneurial Intention. In Proceedings of the 19th International Symposium on Management (INSYMA 2022), 223, 339-348. doi: 10.2991/978-94-6463-008-4\_44
- Kemendikbud (2021, 31 Juli). Kemendikbudristek Dorong Tumbuh Wirausaha Baru Melalui Pendidikan Kecakapan Wirausaha. Retrieved September 22, 2024, from <https://www.kemendikbud.go.id/main/blog/2021/08/kemendikbudristek-dorong-tumbuh-wirausaha-baru-melalui-pendidikan-kecakapan-wirausaha>
- Kemenkeu.com. (6 Mei 2024). Pertumbuhan Ekonomi Triwulan I 2024 Tetap Kuat di Tengah Perlambatan Ekonomi Global. Retrieved September 21, 2024, from <https://fiskal.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers-detil/571>.
- Kemenkeu.go.id (2021, 2 November). Pengaruh Positif dan Negatif Sosial Terhadap Masyarakat. Retrieved September 21, 2024, from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14366/pengaruh-positif-dan-negatif-media-sosial-terhadap-masyarakat.html>
- Martini, I. A. O., Sari, D. M. F. P., Sarmawa, I. W. G., Qomariah, N., & Ridwan, W. (2024). Mediation of Entrepreneurial Motivation: The Role of Entrepreneur Learning, Self-Efficacy and Family Environment in Increasing Interest in Entrepreneurship. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 22(2), 294-311. doi: <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2024.022.02.02>
- Maulidya, N. N., & Patrikha, F. D. (2022). Pengaruh mata kuliah kewirausahaan dan family environment terhadap interest entrepreneurship melalui self-efficacy pada mahasiswa feb universitas negeri surabaya. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 14142-14152. doi: <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i2.4680>
- Mugiyatun, M., & Khafid, M. (2020). Pengaruh prakerin, 90nstrumentkewirausahaan, dan lingkungan keluarga dengan self efficacy sebagai variabel intervening terhadap minat berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 100-118.
- Munawar, A & Suryana (2020). The Influence of Entrepreneurial Learning and The Motivation to the Entrepreneurial Interest of Students with Self Efficacy as Variable Intervening. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 4(3), 424-435. doi: 10.31764/jmm.v4i3.2492
- Munawaroh. (2015). Analisis Regresi Variabel Mediasi dengan Metode Kausal Step. *Jurnal Ekspansional*. Vol 6 (2). [https://fmipa.unmul.ac.id/files/docs/\[24\]%20Jur na l%20Munawaroh%20Edit.pdf](https://fmipa.unmul.ac.id/files/docs/[24]%20Jur%20na%20Munawaroh%20Edit.pdf)
- Mustapa, A., Machmud, R., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau 91 Food. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 264-270. doi: <https://doi.org/10.37479/jimb.v5i1.14898>
- Nengseh, R. R., & Kurniawan, R. Y. (2021). Efikasi Diri sebagai Mediasi Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 9(2), 156-167. doi: 10.33603/ejpe.v9i2.5157
- Nurdiana, N., Rahmatullah, R., Hasan, M., Nurjannah, N., & Fitriani, F. (2022). Pengetahuan Wirausaha, Motivasi Berwirausaha, Kondisi Sosial Ekonomi Dan Lingkungan Keluarga, Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Promosi Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 10(2). doi: <http://dx.doi.org/10.24127/pro.v10i2.6712>
- Pagarra, H., Raihan, S., & Yusuf, M. (2023). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Self-Efficacy Siswa UPT SPF SD Inpres Batua II Kota Makassar. *Jurnal Metafora Pendidikan (JMP)*, 1(1), 71-80. Retrieved from <http://www.journal.arthamaramedia.co.id/index.php/jmp>

- Prasetyo, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Serasi*, 18(1), 35-46. doi: <https://dx.doi.org/10.36080/js.v18i1.1040>
- Purwanto, F. X. A. (2016). 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), 104-127.
- Rahayu, M. P., & Kurniawan, R. Y. (2022). Analisis pengaruh pendidikan kewirausahaan dan efikasi diri sebagai motivasi berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Paedagogy*, 9(4), 834-845. doi: <https://doi.org/10.33394/jp.v9i4.5465>
- Rahman, A., (2023, 23 Oktober). Manfaat dalam Belajar Kewirausahaan. Kompasiana. Retrieved September 22, 2024, from <https://www.kompasiana.com/arfirahman9081/6536870c06b56a04d862bd> 92/manfaat-dalam-belajar-kewirausahaan.
- Riki, R., Kremer, H., Suratman, S., Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto, H. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. *Jurnal Cafeteria*, 4(1), 98-105
- Shen, Y., Wang, Q., Hua, D., & Zhang, Z. (2021). Entrepreneurial learning, self-efficacy, and firm performance: Exploring moderating effect of entrepreneurial orientation. *Frontiers in psychology*, 12, 731628. doi: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.731628>
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kepuasan kerja. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2). doi: <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Sosiady, M & Ermansyah (2023). The Influence of Entrepreneurial Motivation, Entrepreneurial Learning, and the Use of Social Media on Student Entrepreneurship Interest. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 4(2), 1-13. doi: <https://doi.org/10.7777/jiemar.v4i2.453>
- Suandari, P. V. L., & Prianthara, I. M. D. (2024). The Use of Social Media and SelfEfficacy in the Application of Healthy Behavior in Changing Religious Behavior Activities in the Province of Bali. *The Indonesian Journal of Public Health*, 19(1), 143-156. doi: <https://doi.org/10.20473/ijph.v19i1.2024.143-156>
- Sugiyono (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung. Retrieved from [https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=1879&keywords=](https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1879&keywords=)
- Sulistiowati, L. A., Indaryani, M., & Wismar'ein, D. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Intervening Pada Siswa Smk Negeri 1 Pati. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 8(1), 297-310. doi: <https://doi.org/10.35308/jbkan.v8i1.9425>
- Sumerta, I. K., Redianingsih, N. K., Pranawa, I. M. B., & Indahyani, D. N. T. (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*, 7(9), 627-652. doi: [10.24843/EEB.2020.v09.i07.p03](https://doi.org/10.24843/EEB.2020.v09.i07.p03)
- Tahir, T., Bahar, N., Hasan, M., Innana, & Supatminingsih, T. (2024). Analisis pola pendidikan ekonomi orang tua dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada keluarga petani Jeneponto. *Journal of Entrepreneurial Economic*, 1(1), 18-29. <https://doi.org/10.61511/jane.v1i1.2024.644>

- Taleumbanua, R. (2023). Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Uniraya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 6(1), 143-152
- Widodo, S. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Perencanaan Strategi, Isu-Isu Utama dan Globalisasi*. Bandung: Manggu Media
- Wirjadi, J. E., & Wijaya, A. (2023). Pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha dengan Sikap dan Kreativitas Kewirausahaan sebagai Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 540-548. doi: 10.24912/jmk.v5i2.23425
- Zagoto, S. F. L. (2019). Efikasi diri dalam proses pembelajaran. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 2(2), 386-391. doi: <https://doi.org/10.31004/jrpp.v2i2.667>
- Zuniananta, L. E. (2023). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Informasi Di Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(4), 37-42. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/40240>