DIAJAR: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran
https://journal.yp3a.org/index.php/DIAJAR
e-ISSN 2810-0417 | p-ISSN 2810-0786
Vol. 5 No. 4 (Oktober 2026) 1464-1475
DOI: 10.54259/diajar.v5i4.8541

Pengaruh Media Sosial dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Nusa Cendana

Irene Theresia Baha Belutowe[1], Agustina Butar-Butar[2], Fernando Saragih[3]
[1,2,3]Pendidikan Ekonomi, Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Nusa Cendana, Kupang, Indonesia
Email: [1]irennetheresyaa@gmail.com, [2]agustina.butarbutar@staf.undana.ac.id,
[3]fernando.saragih@staf.undana.ac.id

Informasi Artikel
Submitted: 02-07-2026
Accepted: 20-08-2026
Published: 10-10-2026

Keywords:
Social Media
Family Environment
Entrepreneurial
Student
Entrepreneurship

Abstract

This study investigates the degree to which social media usage and family environment factors shape the development of entrepreneurial interest among students at Universitas Nusa Cendana, Kupang. It is motivated by the observation that student interest in entrepreneurship remains fairly limited, given that most graduates tend to seek formal employment in institutions or companies rather than starting their own ventures. This pattern highlights the importance of exploring what drives entrepreneurial enthusiasm, particularly influences stemming from digital media exposure and support from family. Employing a quantitative, survey-based design, the research drew on responses from one hundred students at Universitas Nusa Cendana who were regular social media users with a basic grasp of entrepreneurial concepts. Data were gathered through a questionnaire built around indicators for each variable, then subjected to classical assumption testing before being processed through multiple linear regression using SPSS. Findings indicate that social media (X1) and family environment (X2) each exert a positive and meaningful effect on entrepreneurial interest. The regression coefficient for social media stood at 0.239 with a significance value of 0.004, while family environment showed a coefficient of 0.259 with a significance of 0.002, both meeting the required threshold below 0.05. Family environment emerged as the more influential factor, evidenced by beta values of 0.311 versus 0.289. Combined, the two variables explain roughly 25.6% of the variation in entrepreneurial interest, while the remaining 74.4% is attributable to factors outside this study's scope.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengkaji sejauh mana intensitas penggunaan media sosial dan kondisi lingkungan keluarga berkontribusi terhadap tumbuhnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Universitas Nusa Cendana, Kupang. Latar belakang kajian ini bermula dari rendahnya ketertarikan mahasiswa terhadap dunia usaha, sebab mayoritas cenderung berorientasi menjadi pegawai di instansi atau perusahaan dibandingkan membangun usaha sendiri. Kondisi tersebut mendorong perlunya penelusuran lebih mendalam terhadap faktor-faktor yang mampu membangkitkan semangat berwirausaha, khususnya yang bersumber dari paparan informasi digital serta dukungan keluarga. Guna menjawab persoalan tersebut, penelitian menggunakan desain kuantitatif dengan metode survei, melibatkan seratus mahasiswa Universitas Nusa Cendana yang aktif bermedia sosial dan telah memiliki pemahaman dasar mengenai kewirausahaan. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel, kemudian data diuji melalui asumsi klasik sebelum dianalisis menggunakan regresi linier berganda berbantuan SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa media sosial (X1) dan lingkungan keluarga (X2) sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Media sosial memiliki

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

koefisien regresi 0,239 dengan signifikansi 0,004, sementara lingkungan keluarga menunjukkan koefisien 0,259 dengan signifikansi 0,002 keduanya memenuhi syarat signifikansi di bawah 0,05. Lingkungan keluarga terbukti memberi pengaruh yang lebih dominan dibandingkan media sosial, terlihat dari nilai beta 0,311 berbanding 0,289. Secara simultan, kedua variabel ini mampu menjelaskan sekitar 25,6% variasi minat berwirausaha, sedangkan 74,4% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar cakupan penelitian.

Kata Kunci: Media Sosial, Lingkungan Keluarga, Minat Berwirausaha, Mahasiswa, Kewirausahaan.

1. PENDAHULUAN

Perguruan tinggi memiliki peran penting dalam membentuk kompetensi serta jiwa kewirausahaan mahasiswa sebagai bekal menghadapi dunia kerja yang semakin kompetitif. Upaya tersebut tidak hanya dilakukan melalui pembelajaran formal di dalam kelas, tetapi juga didukung oleh berbagai sumber belajar yang berkembang seiring kemajuan teknologi informasi. Salah satu media yang banyak dimanfaatkan mahasiswa adalah media sosial yang menyediakan berbagai informasi mengenai peluang usaha, strategi pemasaran, pengalaman pelaku usaha, hingga perkembangan dunia bisnis. Selain itu, lingkungan keluarga merupakan lingkungan pertama yang berperan dalam membentuk karakter, pola pikir, nilai, dan keberanian mahasiswa dalam menentukan pilihan karier, termasuk menjadi seorang wirausaha. Oleh karena itu, sinergi antara pembelajaran formal di perguruan tinggi, pemanfaatan media sosial, dan dukungan keluarga diharapkan mampu meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha.

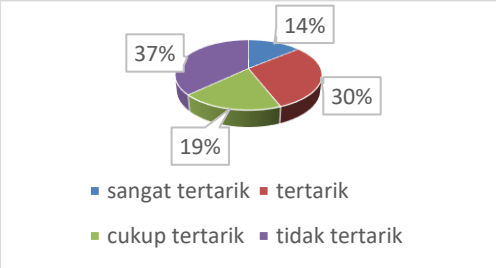
Minat berwirausaha merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih kegiatan usaha sebagai pilihan karier yang diwujudkan melalui adanya keinginan, perhatian, serta kesiapan dalam memulai dan mengembangkan usaha secara mandiri [1]. Minat tersebut tidak muncul secara spontan, tetapi berkembang melalui proses belajar, pengalaman, serta pengaruh lingkungan yang membentuk keyakinan, sikap, dan motivasi seseorang terhadap dunia usaha.

Kewirausahaan memiliki peran emiliki kontribusi signifikan terhadap laju pertumbuhan ekonomi melalui pengelolaan sumber daya secara efektif secara produktif sehingga menghasilkan nilai tambah bagi masyarakat. Selain memberikan kesempatan kepada individu untuk meningkatkan pendapatan, kegiatan kewirausahaan turut berperan dalam membuka peluang kerja baru, menekan angka pengangguran, serta mendorong kesejahteraan masyarakat [2]. Bagi mahasiswa, kewirausahaan menjadi salah satu alternatif dalam membangun kemandirian ekonomi sekaligus menerapkan wawasan serta keahlian yang diperoleh selama menjalani masa studi.

Selain berorientasi pada pembentukan usaha baru, kewirausahaan juga menuntut kemampuan untuk menciptakan inovasi pada produk maupun jasa yang ditawarkan. Perubahan Perubahan kebutuhan dan selera konsumen yang terus terjadi menuntut para pelaku usaha untuk senantiasa berinovasi demi menjaga daya saing mereka di pasar Oleh sebab itu, kreativitas dan inovasi menjadi unsur penting dalam menunjang keberhasilan serta keberlanjutan suatu usaha [3].

Meskipun kewirausahaan memberikan berbagai manfaat, minat berwirausaha mahasiswa Universitas Nusa Cendana masih belum berkembang secara optimal. Sebagian mahasiswa masih lebih memilih bekerja sebagai pegawai setelah menyelesaikan pendidikan dibandingkan membangun usaha sendiri. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain rendahnya kepercayaan diri, terbatasnya pengalaman berwirausaha, kurangnya pengetahuan mengenai dunia usaha, keterbatasan modal, serta kekhawatiran terhadap risiko kegagalan [4]. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa orientasi mahasiswa masih cenderung lebih dominan berperan sebagai pencari kerja (job seeker) daripada pencipta lapangan kerja (job creator) [5].

Untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi minat berwirausaha mahasiswa Universitas Nusa Cendana, peneliti melakukan survei pendahuluan. Hasil survei tersebut disajikan pada Gambar 1.1.

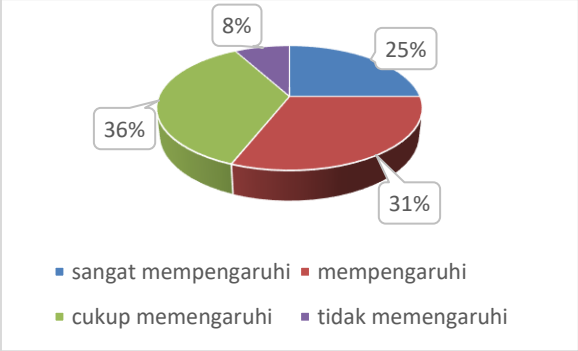


Gambar 1.1 Rendahnya minat berwirausaha

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Berdasarkan Gambar 1.1 sebagian besar responden menunjukkan tingkat minat berwirausaha yang masih rendah. Sebanyak 37% responden menyatakan tidak tertarik, 19% menyatakan cukup tertarik, 30% menyatakan tertarik, dan hanya 14% yang menyatakan sangat tertarik untuk berwirausaha. Temuan tersebut menunjukkan bahwa motivasi mahasiswa dalam memilih wirausaha sebagai pilihan karier masih perlu ditingkatkan melalui berbagai program pembelajaran, pendampingan, dan penguatan kompetensi kewirausahaan.

Selain mengidentifikasi tingkat minat berwirausaha, penelitian pendahuluan juga mengkaji persepsi pandangan responden mengenai peran media sosial dan lingkungan keluarga dalam memengaruhi minat berwirausaha. Hasilnya disajikan pada Gambar 1.2



Gambar 1.2 Dukungan media sosial dan lingkungan sosial

Berdasarkan Gambar 2, mayoritas responden menilai bahwa media sosial dan lingkungan keluarga memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha. Sebanyak 36% responden menyatakan cukup memengaruhi, 31% menyatakan memengaruhi, 25% menyatakan sangat memengaruhi, sedangkan hanya 8% yang menyatakan tidak memengaruhi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kedua faktor tersebut memiliki potensi besar dalam mendorong tumbuhnya minat berwirausaha mahasiswa.

Untuk menjelaskan fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) sebagai landasan teoritis. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang diawali oleh adanya niat (*intention*) untuk melakukan suatu tindakan [6]. Pembentukan niat tersebut ditentukan oleh tiga aspek inti, yaitu sikap (attitude), norma subjektif (subjective norms), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control). Sikap menunjukkan bagaimana seseorang menilai suatu perilaku secara pribadi; sedangkan norma subjektif merepresentasikan tekanan atau pengaruh sosial yang dirasakan seseorang dalam menentukan pilihan; sedangkan persepsi kontrol perilaku mengacu pada tingkat keyakinan diri seseorang terhadap kesanggupannya dalam menjalankan suatu perilaku. Ketiga komponen tersebut saling berinteraksi dalam membentuk niat seseorang yang dipengaruhi oleh pengalaman, lingkungan sosial, serta informasi yang diperoleh [7].

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Dalam penelitian ini, faktor eksternal yang dikaji adalah media sosial dan lingkungan keluarga. Media sosial memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk memperoleh informasi mengenai peluang usaha, strategi pemasaran, pengalaman pelaku usaha, serta berbagai konten kewirausahaan yang dapat meningkatkan pengetahuan dan motivasi untuk memulai usaha [8]. Sementara itu, lingkungan keluarga berperan dalam membentuk nilai, karakter, serta keberanian mahasiswa melalui dukungan moral, keteladanan orang tua, dan kondisi ekonomi keluarga yang kondusif sehingga mendorong tumbuhnya minat berwirausaha [9].

Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa keterlibatan dalam media sosial secara aktif berpengaruh positif terhadap peningkatan minat berwirausaha mahasiswa karena mampu memperluas akses informasi dan memberikan motivasi melalui berbagai konten inspiratif [10]. Di samping itu, dukungan dari lingkungan keluarga, terutama apabila orang tua memiliki pengalaman berwirausaha, mampu menumbuhkan keberanian dan kepercayaan diri mahasiswa untuk memulai usaha [11]. Hasil penelitian di tingkat internasional juga mengungkapkan bahwa paparan media digital serta dukungan sosial dari keluarga merupakan faktor penting yang membentuk intensi berwirausaha mahasiswa di negara berkembang [12].

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengkajian media sosial dan lingkungan keluarga sebagai satu kesatuan ekosistem pembelajaran informal yang saling melengkapi proses pembelajaran kewirausahaan formal di perguruan tinggi. Media sosial dipandang sebagai ruang belajar mandiri yang memperluas akses mahasiswa terhadap informasi dan pengalaman kewirausahaan, sedangkan lingkungan keluarga berfungsi

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

sebagai agen sosialisasi pertama yang menanamkan nilai, karakter, serta motivasi berwirausaha sejak dini. Penelitian yang dilakukan pada mahasiswa Universitas Nusa Cendana diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai kontribusi kedua faktor tersebut dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa pada perguruan tinggi di wilayah berkembang sekaligus menjadi dasar dalam penyusunan strategi penguatan pendidikan kewirausahaan yang lebih efektif.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, yang bertujuan untuk mengumpulkan data secara terstruktur dari para responden yang telah ditentukan sebelumnya. Melalui pendekatan ini, dapat diketahui seberapa besar pengaruh antara media sosial dan lingkungan keluarga dengan minat berwirausaha mahasiswa Universitas Nusa Cendana. Penelitian dilaksanakan di Universitas Nusa Cendana yang berlokasi di Kota Kupang, ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Timur. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa Universitas Nusa Cendana, dengan melibatkan 100 responden sebagai sampel, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan dua kriteria pokok yang telah dirumuskan sebelumnya. pertama adalah keaktifan mahasiswa dalam menggunakan media sosial, yang dioperasionalkan sebagai kebiasaan mengakses paling sedikit satu platform media sosial (misalnya Instagram, TikTok, atau Facebook) secara rutin setiap harinya. Kriteria kedua adalah pemahaman mahasiswa terhadap kewirausahaan, yang dioperasionalkan melalui status kelulusan mahasiswa pada mata kuliah Kewirausahaan di program studinya masing-masing, sehingga mahasiswa tersebut telah memiliki dasar pengetahuan mengenai konsep serta praktik kewirausahaan sebelum mengisi kuesioner penelitian.

Table 1. Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator
X1 (Media Sosial)	Media sosial merupakan media yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi dan berpartisipasi dalam kehidupan sosial secara lebih luas [13].	Tingkat keaktifan dalam menggunakan media sosial, pemanfaatan konten bertema bisnis, interaksi dengan para pelaku usaha, penggunaan media sosial untuk keperluan promosi, serta pemanfaatannya sebagai sarana edukasi bisnis (dengan mengikuti akun atau konten edukatif yang berkaitan dengan kewirausahaan) [14].
X2 (Lingkungan Keluarga)	Lingkungan keluarga merupakan institusi sosial pertama yang dikenal individu, yang kontribusinya sangat besar dalam membentuk sikap, karakter, serta pola perilaku seseorang, termasuk di dalamnya minat dan cita-cita dalam dunia karier [15].	Pola asuh orang tua, keharmonisan hubungan keluarga, suasana rumah tangga, kondisi ekonomi keluarga, kepedulian orang tua, serta pembelajaran informal dari orang tua tentang nilai dan praktik wirausaha [16].
Y (Minat Berwirausaha)	Minat berwirausaha merupakan fondasi utama yang menjadi penentu tumbuhnya keinginan seseorang untuk memulai dan mengembangkan usaha [17].	Rasa tertarik, hasrat untuk mandiri, keberanian menghadapi risiko, keikutsertaan dalam aktivitas wirausaha, serta niat merintis usaha [18].

Data yang dipakai dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengumpulan langsung di lapangan, yaitu melalui penyebaran kuesioner kepada para responden guna memperoleh informasi terkait masing-masing variabel yang menjadi objek kajian. Penyusunan kuesioner tersebut mengacu pada indikator-indikator dari ketiga variabel penelitian, yakni Media Sosial (X1), Lingkungan Keluarga (X2), serta Minat Berwirausaha (Y).

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	r Hitung	**Cronbach's Alpha**	**Keterangan**
Media sosial X1 (8 pernyataan)	0,757 – 0,909	0,936	Valid (r Table: 0,349) (Standard Cronbach's alpha: 0,60)
Lingkungan Keluarga X2 (8 Pernyataan)	0,737 – 0,866	0,921	
Minta Berwirausaha Y (8 pernyataan)	0,754 – 0,897	0,927	

Sumber: Data SPSS

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa setiap butir poin pernyataan untuk mengukur variabel Media Sosial (X1), Lingkungan Keluarga (X2), serta Minat Berwirausaha (Y) berada pada kategori yang memenuhi kriteria yang ditetapkan, sehingga instrumen tersebut layak digunakan dan dapat diandalkan sebagai alat untuk memperoleh data dalam penelitian ini.

Tabel 3. Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	**Parameter**	**Variabel**	**Nilai**	**Standar**	**Kesimpulan**
Normalitas	*Aymp.sig*	Residual	0,200	>0,05	Normal
Multikolinearitas	*Tolerance*	Media Sosial (X1)			
		Lingkungan Keluarga (X2)	0,820	>0,10	Bebas Multikolinearitas
		Minat			
	VIF	Media Sosial (X1)			
		Lingkungan Keluarga (X2)	1,220	<10,00	
		Minat			
Linearitas	*Sig. Deviation from Linearity*	Media Sosial (X1)	0.887		
		Lingkungan Keluarga (X2)	0,315	>0,05	Linear
		Minat			
Heteroskedasitas	*Sig. (Glesjer)*	Media Sosial (X1)	0,348		
		Lingkungan Keluarga (X2)	0,515	>0,05	Tidak terjadi heteroskedasitas
		Minat			

Sumber: Data SPSS

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik, model penelitian dinyatakan layak diterapkan dalam analisis regresi linier berganda. Hal ini terlihat dari nilai symp. Sig sebesar 0,200 yang melebihi 0,05 mengindikasikan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Di samping itu, nilai tolerance sebesar 0,820 serta nilai VIF 1,220 menunjukkan tidak adanya multikolinearitas. Selanjutnya, nilai Deviation from Linearity sebesar 0,887 dan 0,315 (>0,05) menandakan hubungan antarvariabel bersifat linier. Selain itu, nilai signifikansi heteroskedastisitas sebesar 0,348 dan 0,515 yang melebihi 0,05 menunjukkan bahwa model bebas dari gejala heteroskedastisitas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

3.1.1 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disajikan data karakteristik responden sebagai berikut:

Table 4 Karakteristik Responden

No	**Kategori**	**Presentase %**
Jenis Kelamin		
1	Laki-Laki	25,0%
2	Perempuan	75,0%
Total		**100%**
	Semester	
1	Semester 2	27,0%
2	Semester 4	12,0%

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

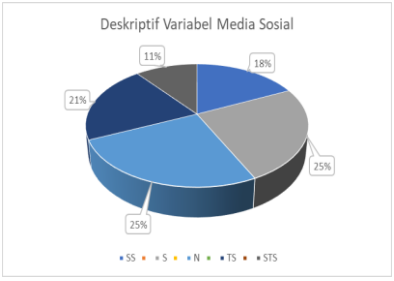
3	Semester 6	45,0%
4	Semester 8	10,0%
5	Semester 10	6,0%
Total		**100%**

Sumber data Olahan Penelitian

Berdasarkan table 4.1, Ditinjau dari jenis kelamin, mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan perempuan dengan jumlah 75 orang (75,0%), sementara responden laki-laki hanya berjumlah 25 orang (25,0%) dari keseluruhan 100 responden. Sementara itu, jika dilihat berdasarkan tingkat semester, sebagian besar responden tercatat sedang menempuh semester 6 (45,0%), kemudian disusul oleh semester 2 (27,0%), semester 4 (12,0%), semester 8 (10,0%), dan semester 10 (6,0%). Data tersebut mengindikasikan bahwa responden penelitian ini sebagian besar terdiri atas mahasiswi yang berada pada tahapan pertengahan masa studinya.

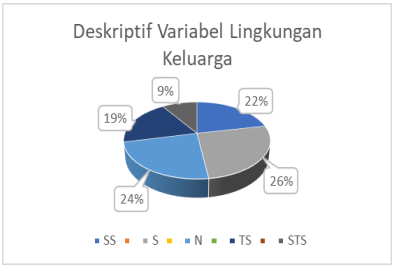
3.1.2 Deskriptif Variabel

Pada penelitian ini terdapat data deskriptif variabel yang dapat dilihat sebagai berikut:



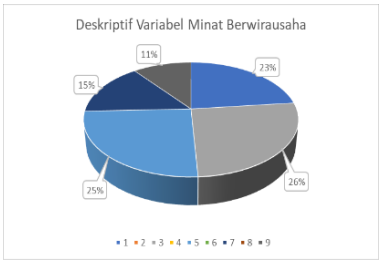
Sumber data: Olahan Penelitian

Diagram menunjukkan dua kategori dengan persentase tertinggi dan sama, masing-masing 25%, mencakup separuh responden. Kategori lainnya berturut-turut sebesar 21% dan 18%, sedangkan persentase terkecil hanya 11%. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian responden lebih terpusat pada dua kategori dengan nilai tertinggi.



Sumber Data: Olahan Penelitian

Hasil persentase di atas memperlihatkan bahwa nilai tertinggi tercatat sebesar 26%, kemudian disusul oleh 24% dan 22%, sementara persentase berikutnya sebesar 19%, dan persentase terendah hanya sebesar 9%. Sebaran nilai ini mengindikasikan bahwa penilaian responden terkait lingkungan keluarga cenderung berada pada kategori dengan persentase yang lebih tinggi.



Sumber Data: Olahan Penelitian

Data tersebut memperlihatkan bahwa nilai tertinggi tercatat sebesar 26%, diikuti oleh 25% dan 23%, sementara persentase berikutnya sebesar 15%, dan persentase terendah hanya sebesar 11%. Sebaran nilai ini mengindikasikan bahwa penilaian responden terhadap minat berwirausaha cenderung berada pada kategori dengan persentase yang lebih tinggi.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

3.1.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini telah di lakukan regresi linear berganda, adapun hasilnya sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
1	(Constant)	13,708	2,265		6,051	,001
	Media Sosial	,239	,080	,289	2,984	,004
	Lingkungan Keluarga	,259	,081	,311	3,218	,002

Sumber data SPSS

Persamaan regresi linear berganda yang digunakan pada penelitian ini adalah:

$$Y= 13,078 + 0,239 (X1) + 0,259 (X2)$$

3.1.4 Uji Hipotesis

1. Uji T

Untuk menguji pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat Y, digunakan uji t. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(constant)	13,078	2,262		6,051	,001
Media Sosial	,239	,080	,289	2,985	,004
Lingkungan Keluarga	,259	,081	,311	3,218	,002

Sumber data SPSS

Pengujian regresi berganda menghasilkan persamaan $Y = 13,078 + 0,239X_1 + 0,259X_2$. Kedua variabel bebas, yakni Media Sosial (Sig. = 0,004) dan Lingkungan Keluarga (Sig. = 0,002), masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi keduanya di bawah 0,05. Lingkungan keluarga menjadi variabel paling dominan dengan nilai beta 0,311 dibandingkan dengan media sosial sebesar 0,289.

2. Uji F

ji F ditujukan untuk mendeteksi ada atau tidaknya kontribusi signifikan yang diberikan oleh variabel X1 dan X2 secara serempak terhadap variabel Y. Berikut hasilnya:

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	325,950	2	162,975	16,714	,001[b]
Residual	945,810	97	9,751		
Total	1271,760	99			

Sumber data SPSS

Uji ANOVA menghasilkan F hitung 16,714 dengan signifikansi <0,001 (di bawah 0,05), menandakan model regresi layak (fit) serta media sosial dan lingkungan belajar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hal ini didukung nilai Sum of Squares Regression 325,950 dari total 1271,760.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berperan sebagai indikator yang menunjukkan besarnya kapasitas variabel X1 dan X2 dalam menjelaskan variasi pada variabel Y.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	,506[a]	,256	,241	3,12260

Sumber data SPSS

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Hasil tabel menunjukkan bahwa R = 0,506 menandakan hubungan cukup kuat antara variabel, dengan R Square 0,256 yang berarti variabel bebas menjelaskan 25,6% variasi pada Y, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Model ini memiliki Adjusted R-Square 0,241 dan tingkat kesalahan 3,12260.

3.2 Pembahasan Pengaruh Antar Variabel

3.2.1 Pengaruh Media Sosial (X1) terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Nusa Cendana (Y)

Hasil analisis data memperlihatkan bahwa keberadaan media sosial (X1) turut andil secara positif dan signifikan dalam menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Universitas Nusa Cendana (Y). Adapun t hitung yang dihasilkan sebesar 2,985, melampaui batas t tabel yaitu 1,985, sedangkan taraf signifikansinya berada di angka 0,004, masih di bawah ambang batas 0,05 yang menjadi syarat. Fenomena tersebut dapat dijelaskan sebab tingginya frekuensi pemakaian media sosial ditunjang oleh beragam indikator yang saling melengkapi. Kalangan mahasiswa yang aktif berselancar di media sosial dan telah mengantongi pengetahuan dasar kewirausahaan umumnya lebih sering bersentuhan dengan konten bertema bisnis misalnya kisah inspiratif para wirausahawan muda maupun kesempatan mempromosikan produk. Terpaan konten semacam ini kemudian melahirkan persepsi yang lebih positif sekaligus memperkuat dorongan mahasiswa untuk mulai merintis usaha.

Media sosial dapat difungsikan sebagai media pembelajaran nonformal yang turut memperdalam pemahaman mahasiswa mengenai kewirausahaan sekaligus membangkitkan keinginan mereka untuk merintis usaha sendiri. Merujuk pada teori Self-Directed Learning, ketika mahasiswa secara mandiri menentukan, mengakses, dan mengelola konten kewirausahaan di media sosial, pada hakikatnya mereka tengah menjalani proses belajar yang dikendalikan oleh diri sendiri, tanpa harus sepenuhnya bergantung pada arahan dosen di ruang kelas. Dengan demikian, media sosial berperan sebagai *informal learning space*, yaitu ruang belajar informal yang menjadi pelengkap bagi pendidikan kewirausahaan formal yang diterima mahasiswa selama perkuliahan. Sudut pandang Digital Pedagogy juga menegaskan bahwa platform digital bukan semata wadah hiburan, melainkan juga sarana pembelajaran yang membuka ruang bagi interaksi, penjelajahan gagasan, serta terbentuknya pengetahuan praktis secara kontekstual dan berkesinambungan. Semakin intens mahasiswa mengakses konten seputar bisnis dan kewirausahaan melalui media sosial, semakin kuat pula dorongan bagi mereka untuk menjadikan wirausaha sebagai pilihan karier yang nyata untuk ditempuh. Oleh sebab itu, keterpaparan yang berkelanjutan terhadap informasi bisnis melalui media sosial dapat mendorong meningkatnya motivasi mahasiswa dalam menggali peluang usaha serta ikut ambil bagian dalam ekosistem kewirausahaan digital [19].

Selain itu, mahasiswa yang lebih aktif menggunakan media sosial umumnya memiliki minat berwirausaha yang lebih tinggi karena sering memperoleh motivasi dari konten para pelaku usaha sukses . Penggunaan platform digital secara aktif memberikan pengaruh nyata terhadap meningkatnya ketertarikan generasi muda untuk berwirausaha, terutama melalui konten inspiratif yang mendorong mereka untuk memulai usaha sendiri [20]. Paparan konten kewirausahaan yang terus-menerus juga membuat mahasiswa semakin percaya bahwa berwirausaha merupakan pilihan yang menjanjikan dan layak dijalankan, sehingga niat untuk memulai usaha menjadi lebih kuat.

Konten kewirausahaan yang diakses mahasiswa melalui media sosial dapat membentuk pandangan positif terhadap kegiatan berwirausaha. Selain itu, keterlibatan dengan komunitas wirausaha di media sosial turut memperkuat anggapan bahwa berwirausaha merupakan pilihan yang mendapat dukungan lingkungan. Informasi dan pengetahuan praktis yang diperoleh juga meningkatkan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan mereka dalam menjalankan usaha. Ketiga hal tersebut secara bersama-sama mendorong tumbuhnya minat untuk berwirausaha.

Media sosial terbukti memberikan pengaruh secara positif dan bermakna terhadap minat berwirausaha mahasiswa [21]. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas mahasiswa saat memanfaatkan platform media sosial untuk memperoleh informasi kewirausahaan, akan semakin meningkat pula dorongan mereka untuk memulai usaha. Oleh karena itu, penggunaan media sosial yang lebih terarah dan bermanfaat tidak hanya untuk hiburan dapat menjadi sarana penting dalam membangun jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa Universitas Nusa Cendana. Dengan demikian, pihak universitas maupun dosen diharapkan dapat mendorong pemanfaatan media sosial secara produktif, misalnya melalui pelatihan literasi digital kewirausahaan dan pembentukan komunitas wirausaha berbasis platform digital .

Pada penelitian ini terdapat implikasi yang perlu mendapat perhatian serius dari pihak universitas maupun tenaga pengajar, yakni perlunya mendorong penggunaan media sosial secara lebih terarah dan bermakna dalam proses pembelajaran kewirausahaan. Beberapa upaya konkret yang dapat dilakukan mencakup

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

penyelenggaraan program pengembangan kecakapan digital berbasis kewirausahaan, pembangunan komunitas usaha yang memanfaatkan platform digital sebagai ruang diskusi dan kolaborasi, serta merancang aktivitas perkuliahan yang secara langsung melibatkan penggunaan media sosial sebagai bagian dari proses belajar. Melalui pendekatan ini, mahasiswa didorong untuk tidak sekadar menjadi penikmat konten yang tersebar di berbagai platform, melainkan bertransformasi menjadi kreator konten kewirausahaan yang inovatif, mandiri, dan berdaya saing tinggi.

3.2.2 Pengaruh Lingkungan Keluarga (X2) terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Nusa Cendana (Y)

Berdasarkan penelitian mengungkapkan bahwa lingkungan keluarga (X2) memberikan kontribusi yang bersifat positif dan bermakna secara statistik terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Nusa Cendana (Y). Hal tersebut tercermin dari perolehan koefisien regresi sebesar 0,259 beserta perolehan nilai t hitung sebesar 3,218, yang nilainya jauh melampaui t tabel sebesar 1,985 pada tingkat signifikansi 5%, tingkat signifikansi yang tercatat sebesar 0,002 juga jauh berada di bawah ambang batas 0,05 yang telah ditetapkan sebagai syarat penerimaan hipotesis.

Pertama, pola asuh orang tua menjadi faktor penting yang membentuk ketertarikan mahasiswa terhadap dunia wirausaha. Orang tua yang memiliki profesi sebagai pengusaha atau yang sejak awal menanamkan nilai-nilai kewirausahaan kepada anaknya akan memberikan dasar yang kuat bagi anak untuk lebih berani mengambil risiko dan membangun usaha secara mandiri. Lingkungan keluarga yang mendukung, khususnya orang tua yang berwirausaha, dapat mendorong anak untuk mulai mengembangkan jiwa kewirausahaan sejak dini. [22], [23]. Dengan demikian, keteladanan orang tua dalam menjalankan usaha dapat menjadi role model yang menginspirasi anak untuk mengikuti jejak tersebut.

Kedua, hubungan antaranggota keluarga serta dukungan moral yang diberikan turut berperan dalam membangun rasa percaya diri mahasiswa untuk berwirausaha. Keluarga yang memberikan dorongan emosional, motivasi, dan keyakinan kepada anak untuk mencoba menjalankan usaha akan menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan jiwa kewirausahaan. Latar belakang orang tua yang berwirausaha serta dukungan keluarga memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk memulai usaha [24]. Selain itu, kondisi ekonomi keluarga yang stabil juga dapat memberikan kemudahan akses modal awal serta rasa aman, sehingga mahasiswa lebih percaya diri untuk memulai bisnis .

Dalam kerangka Theory of Planned Behavior, keluarga berperan sebagai agen sosialisasi edukatif pertama yang membentuk *entrepreneurial mindset* mahasiswa melalui *observational learning*, yaitu proses belajar dengan mengamati dan meniru perilaku serta keberhasilan wirausaha orang tua atau anggota keluarga lain. Pengamatan berulang terhadap figur wirausaha di rumah membentuk keyakinan diri (*self-efficacy*) dan ekspektasi positif terhadap wirausaha, bahkan sebelum mahasiswa menempuh pendidikan kewirausahaan formal di kampus. Merujuk Theory of Planned Behavior, lingkungan keluarga membentuk norma subjektif yang mendorong seseorang berwirausaha. Ketika orang tua mendukung pilihan berwirausaha dan memberi contoh langsung, mahasiswa akan semakin yakin bahwa aktivitas tersebut dipandang positif dan didukung orang terdekatnya, sehingga memperkuat niat dan keberanian untuk merintis usaha secara mandiri. Dengan demikian, lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, karena sebagai lingkungan sosial pertama, keluarga berperan penting membentuk sikap, karakter, dan arah karier anak, termasuk dalam bidang kewirausahaan.Lingkungan keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, karena keluarga sebagai lingkungan sosial pertama berperan penting dalam membentuk sikap, karakter, serta arah karier anak, termasuk dalam bidang kewirausahaan [25]. Dengan demikian, keluarga dapat dipandang sebagai dasar utama yang membangun keberanian dan karakter mahasiswa dalam memilih jalur wirausaha. Oleh sebab itu, pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa perlu melibatkan peran keluarga secara aktif, misalnya melalui seminar bagi orang tua atau program mentoring berbasis keluarga, agar tercipta lingkungan yang lebih mendukung tumbuhnya jiwa kewirausahaan sejak dini.

Implikasi praktis dari hasil penelitian ini menekankan bahwa penguatan semangat wirausaha di kalangan mahasiswa memerlukan keterlibatan nyata dari pihak keluarga . Hal ini dapat diwujudkan melalui penyelenggaraan program edukasi wirausaha yang melibatkan orang tua sebagai peserta aktif, penyusunan skema mentoring berbasis keluarga, serta penempatan orang tua sebagai bagian integral dari ekosistem kewirausahaan kampus. Pendekatan terpadu semacam ini akan menciptakan fondasi yang kokoh dan menyeluruh bagi perkembangan karakter wirausaha mahasiswa.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

3.2.3 Pengaruh Media Sosial (X1) dan Lingkungan Keluarga (X2) secara Simultan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Nusa Cendana (Y)

Hasil pengujian F menunjukkan nilai F hitung sebesar 16,714, melebihi F tabel 3,09 dengan signifikansi <0,001. Temuan ini membuktikan bahwa media sosial dan lingkungan keluarga, secara simultan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Nusa Cendana, dengan kontribusi (R Square) sebesar 25,6 persen, sedangkan 74,4 persen sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Hasil ini menegaskan peran keluarga bukan hanya sebagai penopang emosional dan finansial, melainkan juga pendorong motivasi berwirausaha melalui dukungan, teladan, dan kondisi ekonomi yang memadai yang menumbuhkan rasa percaya diri mahasiswa yang kemudian diperkuat oleh paparan konten kewirausahaan di media sosial sehingga minat berwirausaha tumbuh semakin kuat dan terarah.

Media sosial dan lingkungan keluarga, apabila diuji secara simultan, menunjukkan adanya pengaruh nyata terhadap minat berwirausaha mahasiswa, karena keduanya saling mendukung dalam membentuk orientasi kewirausahaan [26]. Paparan media digital serta dukungan sosial dari lingkungan terdekat, termasuk keluarga, menjadi faktor penting dalam membentuk intensi berwirausaha pada mahasiswa di negara berkembang [27]. Selain itu, hasil penelitian ini menegaskan bahwa keterlibatan dalam media sosial memiliki kontribusi yang positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha, Adanya pengaruh signifikan media sosial terhadap minat berwirausaha. Pengaruh tersebut muncul karena mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial lebih mudah mengakses informasi bisnis dan konten kewirausahaan, sehingga membentuk persepsi yang lebih positif serta meningkatkan motivasi untuk berwirausaha [28]. Selanjutnya, Minat berwirausaha mahasiswa dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh tingkat penggunaan media sosial, yang mendukung hasil penelitian ini bahwa keluarga sebagai lingkungan pertama memiliki peran penting dalam membentuk orientasi kewirausahaan mahasiswa [29].

Secara menyeluruh, berdasarkan hasil yang diperoleh penelitian ini memperlihatkan adanya bukti empiris, bahwa media sosial dan lingkungan keluarga merupakan dua faktor penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan kewirausahaan mahasiswa di Universitas Nusa Cendana. Oleh karena itu, pihak universitas, dosen, orang tua, dan mahasiswa perlu bekerja sama dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang kondusif, baik melalui media digital maupun lingkungan sosial, untuk meningkatkan minat serta kesiapan mahasiswa dalam berwirausaha. Langkah nyata yang dapat dilakukan antara lain melalui program literasi digital kewirausahaan, pembentukan komunitas wirausaha berbasis media sosial, keterlibatan orang tua dalam kegiatan kewirausahaan kampus, serta penyediaan fasilitas inkubasi bisnis agar mahasiswa lebih terdorong untuk merealisasikan ide usaha mereka.

Penelitian ini memiliki implikasi penting bahwa pembangunan ekosistem kewirausahaan yang efektif mensyaratkan keterlibatan bersama antara universitas, dosen, keluarga, dan mahasiswa, dengan memanfaatkan dua saluran utama, yakni ruang digital dan lingkungan sosial. Sejumlah tindakan nyata yang perlu segera diwujudkan meliputi penyusunan program penguatan literasi digital berbasis kewirausahaan, pengorganisasian komunitas wirausaha melalui media sosial kampus, penggalian peran aktif orang tua dalam mendukung perjalanan wirausaha mahasiswa, serta pengembangan fasilitas inkubator bisnis yang memadai. Dengan memadukan seluruh elemen tersebut dalam satu pendekatan yang menyeluruh, mahasiswa akan memiliki fondasi yang jauh lebih kuat untuk merealisasikan niat berwirausaha mereka menjadi kontribusi nyata bagi kemajuan ekonomi di masyarakat.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini secara keseluruhan membuktikan bahwa dua faktor eksternal, yakni pemanfaatan platform digital dan kondisi lingkungan keluarga, memiliki kontribusi yang nyata dan positif dalam membentuk orientasi wirausaha mahasiswa Universitas Nusa Cendana. Secara parsial, penggunaan media sosial terbukti mampu mendorong tumbuhnya ketertarikan mahasiswa terhadap dunia usaha, yang tercermin dari nilai koefisien regresi 0,239 dengan tingkat signifikansi 0,004, Hal ini terjadi karena keterpaparan mahasiswa terhadap konten bisnis, narasi keberhasilan pelaku usaha muda, serta peluang promosi yang tersebar di berbagai platform digital secara konsisten membentuk persepsi positif sekaligus memperkuat motivasi mahasiswa untuk menjadikan wirausaha sebagai pilihan karier yang layak dan menjanjikan. Di sisi lain, kondisi keluarga juga terbukti memberikan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan media sosial, dengan koefisien regresi 0,259, nilai beta 0,311, dan signifikansi 0,002, yang menunjukkan bahwa pola pengasuhan yang suportif, keteladanan orang tua dalam menjalankan usaha, keharmonisan hubungan antaranggota keluarga, serta kestabilan kondisi ekonomi rumah tangga secara bersama-sama menciptakan atmosfer yang mendukung keberanian mahasiswa untuk merintis usaha secara mandiri. Secara simultan,

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai F hitung 16,714 dan signifikansi kurang dari 0,001, serta mampu menjelaskan 25,6% variasi minat berwirausaha mahasiswa, sementara 74,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang belum tercakup dalam penelitian ini, sehingga temuan ini menegaskan bahwa penguatan ekosistem kewirausahaan mahasiswa membutuhkan kolaborasi yang sinergis antara institusi pendidikan, tenaga pengajar, keluarga, dan mahasiswa itu sendiri melalui berbagai program yang mengintegrasikan literasi digital kewirausahaan, komunitas usaha berbasis media sosial, keterlibatan aktif keluarga, serta ketersediaan fasilitas inkubasi bisnis yang memadai.

REFERENCES

[1] R. Thohiri *et al.*, "Relevansi Pendidikan Bisnis dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNIMED di Tengah Ketidakpastian Ekonomi," *J. Ilm. kependidikan*, vol. 6, sno. 01, pp. 62–74, 2026, doi: 10.47709/educendikia.v6i01.8174.

[2] N. N. Safitri and J. Nugraha, "Mengeksplorasi Variabel Pemediasi Hubungan Pendidikan Kewirausahaan dan Niat Berwirausaha Selama Pandemi Covid-19," *J. Pendidik. Ekon.*, vol. 10, no. 1, pp. 23–37, 2021, doi: 10.26740/jupe.v10n1.p23-37.

[3] E. Hadiyati, "Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil," *J. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 13, no. 1, pp. 8–15, 2011, doi: 10.9744/jmk.13.1.8-16.

[4] R. Maftuhah and B. Suratman, "Pengaruh Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK di Sidoarjo," *J. Ekon. Pendidik. dan Kewirausahaan*, vol. 3, no. 1, pp. 121–131, 2015.

[5] I. N. Said and D. D. Iskandar, "Entrepreneurship Monitor (GEM) mengenai minat berwirausaha di Indonesia juga menunjukkan kecenderungan minat," *J. Pemikir. dan Penelit. Adm. Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 2, pp. 201–211, 2020.

[6] I. Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organ. Behav. Hum. Decis. Process.*, vol. 50, pp. 179–211, 1991, doi: 10.47985/dcidj.475.

[7] D. Sartika, "Melihat Attitude and Behavior Manusia Lewat Analisis Teori Planned Behavioral," *J. Islam. Guid. Couns.*, vol. 4, no. 1, pp. 51–70, 2020.

[8] R. A. Sari and S. Purwanto, "Kajian Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Promosi di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Viva Cosmetics di Kota Blitar," *J. E-Bis Ekon.*, vol. 6, no. 2, pp. 543–554, 2022.

[9] N. F. Fatimah, B. S. Waloejo, and D. A. Setyono, "Rencana Aksi Pengembangan Industri Kreatif Kuliner Khas Kota Malang," *Plan. Urban Reg. Environ.* , vol. 8, no. 2, pp. 1–12, 2019.

[10] F. R. Rahayu and M. A. S. W. Hastuti, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka Pgri Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023," *J. Econ.*, vol. 2, no. 8, pp. 2036–2052, 2023, doi: 10.55681/economina.v2i8.716.

[11] R. K. Adi and I. Idris, "Peran lingkungan keluarga dalam mengembangkan wirausaha muda," *J. Teor. dan Praksis Pembelajaran IPS*, vol. 6, no. 1, pp. 1–8, 2021, doi: 10.17977/um022v6i12021p1.

[12] T. Jason and F. Slamet, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan , Dukungan Sosial, dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa di Jakarta," *J. Manajerial dan Kewirausahaan*, vol. 05, no. 04, pp. 419–428, 2023.

[13] N. Meilinda, "Social Media on Campus: Social Media on Campus: Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Unsri," *J. Soc. Media*, vol. 2, no. 1, pp. 53–64, 2018,

[14] D. Puspasari and R. Hadithya, "Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instragram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk," *J. Manaj. Bisnis dan Keuang.*, vol. 4, no. 2, pp. 239–252, 2023, doi: 10.51805/jmbk.v4i2.122.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

[15] A. S. Melati Putri, "Pengaruh Lingkungan Keluarga Dan Motivasi Belajar Terhadap Minat Melanjutkan Pendidikan Ke Perguruan Tinggi Pada Siswa Kelas Xii Smk Wikarya Karanganyar Ta 2023/2024," *J. Pendidik. dan pengajaran*, vol. 2, no. 10, pp. 865–873, 2024, [Online]. Available: file:///E:/SKRIPSI/JURNAL BAB 1/Jurnal+Aprilia+S+8+Sept.pdf

[16] P. P. P. Haryanto, M. Septiawan, and F. R. Hidayat, "Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Hasil Belajar Mata Kuliah Mekanik Gerak Kendaraan," *J. Pendidik. dan Pengajaran*, vol. 9, no. 1, pp. 77–87, 2022.

[17] C. Evelin and R. Amelinda, "Pengaruh Work freedom, E-Commerce, Risk tolerance, dan Entrepreneurship education terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB Jakarta Barat," *J. Baruna Horiz.*, vol. 8, no. 2, pp. 87–100, 2025, doi: 10.52310/jbhorizon.v8i2.311.

[18] R. N. Isnaini and C. Moh. Asmawan, "Analisis Minat Berwirausaha Melalui Pendidikan Kewirausahaan, Locus of Control, dan Efikasi Diri Siswa SMK Jurusan Akuntansi," *J. Pendidik. Ekon. dan Kewirausahaan*, vol. 9, no. 2, pp. 783–793, 2025, doi: 10.29408/jpek.v9i2.30384.

[19] M. H. F. Syah, A. E. Cahyono, and S. A. Wijaya, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi," *J. Pembelajaran, Bimbingan, dan Pengelolaan Pendidik.*, vol. 5, no. 9, p. 5, 2025, doi: 10.17977/um065.v5.i9.2025.5.

[20] C. A. Wardani, M. Kurnia, and N. K. Bachtiar, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Efikasi Diri Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *Borobudur Manag. Rev.*, vol. 3, no. 2, pp. 107–123, 2024, doi: 10.31603/bmar.v.

[21] F. Puspita Widiati and T. Lestira Putri Warganegara, "Pengaruh Media Sosial, Motivasi, Dan Bisnis Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. dan Pendidik.*, vol. 1, no. 10, pp. 2003–2012, 2022, doi: 10.54443/sibatik.v1i10.296.

[22] I. Karlina, M. E. Utami, and F. Rahmawati, "Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan, dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo)," *J. Volatilitas*, vol. 5, no. 6, pp. 357–370, 2023, [Online]. Available: https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C LUCINEIA CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proees

[23] D. Julindrastuti and I. Karyadi, "Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *J. Ekon. Bisnis dan Manaj.*, vol. 2, no. 1, pp. 7–20, 2022, doi: 10.58192/ebismen.v1i3.36.

[24] T. N. Verinda Azhari and S. M. Budiyanto, "Pengaruh Dukungan Orang Tua, Motivasi, dan Pengaruh Dukungan Orang Tua, Motivasi, dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwoirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi," *J. Kependidikan*, vol. 13, no. 2, pp. 2377–2388, 2024.

[25] howardi V. Adha, A. Tafonao, and W. S. Zebua, "Pengaruhh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha," *J. Pendidik. Ekon.*, vol. 4, no. 1, pp. 131–144, 2023.

[26] M. Gustina and A. Sumiati, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta," *J. Ekon. Pendidik.*, vol. 18, no. 2, pp. 133–151, 2021.

[27] Sutrisno, H. Prabowo, and B. Kurniawan, "The Effect of Entrepreneurship Education and Social Media on Student's Entrepreneurial Intention : The Perspective of Theory of Planned Behaviour and Social Media Use Theory," *J. Has. Penelit. dan Kaji. Kepustakaan di Bid. Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran*, vol. 9, no. 4, pp. 1218–1229, 2023.

[28] N. L. P. Cahayani, I. K. Westra, N. M. Ariyati, N. K. Netriani, and T. S. B. Sau, "Pengaruh Pengunaan Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia," *J. Pendidik. Ekon. Undiksha*, vol. 14, no. 1, pp. 96–102, 2022, doi: 10.23887/jjpe.v14i1.47117.

[29] R. Rostina and M. F. Aransyah, "Pengaruh Literasi Kewirausahaan Lingkungan Keluarga dan Locus of Control terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Mulawarman," *J. Pendidik. dan Kewirausahaan*, vol. 11, no. 1, pp. 276–287, 2023, doi: 10.47668/pkwu.v11i1.674.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)