

PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, DAN KETERAMPILAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA JURUSAN MANAJEMEN PERKANTORAN DI SMK NEGERI 41 JAKARTA

Diski Setiawan¹, Rr. Sri Kartikowati², Ervina Maulida³

Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta

diskiysetiawan@gmail.com, tiko.pap.unj@gmail.com, ervinamaulida@unj.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the influence of entrepreneurial knowledge, social media usage, and digital marketing skills on the entrepreneurial interest of office management students at SMK Negeri 41 Jakarta. To achieve this objective, the method used was a survey with a questionnaire as the research instrument. The data collected were quantitative and analyzed using the SPSS version 25 application. The overall population of this study consisted of 725 students, while the accessible population was 215 students who only focused on the office management major. From this population, a sample of 140 office management students was taken. In this study, a Likert scale was used to measure variables, and the analysis applied was SPSS to test the hypothesis. The results of the study are expected to provide insight into the importance of entrepreneurial knowledge, social media usage, and digital marketing skills in improving student abilities. In addition, this study also aims to provide recommendations for the development of curriculum and educational facilities in vocational schools. The results of this study indicate a positive and significant influence of the Entrepreneurial Knowledge variable on Entrepreneurial Interest, in addition, the Social Media Use variable also shows a positive and significant influence on Entrepreneurial Interest, and Digital Marketing Skills also show a positive and significant influence on Entrepreneurial Interest. Simultaneously, Entrepreneurial Knowledge, Social Media Use, and Digital Marketing Skills have a positive and significant influence simultaneously on Entrepreneurial Interest.

Keywords: *Entrepreneurial Knowledge, Social Media Usage, Digital Marketing Skills, Entrepreneurial Interest*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan keterampilan pemasaran digital terhadap minat berwirausaha siswa jurusan manajemen perkantoran di SMK Negeri 41 Jakarta. Untuk mencapai tujuan tersebut, metode yang digunakan adalah survey dengan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif dan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Populasi keseluruhan penelitian ini terdiri dari 725 siswa, sedangkan untuk populasi terjangkau berjumlah 215 siswa yang hanya berfokus pada jurusan manajemen perkantoran. Dari populasi tersebut, sampel yang diambil sebanyak 140 siswa jurusan manajemen perkantoran. Dalam penelitian ini, skala likert digunakan untuk pengukuran variabel, dan analisis yang diterapkan adalah SPSS untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan

Article history

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

keterampilan pemasaran digital dalam meningkatkan kemampuan siswa. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi bagi pengembangan kurikulum dan fasilitas pendidikan di SMK. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha, selain itu, variabel Penggunaan Media Sosial juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, dan Keterampilan Pemasaran Digital juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Secara bersamaan, Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, dan Keterampilan Pemasaran Digital memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Berwirausaha.

Kata Kunci: Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, Keterampilan Pemasaran Digital, Minat Berwirausaha

1. Pendahuluan

Dalam era digital saat ini yang berkembang sangat pesat, minat berwirausaha di kalangan siswa menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dan menjadi satu fokus utama dalam upaya menyiapkan generasi muda yang mandiri dan adaptif terhadap tantangan zaman. Menurut Suratno (2020) menyatakan bahwa minat wirausaha adalah kecenderungan hati seseorang yang mendorongnya untuk melakukan kegiatan-kegiatan kewirausahaan berdasarkan kesadaran, pengetahuan, dan pengalaman, serta adanya dorongan dari dalam untuk menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha secara mandiri. Pengetahuan kewirausahaan menjadi dasar bagi siswa dalam memahami konsep dan strategi bisnis. Melalui pemahaman yang baik, siswa dapat mengidentifikasi peluang usaha, mengelola risiko, serta menyusun perencanaan bisnis yang matang. Tanpa pengetahuan yang memadai, siswa cenderung kurang percaya diri dalam mengambil langkah awal dalam berwirausaha. Seperti yang diungkapkan oleh Ummah (2019) pengetahuan kewirausahaan mengacu pada pemahaman tentang cara mengidentifikasi peluang bisnis, mengembangkan model usaha, menilai risiko, dan menerapkan strategi manajemen yang efektif untuk mencapai keberhasilan usaha. Pendidikan kewirausahaan di sekolah memiliki peran penting dalam membangun pemahaman siswa terhadap dunia bisnis. Program pembelajaran berbasis proyek dan pengalaman langsung dalam menjalankan usaha kecil dapat memberikan wawasan yang lebih luas bagi siswa dalam memahami mekanisme bisnis yang sesungguhnya. Menurut Moelrine (2022) menyatakan bahwa sebagai negara berkembang, Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar memiliki potensi besar untuk mengembangkan kewirausahaan sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Pemerintah Indonesia telah menyadari pentingnya pendidikan kewirausahaan, dan telah memasukkannya ke dalam kurikulum pendidikan formal. Hal tersebut menunjukkan pengetahuan kewirausahaan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap minat wirausaha siswa yang dijalankan. Berdasarkan hasil pra-riset yang dilakukan kepada 30 siswa mendapatkan hasil bahwa faktor pengetahuan kewirausahaan berpengaruh pada 93% siswa, penggunaan media sosial berpengaruh pada 90% siswa, dan keterampilan pemasaran digital berpengaruh pada 88% siswa terhadap minat berwirausaha. Sedangkan faktor lingkungan keluarga berpengaruh pada 17% siswa, teman sebaya berpengaruh pada 13% siswa. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswa merasakan faktor utama penentu minat berwirausaha berasal dari pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan keterampilan pemasaran digital. Meskipun faktor tersebut memiliki potensi besar dalam memengaruhi minat berwirausaha siswa, masih terdapat banyak siswa yang kurang tertarik atau ragu untuk memulai usaha mereka sendiri. Fakta di berbagai sekolah, khususnya di SMK Negeri 41 Jakarta, minat siswa untuk terjun ke dunia wirausaha masih tergolong rendah.

Banyak siswa yang belum memiliki ketertarikan untuk mencoba usaha sendiri, baik secara offline maupun online. Hal ini ditunjukkan dari rendahnya partisipasi siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler kewirausahaan, kurangnya inisiatif dalam mengikuti pelatihan bisnis, serta minimnya siswa yang mencoba memulai bisnis kecil-kecilan secara mandiri, ini menunjukkan adanya masalah pada variabel dependen, yaitu “Minat Berwirausaha” yang belum berkembang optimal, meskipun berbagai fasilitas dan dukungan sudah mulai tersedia.

Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah membahas “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, Dan Keterampilan Pemasaran Digital Terhadap Minat Berwirausaha” masih terdapat kesenjangan atau ketidaksesuaian terkait integrasi ketiga variabel tersebut secara bersamaan. Beberapa studi hanya menguji pengaruh satu atau dua variabel secara parsial, misalnya hanya meneliti hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha, atau antara Penggunaan Media Sosial dan Keterampilan Pemasaran Digital. Padahal dalam konteks saat ini sinergi antara ketiga variabel tersebut menjadi sangat penting untuk membentuk minat berwirausaha secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan meneliti secara simultan mengenai pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap minat berwirausaha siswa. Maka dari itu perlu adanya upaya yang lebih sistematis dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang mendukung siswa untuk berani mengambil langkah dalam memulai usaha atau bisnis mereka sendiri. Sekolah dan lembaga pendidikan dapat berperan dengan menyediakan program inkubasi usaha/bisnis, pelatihan kewirausahaan, serta akses terhadap mentor atau narasumber yang dapat membimbing siswa dalam mengembangkan ide usaha atau bisnis mereka. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, dan Keterampilan Pemasaran Digital Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 41 Jakarta”. Dengan memahami hubungan antara faktor-faktor ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang tepat untuk mendorong semangat kewirausahaan di kalangan siswa.

2. Tinjauan Pustaka

Minat Berwirausaha

Dalam penelitian Widiastuty (2021) minat berwirausaha merupakan keinginan untuk bekerja dengan ketekunan dalam hal mencoba memenuhi semua kebutuhan hidup yang ada, tanpa khawatir tentang risiko kegagalan yang akan dihadapinya, tetapi kegagalan itu benar-benar dijadikan pembelajaran. Indikator minat berwirausaha menurut (Ismail, 2021): 1. Niat berwirausaha. 2. Keyakinan seseorang dalam meningkatkan kehidupan. 3. Kecenderungan hati. 4. Keinginan. 5. Ketertarikan pribadi. 6. Persepsi sosial. 7. Efikasi diri. 8. Motivasi.

Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Suryani (2019) menjelaskan juga bahwa pengetahuan kewirausahaan sebagai pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan berbagai karakter positif, kreatif, inovatif, dan berani mengambil risiko. Pengetahuan ini juga mencakup pemahaman tentang proses bisnis, strategi pemasaran, manajemen keuangan, serta kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang usaha. Indikator pengetahuan kewirausahaan menurut (Suryawan, 2024): 1. Pengetahuan tentang usaha 2. Pengetahuan tentang lingkungan usaha 3. Pengetahuan tentang manajemen. 4. Pengetahuan tentang peluang. 5. Pengetahuan tentang risiko. 6. Pengetahuan tentang berfikir kreatif.

Penggunaan Media Sosial

Menurut Relwandari (2021) juga menjelaskan bahwa penggunaan media sosial adalah segala bentuk penggunaan media komunikasi interaktif yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah dan umpan balik. Indikator penggunaan media sosial menurut (Gunasti, 2020): 1. Melaksanakan tugas dengan target yang jelas. 2. Membuat konten yang menarik dan

menghibur. 3. Berinteraksi antara konsumen dengan penjual. 4. Berinteraksi antara konsumen dengan konsumen. 5. Kemudahan dalam mencari informasi produk.

Keterampilan Pemasaran Digital

Dalam penelitian Haffey & Ellis-Chadwick (2019), menjelaskan bahwa *“Digital marketing skills include the ability to use digital technologies to create value for customers, gather insights from data, and deliver integrated marketing communications online”*. Yang memiliki makna bahwa keterampilan pemasaran digital mencakup kemampuan untuk menggunakan teknologi digital untuk menciptakan nilai bagi pelanggan, mengumpulkan wawasan dari data, dan menyampaikan komunikasi pemasaran terpadu secara online. Indikator keterampilan pemasaran digital menurut (Mulyani, 2022): 1. Kemampuan dalam aksesibilitas. 2. Kemampuan dalam interaktivitas. 3. Kemampuan dalam melakukan hiburan. 4. Kemampuan dalam melakukan kepercayaan. 5. Kemampuan dalam melakukan informatif.

3. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian korelasional. Menurut Sugiyono (2019) bahwa pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional digunakan untuk menganalisis data penelitian. Penelitian korelasional merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih, serta mengukur sejauh mana korelasi antar variabel.

Lokasi Penelitian

Tempat penelitian yang digunakan dalam melakukan kegiatan adalah SMK Negeri 41 Jakarta yang beralamat di Jl. Komp. Timah. Margasatwa Raya No.1 Rt.001/003 Kel. Pondok Labu, Kec. Cilandak, Kot. Jakarta Selatan, DKI Jakarta.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi merujuk pada keseluruhan atau totalitas objek yang telah ditetapkan berdasarkan kriteria tertentu. Menurut Kurniawan (2023), populasi juga mencakup seluruh elemen yang menjadi dasar dalam pengambilan kesimpulan penelitian. Kesimpulannya, populasi merupakan himpunan lengkap dari objek yang menjadi fokus utama dalam penelitian. Pada penelitian ini jumlah populasi keseluruhan sebanyak 725 siswa, sedangkan untuk populasi terjangkau sebanyak 215 siswa yang hanya berfokus pada jurusan manajemen perkantoran.

Sampel

Teknik sampel yang digunakan adalah *Proportionate Stratified Random Sampling*. *Proportionate Stratified Random Sampling* digunakan ketika populasi terdiri atas anggota yang beragam. Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 140 siswa dari populasi terjangkau 215 siswa manajemen perkantoran.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Proportionate Stratified Random Sampling*.

Penentuan Jumlah Sampel

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori dari Widiastuty (2021) *Proportionate Stratified Random Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan ketika populasi terdiri atas anggota yang beragam. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*, dimana populasi terjangkau dalam penelitian ini dijadikan sampel.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Nilai Kolerasi	Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
Pengetahuan Kewirausahaan (x ¹)	Item X1.1	0,563	0,000	Valid
	Item X1.2	0,605	0,000	Valid
	Item X1.3	0,581	0,000	Valid
	Item X1.4	0,513	0,000	Valid
	Item X1.5	0,527	0,000	Valid
	Item X1.6	0,617	0,000	Valid
	Item X1.7	0,679	0,000	Valid
	Item X1.8	0,587	0,000	Valid
	Item X1.9	0,589	0,000	Valid
	Item X1.10	0,659	0,000	Valid
	Item X1.11	0,324	0,000	Valid
	Item X1.12	0,361	0,000	Valid
Penggunaan Media Sosial (x ²)	Item X2.1	0,911	0,000	Valid
	Item X2.2	0,836	0,000	Valid
	Item X2.3	0,843	0,000	Valid
	Item X2.4	0,832	0,000	Valid
	Item X2.5	0,791	0,000	Valid
	Item X2.6	0,915	0,000	Valid
	Item X2.7	0,904	0,000	Valid
	Item X2.8	0,825	0,000	Valid
	Item X2.9	0,826	0,000	Valid
	Item X2.10	0,174	0,000	Valid
Keterampilan Pemasaran Digital (x ³)	Item X3.1	0,339	0,000	Valid
	Item X3.2	0,416	0,000	Valid
	Item X3.3	0,185	0,000	Valid
	Item X3.4	0,586	0,000	Valid
	Item X3.5	0,672	0,000	Valid
	Item X3.6	0,708	0,000	Valid
	Item X3.7	0,449	0,000	Valid
	Item X3.8	0,654	0,000	Valid
	Item X3.9	0,527	0,000	Valid
	Item X3.10	0,614	0,000	Valid
Minat Berwirausaha (y)	Item Y1.1	0,623	0,000	Valid
	Item Y1.2	0,699	0,000	Valid
	Item Y1.3	0,657	0,000	Valid
	Item Y1.4	0,757	0,000	Valid
	Item Y1.5	0,685	0,000	Valid
	Item Y1.6	0,649	0,000	Valid
	Item Y1.7	0,500	0,000	Valid
	Item Y1.8	0,639	0,000	Valid
	Item Y1.9	0,693	0,000	Valid

	Item Y1.10	0,750	0,000	Valid
	Item Y1.11	0,639	0,000	Valid
	Item Y1.12	0,610	0,000	Valid
	Item Y1.13	0,698	0,000	Valid
	Item Y1.14	0,664	0,000	Valid
	Item Y1.15	0,664	0,000	Valid
	Item Y1.16	0,674	0,000	Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua item dinyatakan valid, dikarenakan nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga dapat digunakan untuk pengukuran masing-masing variabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach alpha	Batas Bawah Alpha	Keterangan
1	Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	0,786	0,60	Reliabel
2	Penggunaan Media Sosial (X2)	0,935	0,60	Reliabel
3	Keterampilan Pemasaran Digital (X3)	0,695	0,60	Reliabel
4	Minat Berwirausaha (Y)	0,914	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas semua item pernyataan dari keseluruhan variabel memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,60$, maka semua item pernyataan kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
Normal Parameters	Mean	0,000
	Std. Deviation	10.30424616
Test Statistic		0,093
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,365

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai sig. sebesar 0,365 yang dimana $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	0,306	3.272	Tidak terjadi multikolinearitas

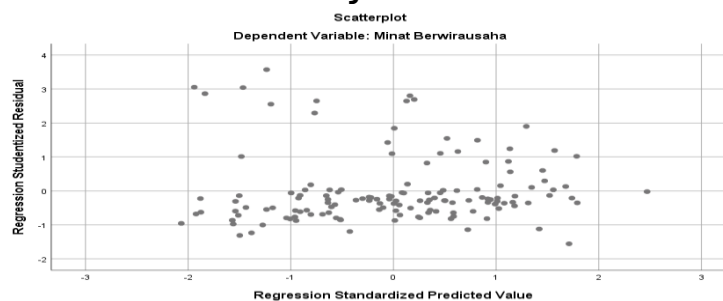
2	Penggunaan Media Sosial (X ₂)	0,807	1.240	Tidak terjadi multikolinearitas
3	Keterampilan Pemasaran Digital (X ₃)	0,331	3.025	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai VIF variabel Pengetahuan Kewirausahaan (x_1) sebesar 3.272, variabel Penggunaan Media Sosial (x_2) sebesar 1,240, dan variabel Keterampilan Pemasaran Digital 3.025. Nilai tersebut < 10 yang artinya bahwa variabel Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, dan Keterampilan Pemasaran Digital terbebas dari multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa titik- titik menyebar secara acak dan tersebar dengan baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisie Regresi (B)	Sig	Keteranga n
Pengetahua n Kewirausah aan (X ₁)	0,609	0,000	H1 diterima
Penggunaan Media Sosial (X ₂)	0,242	0,015	H2 diterima
Keterampila n Pemasaran Digital (X ₃)	1,260	0,000	H3 diterima
Konstanta		10.075	
Nilai Koefisien Determinasi (R^2)		0,625	
R Square		0,391	
Y		Minat Berwirausaha	

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil tabel 4.19 hasil uji analisis linear berganda dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 10,075 + 0,609X_1 + 0,242X_2 + 1,260X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas menunjukkan :

1. Nilai konstanta sebesar 10,075 artinya jika tidak ada pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Penggunaan Media Sosial (X_2), dan Keterampilan Pemasaran Digital (X_3) maka Minat Berwirausaha (Y) memiliki nilai sebesar 10.075.
2. Nilai koefisien regresi Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) sebesar 0,609 hal ini berarti jika variabel *Pengetahuan Kewirausahaan* (X_1) bertambah besar satu satuan maka variabel Minat Berwirausaha (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,609 dengan asumsi variabel yang lain konsta.
3. Penggunaan Media Sosial (X_2) sebesar 0,242 hal ini berarti bahwa apabila Penggunaan Media Sosial (X_2) naik sebesar satu satuan maka akan menurunkan Minat Berwirausaha (Y) sebesar 0,242 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya adalah tetap atau bernilai 0 (Nol).
4. Keterampilan Pemasaran Digital (X_3) sebesar 1,260 hal ini berarti bahwa apabila Keterampilan Pemasaran Digital (X_3) naik sebesar satu satuan maka akan menurunkan Minat Berwirausaha (Y) sebesar 1,260 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya adalah tetap atau bernilai 0 (Nol).

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 6. Hasil Uji T (Uji Parsial)

Variabel	Sig. t	Keterangan
Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)	0,000	H0 ditolak Ha diterima
Penggunaan Media Sosial (X_2)	0,015	H0 ditolak Ha diterima
Keterampilan Media Sosial (X_3)	0,000	H0 ditolak Ha diterima

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data diatas dapat dijelaskan secara parsial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Uji t Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)

Hasil perhitungan dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y).

2. Uji t Variabel Penggunaan Media Sosial (X_2)

Berdasarkan perhitungan dengan nilai sig. $0,015 < 0,05$ yang artinya variabel Penggunaan Media Sosial (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y).

3. Uji t Variabel Keterampilan Pemasaran Digital (X_3)

Berdasarkan perhitungan dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel Keterampilan Pemasaran Digital (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F (Uji Parsial)

Nama Uji	Sig.
Uji F	0,000

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan pada data tabel diatas tersebut bisa dilihat hasil pada pengujian tersebut memiliki nilai dengan sig. F sebesar $0,000 < 0,05$ maka artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1), Penggunaan Media Sosial (X2), dan Keterampilan Pemasaran Digital (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square
0,625	0,391	0,377

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai R^2 adalah sebesar 0,625 atau 62,5 %. Jadi dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan (X1), Penggunaan Media Sosial (X2) dan Keterampilan Pemasaran Digital (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berwirausaha (Y) adalah sebesar 62,5% dan sisanya 37,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Misalnya Teman Sebaya dan Lingkungan Keluarga.

4.2 Pembahasan

1. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji t, variabel pengetahuan kewirausahaan memiliki t hitung sebesar 13.510 dengan nilai signifikansi 0.00, yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dapat diterima. Nilai koefisien regresi untuk variabel pengetahuan kewirausahaan adalah 0.609, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu unit pengetahuan kewirausahaan maka dapat meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0.609 unit, dengan asumsi variabel lain tetap. Artinya semakin tinggi intensitas dan kualitas pengetahuan kewirausahaan, semakin tinggi pula minat berwirausaha siswa. Hasil ini mendukung pendapat Suryawan (2024) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan dapat berfungsi sebagai dasar pengetahuan yang harus dimiliki siswa, terutama yang ingin menciptakan suatu wirausaha. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Gupron (2023) yang menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan secara positif 105 dapat meningkatkan daya pikir siswa dalam proses pembelajaran wirausaha, serta dapat memotivasi dan minat berwirausaha siswa. Oleh karena itu, pengetahuan kewirausahaan secara efektif dan terarah dapat dijadikan strategi pendukung dalam meningkatkan minat berwirausaha siswa. Dengan demikian, semakin optimal belajar pengetahuan kewirausahaan untuk tujuan meningkatkan kualitas daya berfikir siswa, semakin tinggi pula minat berwirausaha yang dimiliki siswa.

2. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji t, variabel penggunaan media sosial memiliki t hitung sebesar 2.452 dengan nilai signifikansi 0.015, yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh penggunaan

media sosial terhadap minat berwirausaha dapat diterima. Nilai koefisien regresi untuk variabel pengetahuan kewirausahaan adalah 0.242, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu unit penggunaan media sosial maka dapat meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0.242 unit, dengan asumsi variabel lain tetap. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Layyinah (2024) yang menemukan hasil bahwa penggunaan media sosial merupakan faktor dalam mempengaruhi minat berwirausaha, lalu pada penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat hubungan positif signifikan terhadap minat berwirausaha. Penelitian lain diteliti oleh Irawan (2023), yang menemukan hasil bahwa penggunaan media sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha. Faktor tersebut sangat penting pada siswa dalam mengembangkan suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan pada diri siswa tersebut.

3. Pengaruh Keterampilan Pemasaran Digital Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji t, variabel keterampilan pemasaran digital memiliki t hitung sebesar 4.952 dengan nilai signifikansi 0.00, yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh keterampilan pemasaran digital terhadap minat berwirausaha dapat diterima. Nilai koefisien regresi untuk variabel pengetahuan kewirausahaan adalah 1.260, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu unit keterampilan pemasaran digital maka dapat meningkatkan minat berwirausaha sebesar 1.260 unit, dengan asumsi variabel lain tetap. Temuan dari penelitian (Suandana et al., 2024) mengindikasikan bahwa variabel keterampilan pemasaran digital memiliki korelasi yang signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha. Hal ini menegaskan kembali bahwa pentingnya keterampilan yang dimiliki seorang siswa dalam mendukung keberhasilan suatu usaha yang dijalankan.

4. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, dan Keterampilan Pemasaran Digital Terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 29.088 dengan nilai signifikansi 0.000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel pengetahuan kewirausahaan (X1), penggunaan media sosial (X2), dan keterampilan pemasaran digital (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha (Y) di SMKN 41 Jakarta. Oleh karena itu, hipotesis keempat (H4), yang menyatakan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha diterima. Berdasarkan hasil model regresi linear berganda, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 10.075 + 0.609X1 + 0.242X2 + 1.260X3$$

Artinya, setiap kenaikan satu-satuan pada variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) diprediksi akan meningkatkan minat berwirausaha (Y) sebesar 0.609 satuan, selanjutnya variabel penggunaan media sosial (X2) diprediksi akan meningkatkan minat berwirausaha (Y) sebesar 0.242 satuan, dan variabel keterampilan pemasaran digital (X3) diprediksi akan meningkatkan minat berwirausaha (Y) sebesar 1.260 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut masing-masing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan (X1) memiliki nilai koefisien 0.609 dengan nilai signifikansi

sebesar $0,00 < 0,05$. Penggunaan Media Sosial (X2) memiliki nilai koefisien 0,242 dengan nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$. Keterampilan Pemasaran Digital (X3) memiliki nilai koefisien 1,260 dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis pertama (H1), kedua (H2), ketiga (H3) juga diterima, karena masing-masing variable berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Model summary menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0.377 yang berarti bahwa ketiga variabel independent secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi minat berwirausaha sebesar 37,7%. Sisanya 62,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti lingkungan sebaya, dan teman sebaya. Hasil ini menegaskan pentingnya kombinasi dari ketiga faktor tersebut dalam menentukan dan meningkatkan minat berwirausaha siswa secara keseluruhan, dari pada hanya mengandalkan salah satu faktor saja secara parsial. Dengan demikian, siswa disarankan tidak hanya focus terhadap satu aspek saja, sebagai contoh salah satu dalam variabel penelitian ini, tetapi juga mempertimbangkan ketiga aspek dari variabel tersebut sebagai bagian dari strategi belajar untuk mendorong peningkatan minat berwirausaha secara lebih optimal. Dengan mengelola ketiga aspek tersebut secara seimbang, siswa diharapkan mampu membangun lingkungan belajar yang kondusif, baik secara digital maupun sosial, sehingga minat berwirausaha dapat tumbuh secara berkelanjutan dan berdampak pada hasil yang lebih baik.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial dan Keterampilan Pemasaran Digital terhadap Minat Berwirausaha, maka dapat dinyatakan beberapa hal yang merupakan kesimpulan dari penelitian ini, yaitu: 1. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha (Y) dengan nilai signifikansi atau nilai sig. $0,000 < 0,05$, 2. Variabel Penggunaan Media Sosial (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha (Y) dengan nilai signifikansi atau nilai sig. $0,015 < 0,05$, 3. Variabel Keterampilan Pemasaran Digital (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha (Y) dengan nilai signifikansi atau nilai sig. $0,000 < 0,05$, 4. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1), Penggunaan Media Sosial (X2), dan Keterampilan Pemasaran Digital (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berwirausaha (Y) dengan nilai signifikansi atau nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Y. ., Tewal, B. ., & Taroreh, R. N. (2019). Pengaruh Stres Kerja, Beban Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Fif Group Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2303-1174.
- Aisyah, S., Rahmani, N. A. B., & Hasibuan, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan Keluarga dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim. *Journal on Education*, 5(4), 11740-11757.
- Amsal, M. (2024). *Media Teknologi Digital Terhadap Minat*. 7, 10485-10489.
- Andriani, D. F., Widhya Utami, C., & Gosal, G. G. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness dan Keputusan Pembelian Djovalyn. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 1-12.
- Auliyafadlilah, I. (2024). *Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 6(2), 4-12.
- Chaffey dan Chadwick. (2022). Tinjauan Pustaka Digital Marketing. *Chaffey Dan Chadwick*, 2.
- Ekarini, F., Idamawarti, I. I., & Kuswanto, H. (2024). Pengaruh Penerapan Media Pembelajaran Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI PPLG. 8(2), 699-

706.

- Ela, F. S. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Intensi Berwirausaha Siswa Smk Sasmita Jaya. *Abdi Laksana : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4, 604-615.
- Firmansyah, H. (2021). Teori dan Konsep Kewirausahaan. In *Modeselektor's Happy Birthday!*
- Giri, E. L. S., & Sujana, I. N. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 112-121.
- Gunasti, A. (2020). Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Tenaga Kerja Konstruksi Yang Tidak Bersertifikat. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(5), 1001-1010.
- Gupron, G., Yandi, A., & Maharani, A. (2023). Model Kesiapan Berwirausaha (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 28-41.
- Harahap, D. S., & Khair, H. (2020). Pengaruh Pencurian Terhadap Masyarakat Sekitar. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Hukum*, 2(1), 69-88.
- Hartini, H., Wardhana, A., Normiyati, N., & Sulaiman, S. (2022). Peran self-efficacy dalam meningkatkan minat berwirausaha women entrepreneur yang dimediasi oleh pengetahuan kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(2), 132-148.
- Hasan, M., Shofa, N., Thaief, I., Ahmad, M. I. S., & Tahir, T. (2021). Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Mempengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z melalui Efikasi Diri? *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 300.
- Hasniati, H., & Syahrudin, S. (2022). Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha The Effect of Entrepreneurial Motivation and Knowledge on Entrepreneurial Interests. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 22, 541-550.
- Indraswati, D., Hidayati, R. V., Wulandari, P. N., & Mauliyada, M. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pgsd Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 17-34.
- Irawan, D., & Nastasya, R. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Prilaku Keagamaan Peserta Didik. *Pengertian: Jurnal Pendidikan Indonesia (PJPI)*, VOL. 1(1), 39-48.
- Isma, A., Rakib, M., Mufida, N., & Sholihah, M. (2023). Pengaruh Sikap dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha Dengan Self-Efficacy Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting*, 1(1), 41-52.
- Ismah, I., Suhendri, S., & Kusdaryani, W. (2020). Pengembangan UMKM Melalui Literasi Digital pada Era 4.0 Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha. *Altruis: Journal of Community Services*, 1(4), 174.
- Ismail, M. A. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 72 Jakarta Utara*.
- Jaya, H. M., & Harti. (2021). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan sikap mandiri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa universitas negeri surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1363-1369.
- Laksmo, R., Toyib, M., Mardiah, A., Utomo, S. B., & Juliandri, D. (2024). *Pengaruh Digital Marketing , E-Commerce Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenial Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BKPSDM) Kota berakhlak yang lebih efisien , responsif , dan berdaya saing . Oleh . 4(5), 2684-2695*.
- Lamirin, L., Sangaji, J., & Lisniasari, L. (2020). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Belajar Siswa Mata Pelajaran Pendidikan Agama Buddha. *Jurnal Pendidikan Buddha Dan Isu Sosial Kontemporer (JPBISK)*, 2(2), 93-105.
- Layyinah, N. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha. *Ayan*, 15(1), 37-48.

- Mahdalena, M. (2022). Pengaruh Minat Belajar, Dukungan Orang Tua dan Lingkungan Belajar Terhadap Perilaku Belajar Siswa dan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPA (Studi Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Belajar dan Hasil Belajar Siswa Kelas 4,5 dan 6 Pada SDN Binuang 4 da. *Kindai*, 18(2), 332-351.
- Mardikaningsih, R., & Putra, A. R. (2021). *Minat Berwirausaha Mahasiswa Ditinjau dari Konsep Diri*. 6.
- Meisyaraswati. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai. *Jurnal Tafidu*, 2(2), 148-160.
- Merline, M., & Widjaja, O. H. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi terhadap Keberhasilan UKM Alumni dan Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 435.
- Mita Rusdiana, Iswati Iswati, Anis Fitriyasari, & Arief Widjadmoko. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(4), 377-400.
- Moelrine, A. F., & Syarif, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan UMKM Desa Bojong Kulur. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 127-137.
- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi. *Hospitality*, 11(1), 291-296.
- Neni Widyawati, Aniek Widiarti, & Rizal Fahmi. (2022). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa . *Jipis*, 31(2), 107-123.
- Nirwana. (2022). Pengaruh Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Usaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952., 5(2), 39.
- Novita, Y. (2024). Pengaruh E-Commerce, Digital Marketing, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenial. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(5), 3004-3011.
- Nurhayati, A. (2020). Implementasi Jiwa Wirausaha Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 87-94.
- Nurmansyah, N. D. I., & Patrikha, F. D. (2024). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan, Praktek Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Terhadap Minat Berwirausaha Online Mahasiswa Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(3), 2337-6708.
- Oktarina, H., Agung, E. A., & Aswad, S. H. (2020). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia Abstrak A . Pendahuluan Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk yang sangat banyak serta memiliki sumber kekayaan alam yang. *Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Dewanatara*, 49-54.
- Putri, G. A., Nofirda, F. A., & Siregar, D. I. (2023). Pengaruh Sosial Media dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram di Pekanbaru). *Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 286-302.
- Rachmawati, H., Rachmawati, H., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 56.
- Relwandani, Eryanto, H., & Wolor, C. W. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Negeri 40 Jakarta. *Transekonomika*:

Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan, 3(3), 615-625.

Rusmana, D. (2020). Pengaruh Keterampilan Digital Abad 21 Pada Pendidikan Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan Peserta Didik Smk. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), 17.

Saputra, F., Mahaputra, M. R., & Maharani, A. (2023). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Motivasi dan Minat Berwirausaha (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 42-53.

Sari, K. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha Siswa Kelas Xii Man 2 Sarolangun*.

Sintawati, N., Prasetyo, N. E., & ... (2024). Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. ... *and Education Journal ...*, 16(1), 15-30.

Solihin, D., Jaswita, D. I., & Ahyani, A. (2025). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Digital Untuk Siswa dan Guru di Yayasan Pendidikan Terpadu Tajaul Karomatu. *Amanah Mengabdi*, 2(1), 1-6.

Suandana, N. P. W., Aditama, P. W., Sandhiyasa, I. M. S., Prabhawa, I. K. A. S., Atmaja, K. J., Sarasvananda, I. B. G., & Anandita, I. B. G. (2024). Pendampingan Instagram Marketing dalam Membangun Ketrampilan Pemasaran Digital dan Brand Awareness Produk UMKM. *KOMET: Kolaborasi Masyarakat Berbasis Teknologi*, 1(1), 26-33.

Suharmi, S., & Nabila, R. C. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas XI IPS Pada Mata Pelajaran Ekonomi Di SMA Negeri 1 Kepahiang. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 307-312.

Suleman, A. R., Noor, M., & Siregar, H. (2024). *Pengaruh Literasi Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa di Era Digital: Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UMTS*. 4(2), 69-80.

Suratno, Kohar, F., Rosmiati, & Kurniawan, A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa/I Pada Smk Negeri 1 Kota Sungai Penuh. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5), 477-490.

Suryani, Y. P., & Sunanik. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Kesiapan Berwirausaha pada Siswa Kelas X SMKN II Tulungagung Tahun Ajaran 2018/2019. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 649-655.

Suryawan, T. G. A. W. K., & Dewi, N. N. I. R. (2024). Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII SMKN 1 Gianyar. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ngurah Rai*, 16(1), 35-48.

Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Business Administration (JBA)*, 2(1), 1.

Ulfa, M. (2020). Problem Based Learning (PBL) Model dalam Melatih Sikap Mandiri Anak Luar Biasa. *ThufuLA: Jurnal Inovasi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal*, 8(2), 193.

Ummah, M. S. (2019). Peran Media Sosial Dalam Pendidikan. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).

Urbaningtyas, L. N., Purwati, A. S., & Pratiwi, U. (2022). Pengaruh Motivasi, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan, Efikasi Diri, dan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Soedirman Accounting, Auditing and Public Sector Journal*, 1(2), 20-32.

Utami, R. D., & Denmar, D. (2020). Pengaruh Business Center, Sikap Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Terhadap Kesiapan Berwirausaha Siswa Kelas XI Bisnis Daring Dan Pemasaran SMKN 2 Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506-515.

Wardani, C. A., Kurnia, M., & Bachtiar, N. K. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial,

Efikasi Diri Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Borobudur Management Review*, 3(2)(2), 107-123.

Wardani, D. K., & Jelati, R. W. B. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Teman Sebaya Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi Sakti*, 11(2), 108-116.

Widiastuty, V. M., & Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Sikap Mandiri, Lingkungan Keluarga, Motivasi, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa di Perguruan Tinggi Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 1(2), 23.

Yunita, D. (2020). Pengaruh Kreativitas, Efikasi Diri, Dan Motivasi Terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506-515.