

BAB I

PENDAHULUAN

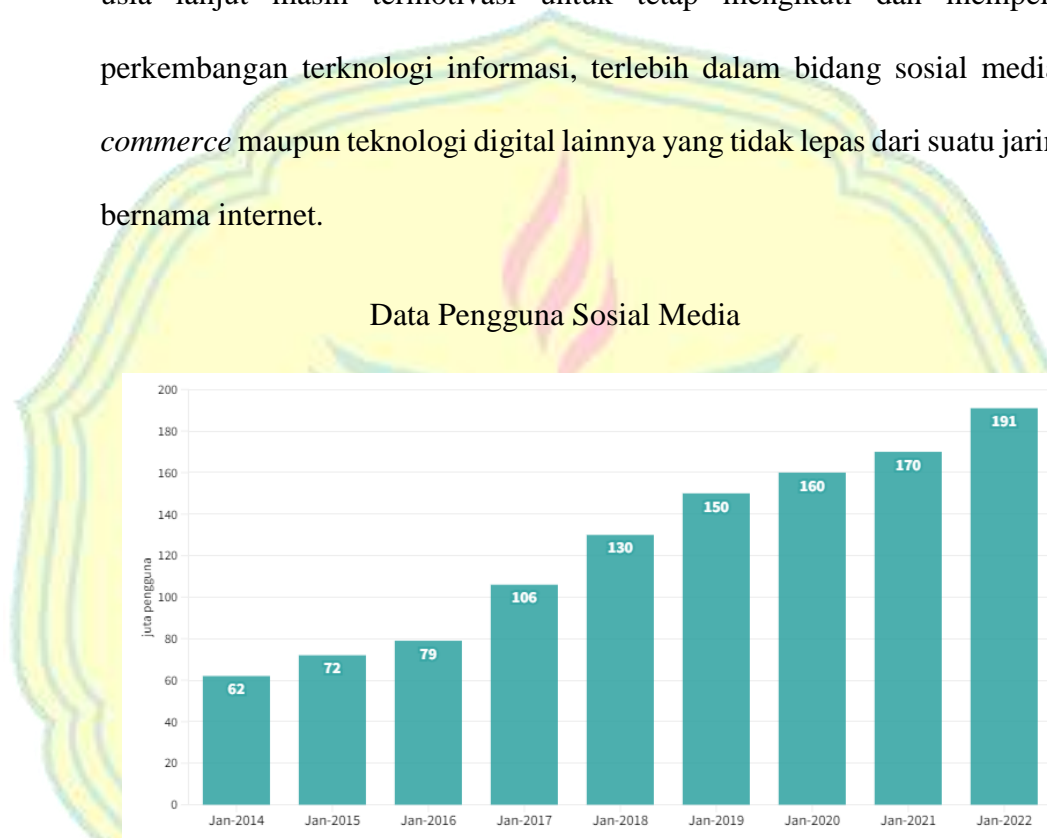
1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang sedang terjadi saat ini benar-benar merubah setiap aspek dalam pelaksanaan kegiatan dalam masyarakat. Teknologi yang pada awalnya menjadi faktor pembantu, sekarang mulai menjadi faktor utama untuk pelaksanaan aktivitas agar pelaksanaannya lebih efektif dan efisien.

Perubahan penggunaan sumberdaya manusia menjadi penggunaan teknologi merupakan suatu yang sudah mulai terjadi, hal ini tentu saja banyak sekali pro dan kontra. Penggantian tenaga manusia dengan teknologi membuat kegiatan atau aktivitas akan lebih efisien, namun hal ini tentu menciptakan masalah lain seperti pengangguran dan juga pencemaran.

Media komunikasi dan media informasi merupakan salah satu bidang yang banyak mengalami perubahan dan perkembangan. Kemajuan dalam teknologi komunikasi dan informasi memberikan dampak baik dalam kehidupan masyarakat hal ini karena perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memberikan kemudahan masyarakat dalam melaksanakan komunikasi jarak jauh ataupun penyampaian informasi.

Perkembangan teknologi benar benar sudah merambah dalam berbagai aspek. Dalam penggunaannya perkembangan teknologi sudah benar-benar ada dalam setiap lapisan masyarakat mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, bahkan usia lanjut masih termotivasi untuk tetap mengikuti dan mempelajari perkembangan teknologi informasi, terlebih dalam bidang sosial media, *e-commerce* maupun teknologi digital lainnya yang tidak lepas dari suatu jaringan bernama internet.



**Gambar 1.1 Gambar Data Penggunaan Sosial Media di
Indonesia**

Sumber : We are Sosial

Berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170

juta orang. Melihat trennya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Walau demikian, pertumbuhannya mengalami fluktuasi sejak 2014-2022.

Kenaikan jumlah pengguna media sosial tertinggi mencapai 34,2% pada 2017. Hanya saja, kenaikan tersebut melambat hingga sebesar 6,3% pada tahun lalu. Angkanya baru meningkat lagi pada tahun ini. Adapun, Whatsapp menjadi media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Persentasenya tercatat mencapai 88,7%. Setelahnya ada Instagram dan Facebook dengan persentase masing-masing sebesar 84,8% dan 81,3%. Sementara, proporsi pengguna TikTok dan Telegram berturut-turut sebesar 63,1% dan 62,8%.

Menurut (Sholihin et al., 2018), media social memiliki beberapa fitur dan kegunaannya antara lain adalah sebagai berikut :

1. Relationship Networks, Sosial media yang dipahami oleh masyarakat umum adalah website yang digunakan untuk berkomunikasi dan bersosialisasi.
2. Media Sharing Networks, Berbeda dengan channel sosial media lain, pada media sosial ini seperti Instagram, content visual merupakan fokus utama mereka.

3. Online Reviews, Sosial media untuk Online Reviews berbasis lokasi seperti OpenRice, TripAdvisor & Zomato memiliki daya tarik tersendiri sebagai sosial media yang mengadopsi teknologi Geolocation.
4. Forum Diskusi, Forum diskusi adalah salah satu jenis sosial media pertama yang ada pada masa awal internet.
5. Social Publishing Platforms, Termasuk Social Publishing Platforms adalah blog dan microblog, dimana artikel yang ditulis dapat dibagikan untuk dibaca antara sesama pengguna.
6. E-commerce, Terakhir tapi cukup penting, dan sedang menjadi trend akhir-akhir ini, adalah sosial media yang memudahkan pengguna untuk melihat-lihat produk dan berbelanja hanya dengan sentuhan jari.

Pemanfaatan teknologi informasi maupun media social tentu saja mampu memberikan kemudahan serta efisiensi dalam melakukan penyampaian informasi dan komunikasi. Hal ini tentu menjadi nilai positif dalam masyarakat yang mempergunakan teknologi dengan baik. Akan tetapi pada kenyataannya, tidak sedikit juga orang-orang memanfaatkan teknologi informasi dengan tidak tepat. Hal ini meliputi kontes penyebaran berita bohong, penipuan maupun hal negative lain yang tentu saja merugikan masyarakat itu sendiri.

Penyalahgunaan teknologi informasi atau dalam hal ini social media tentu menjadi sesuatu yang perlu diperhatikan secara serius. Kerugian yang muncul akibat penyalahgunaan ini bukan hanya berbentuk materi, akan tetapi

bisa menyangkut mental bagi seseorang, terutama pada anak-anak yang dalam proses pertumbuhan karakter.

Dikutip dari laman berita kompas.com (28/04/2022), tentang ancaman kejahatan pada social media yang dirilis oleh perusahaan keamanan siber Kaspersky, merilis laporan yang menyebutkan ada belasan juta ancaman kejahatan online yang menasar pengguna internet di Indonesia. Lebih rinci, Kaspersky menyebutkan ada sekitar 11,8 juta, atau nyaris 12 juta ancaman kejahatan online yang mengintai pengguna situs web di Indonesia dalam tiga bulan pertama di 2022 (kuartal-I 2022), terhitung mulai Januari-Maret 2022. Total ancaman tersebut meningkat 22 persen apabila dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Jumlah ancaman online ini pun menempatkan Indonesia sebagai negara nomor satu di Asia Tenggara yang memiliki ancaman online terbanyak, menyusul Vietnam, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Singapura.

Berdasarkan laman resmi KOMINFO, Ketua Komite I DPD RI menyatakan bahwa tingkat kejahatan cyber di Indonesia masuk menempati urutan kedua di dunia setelah Ukraina. Menanggapi hal ini, Kementerian Komunikasi dan Informatika mengatakan, peringkat tersebut berdasarkan pada kejahatan peretasan melalui dunia maya. Kejahatan dunia maya ini terjadi di berbagai bidang, salah satunya adalah sektor perbankan. Berdasarkan situs patroli siber, total kerugian kejahatan cyber yang dilaporkan mencapai 3,88 triliun.

Adapun beberapa kejahatan melalui media sosial yang sering terjadi adalah sebagai berikut:

1. Penipuan melalui e-commerce sering dilakukan dengan modus mengajak pembeli bertransaksi di luar e-commerce. Selain itu, modus lain yang dilakukan pelaku kejahatan adalah mengambil alih akun dan mengambil saldo uang digital yang ada di akun. Menurut CNN Indonesia, kasus penipuan online terkait e-commerce dan penjualan online di media sosial dilaporkan hingga tahun akhir 2021 sebanyak 115.756 kasus.
2. Pengancaman dimulai dari yang ringan sampai yang membahayakan baik secara langsung maupun melalui media sosial. Pengancaman menyatakan niat atau rencana untuk melakukan sesuatu yang merugikan, menyulitkan, menyusahkan, atau mencelakakan pihak lain.
3. Penghinaan atau pencemaran yakni tindakan menyerang kehormatan seseorang atau mencemarkan nama baik secara lisan atau tulisan. Kejahatan ini diklasifikasikan menjadi beberapa bagian, yaitu pencemaran terhadap perorangan, kelompok, agama, orang yang telah meninggal, dan pejabat publik.
4. Pemerasan adalah salah satu tindak pidana yang disertai dengan ancaman untuk menguntungkan diri dan orang lain.

Media sosial tentu saja tidak semata-mata hanya memiliki dampak negatif dan resiko yang buruk, media sosial juga berdampak sebaliknya.

Pemanfaat media social sebagai media komunikasi mempermudah masyarakat dalam menjalankan usahanya dan memperbaiki kondisi perekonomiannya. Sama halnya ketika masa sulit era pandemi covid-19.

Seiring berjalannya waktu ditengah penyebaran pandemic covid-19, keberadaan UMKM di Indonesia juga mengalami peningkatan. Data yang dirilis oleh salah satu platform penjualan online Tokopedia, menunjukkan terjadinya peningkatan jumlah penjual pada platformnya dari yang semula 7,2 juta pada Januari 2020 menjadi 20 Juta pada saat ini. Hal ini tentu saja bukan suatu hal yang aneh, karena seiring meningkatnya angka pengangguran yang diakibatkan oleh pengurangan tenaga kerja perusahaan atau masyarakat yang terkena pemutusan hubungan kerja akibat bangkrutnya perusahaan tempat mereka bekerja, mendorong masyarakat untuk tetap bisa menghasilkan uang, salah satunya adalah dengan berwirausaha melalui media sosial sebagai platformnya.

Perkembangan teknologi juga meruapakn salah satu faktor dalam peningkatan jumlah wirausaha pada saat ini. Kemajuan dalam bidang teknologi merubah sistem dan tata cara dlam berwirausaha. Hal ini tentu saja memberikan dampak positif kepada sebagian orang. Semakin banyak masyarakat yang mulai menekuni dunia wirausaha melalui sosial media.

Pengembangan perekonomian melalui sector pengembangan wirausaha juga merupakan salah satu yang sedang didorong oleh pemerintah. Hal ini

kemudian disampaikan oleh kementerian koperasi dan UKM melalui Sekretaris Menteri Koperasi dan UKM Rully Indrawan (Orasi Ilmiah Universitas Pelita Bangsa Tahun 2019/2020). Dalam orasinya beliau menyampaikan bahwa ditengah ketidakpastian ekonomi global RI yang hanya berkisar pada 5% yang mana pertumbuhan tersebut hanya mampu menciptakan lapangan kerja 2 juta angkatan kerja baru setiap tahunnya. Namun indonesia masih mempunyai tanggungan 7,05 pengangguran berdasarkan data Badan Pusat Statistik.

Selain itu beliau juga menegaskan bahwasannya salah satu peran perguruan tinggi adalah untuk mendorong dan meningkatkan jumlah wirausahaan di Indonesia. Sehingga lulusan perguruan tinggi disiapkan tidak hanya untuk menjadi job seeker tapi juga disiapkan untuk menjadi job creator. Hal ini tentu saja untuk menyeimbangkan antara lapangan pekerjaan dengan pencari kerja.

Melihat banyaknya peluang yang bisa dijadikan peluang dalam berwirausaha, menandakan bahwa ada banyak sekali hal yang menjadi stimulus seseorang untuk mejadi seorang wirausaha. Salah satunya adalah peluang bagi seorang mahasiswa atau seorang fresh graduated untuk menjadi seorang wiausaha. Peluang-peluang tersebut tentu saja berkaitan dengan perkembangan jaman serta kebiasaan yang dilakukan oleh konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Adapun beberapa peluang yang bisa dijadikan celah untuk

brwirausaha adalah melalui start up, conten creator, barista, fotographer, youtuber dan masih banyak lagi yang berkaitan dengan kehidupan milenial.

Universitas merupakan lembaga pendidikan formal yang dianggap mampu mengeluarkan individu yang mampu bertahan dalam masyarakat. Output dari universitas sendiri digadang-gadang mampu menjadi sumber daya manusia yang mampu menjadi motor penggerak perekonomian indonesia. Hal ini tentu saja berdasar pada tingkat pendidikan yang didapatkan ketika lulus dari perguruan tinggi yang secara tidak langsung menjadi jaminan kualitas dari individu tersebut.

Selain pendidikan formal yang terdapat dalam perguruan tinggi, lingkungan kampus juga dapat menjadi faktor dalam proses pengembangan mahasiswa. Peran lingkungan juga mempengaruhi kebiasaan serta pola pikir mahasiswa dalam menghadapi masa depan. Lingkungan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi terhdap pertumbuhan dan perkembangan prilaku individu, baik fisik maupun sosio-psikologis, termasuk didalamnya adalah belajar. Pada faktor lingkungan ini juga banyak yang menyebutnya sebagai faktor empiric atau pengalaman, karena pada lingkungan lah individu merasakan dan mengalami hal-hal yang meberikan kesan dalam kehidupannya.

Lingkungan universitas atau lingkungan kampus secara fisik menunjang pekembangan mahasiswa. Sarana dan prasaranan seperti

laboratorium atau tempat untuk praktik yang menunjang pengembangan minat mahasiswa tentu saja harus tersedia guna memfasilitasi mahasiswa untuk mengasah pengetahuannya serta menguji potensi yang dimilikinya. Hal ini tentu saja berkaitan juga dengan pengembangan wirausaha mahasiswa dilingkungan kampus.

Selain sarana dan prasarana yang tersedia, kebijakan atau program yang diluncurkan universitas juga tentu akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan mahasiswa. Sistem pendidikan formal maupun tambahan kegiatan seperti seminar maupun penelitian mampu memberikan kontribusi dan stimulus terhadap perkembangan mahasiswa, dan memberikan pengalaman kepada siswa dalam hal ini pengalaman kewirausahaan.

Pengalaman merupakan satu hal yang mendai nilai dalam pelaksanaan perencanaan kehidupan. Dengan pengalaman, seseorang akan lebih mampu dan memiliki keberanian lebih untuk melaksanakan suatu perencanaan maupun pelaksanaan kegiatan. Hal ini berlaku dalam setiap aspek kehidupan, salah satunya adalah keberanian dalam memulai berwirausaha. Pengalaman yang sebelumnya didapatkan oleh seseorang dilingkungannya dapat menjadi modal awal dalam memunculkan keinginan untuk berwirausaha.

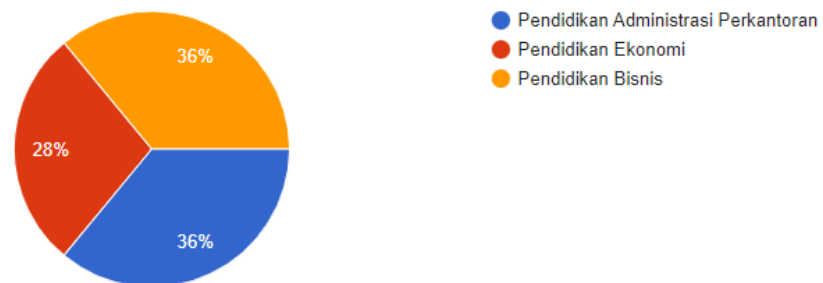
Keinginan berwirausaha atau minat dalam berwirausaha merupakan modal awal dalam pembentukan jiwa wirausaha. Keinginan yang baik dalam menjalankan aktifitas wirausaha dapat menjadi pondasi awal yang harus

dimiliki untuk menjalankan usaha. Ketertarikan dalam dunia wirausaha diawali oleh banyaknya stimulus dalam kehidupan. Mulai dari kebiasaan yang sering dilakukan, perkembangan zaman dan teknologi, pengetahuan yang dimiliki serta pengalaman yang dimiliki oleh seseorang. Hal-hal tersebut secara tidak langsung bisa jadi tidak disadari, namun ketika ada dorongan serta peluang, seorang individu akan mulai tertarik dalam bidang wirausaha.

Minat wirausaha bisa saja terjadi kepada siapa saja, hal ini karena minat terjadi ketika seseorang melihat sesuatu kemudian. Mengidentifikasi serta membayangkan jika hal tersebut terjadi pada dirinya sendiri. Wirausaha merupakan hal yang menjanjikan jika dijalankan dengan baik. Bayangan tentang dunia wirausaha yang menjanjikan tentu saja memberikan ketertarikan tersendiri terutama kepada individu muda yang cenderung memiliki tingkat keingintahuan tinggi tentang hal baru tapi tetap memberikan keuntungan baginya.

Mahasiswa sebagai individu muda cenderung memiliki ketertarikan lebih terhadap sesuatu hal yang menurut mereka menguntungkan. Hal ini tentu saja didorong oleh banyaknya faktor penentu. Dalam kaitannya dengan minat wirausaha, mahasiswa tidak sedikit mahasiswa yang berminat dalam merintis atau bergelut di dunia usaha. Dari pra riset yang saya lakukan pada 26 mahasiswa tingkat akhir Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta,

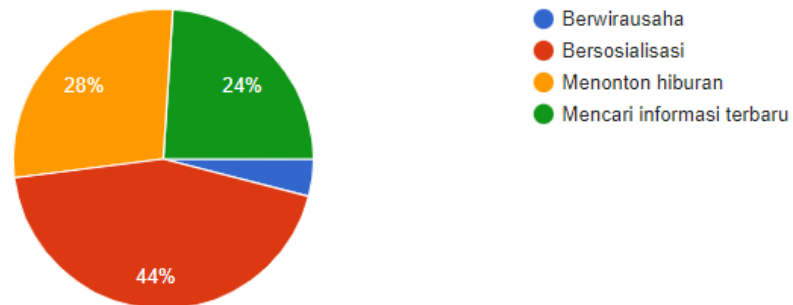
mahasiswa akhir cenderung memiliki minat terhadap wirausaha, hal tersebut bisa dilihat dalam diagram berikut.



Gambar 1.2 Diagram Sebaran Responden

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2022)

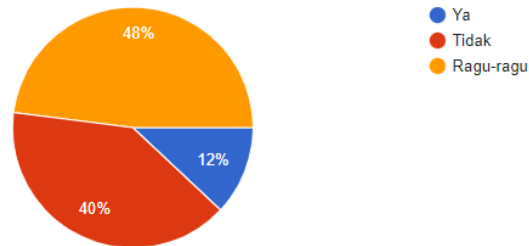
Responden terdiri dari program studi yang berbeda-beda namun masih dalam satu ruang lingkup yang sama yaitu Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam sebaran responden terlihat jelas presentase jumlah mahasiswa dari beberapa program studi. Adapun jawaban dari responden antara lain sebagai berikut :



Gambar 1.3 Diagram Presentase Motivasi Mahasiswa Ketika Mengakses Media Sosial

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2022)

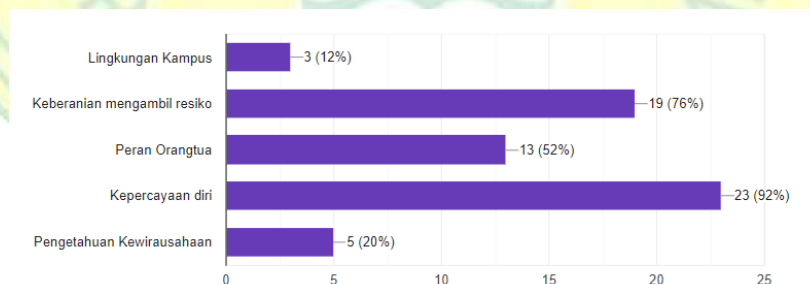
Dalam diagram diatas bisa kita lihat bahwa mayoritas mahasiswa yang mengakses media social memiliki tujuan untuk bersosialisasi, menonton hiburan dan mencari informasi baru. Hal ini berbanding terbalik dengan jumlah presentasi yang kecil atau sedikit mahasiswa yang mengakses social media untuk tujuan kewirausahaan.



Gambar 1.4 Diagram Minat Berwirausaha

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2022)

Berdasarkan jawaban dari responden, tentang keinginan dirinya untuk berwirausaha, 50% menjawab Ragu-ragu, 43% menjawab Tidak dan sangat sedikit sekali menjawab Ya. Hal ini tentu saja dipertanyakan karena mahasiswa yang menjadi responden sendiri telah menyelesaikan mata kuliah kewirausahaan serta praktik kewirausahaan di kampus, yang mana hal tersebut seharusnya mampu mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.



Gambar 1.5 Diagram Faktor Pengaruh Minat Wirausaha

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2022)

Dari hasil prariset yang telah dilakukan dengan memberikan beberapa pilihan yang mana responden bebas memilih jawaban lebih dari satu pernyataan, responden cenderung lebih banyak yang memilih keberanian mengambil resiko, peran orang tua serta kepercayaan diri sebagai tiga hal yang berpengaruh dalam menumbuhkan minat wirausaha mahasiswa dibandingkan dengan faktor penggunaan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan.

Setelah melihat dari hasil prariset, membuat Peneiliti semakin ingin mengetahui mengapa tingkat penggunaan sosial media, lingkungan kampus dan pengetahuan kewirausahaan tidak banyak berpengaruh terhadap minat wirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, hal ini tentu berbeda dengan pernyataan beberapa ahli.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahayu & Laela (2018) menunjukkan ada pengaruh yang signifikan variabel penggunaan media sosial terhadap kewirausahaan Dibuktikan dengan hasil nilai sig $0.014 < 0.05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka semakin tinggi penggunaan media sosial semakin tinggi pula kewirausahaan bagi mahasiswa, sebaliknya apabila semakin rendah penggunaan media sosial semakin rendah pula kewirausahaan bagi mahasiswa. Hal ini disebabkan, sosial media dapat memainkan peran komunikasi.

Penelitian diatas juga diperkuat oleh penelitian lain, yakni berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aulia & Evanita (2020) diketahui bahwa

lingkungan kampus memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha dan memulai usaha serta mengembangkan bisnis atas dasar ilmu pengetahuan, teknologi dan seni. Ada juga sarana dan prasarana pendukung lainnya, seperti buku-buku kewirausahaan yang diperoleh dalam mata kuliah kewirausahaan atau dapat ditemukan di perpustakaan kampus, dan jaringan internet yang dapat memudahkan mahasiswa dalam mencari informasi bisnis. Dengan demikian, mahasiswa akan mendapatkan kemudahan dalam memenuhi kebutuhannya untuk berwirausaha. Artinya, lingkungan kampus merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

Dari adanya permasalahan perbedaan inilah yang akan menjadi dasar dan melatar belakangi Peneliti untuk membuat penelitian terkait dengan pengaruh penggunaan social media, lingkungan kampus dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1.1.1 Apakah Penggunaan sosial media berpengaruh secara langsung terhadap minat wirausaha mahasiswa ?
- 1.1.2 Apakah lingkungan kampus berpengaruh secara langsung terhadap minat wirausaha mahasiswa ?

1.1.3 Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara langsung terhadap minat wirausaha mahasiswa ?

1.1.4 Apakah penggunaan sosial media, lingkungan kampus, dan pengetahuan kewirausahaan bersama-sama berpengaruh secara langsung terhadap minat wirausaha mahasiswa ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, secara umum penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang :

1.1.5 Pengaruh penggunaan sosial media secara langsung terhadap minat wirausaha mahasiswa

1.1.6 Pengaruh lingkungan kampus secara langsung terhadap minat wirausaha mahasiswa

1.1.7 Pengaruh pengetahuan kewirausahaan secara langsung terhadap minat wirausaha mahasiswa

1.1.8 Pengaruh penggunaan sosial media, lingkungan kampus, dan pengetahuan kewirausahaan secara langsung terhadap minat wirausaha mahasiswa

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah dilakukan penelitian, peneliti mengharapkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi penyumbang pengetahuan baru serta referensi untuk informasi dalam bidang pendidikan yang berkaitan dengan penggunaan sosial media, lingkungan kampus, pengetahuan kewirausahaan serta minat wirausaha pada mahasiswa. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan tentang keterkaitan antara penggunaan sosial media, lingkungan kampus, pengetahuan wirausaha terhadap minat wirausaha mahasiswa.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1.4.2.1 Bagi Objek Penelitian

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa menjadi referensi literature serta menambah pengetahuan tentang minat dalam berwirausaha

1.4.2.2 Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat dalam menambah pengetahuan mengenai hubungan penggunaan sosial media, lingkungan kampus, pengetahuan kewirausahaan serta minat wirausaha pada mahasiswa.

1.4.2.3 Bagi Pihak Universitas

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan koleksi yang berupa bahan kepustakaan dan literasi bagi mahasiswa/i khususnya di Universitas Negeri Jakarta.

1.5 Kebaruan Penelitian

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya yang didapat, peneliti mengkaji bahwa penelitian terkait minat berwirausaha telah ada, namun masing-masing memiliki perspektif dan faktor peninjau tersendiri apabila dilihat dari berbagai sudut pandang yang berbeda.

Tabel 1.1 Keterbaruan Penelitian

Peneliti (Tahun)	Judul	Tujuan	Objek Penelitian	Metode & Teknik Analisis Data	Nama Jurnal/ DOI/ ISSN
Ahmad Firman, Aditya Halim Perdana Kusuma Putra (2020)	<i>The Effect of Social Media Utilization, Campus Environment and Entrepreneurship Knowledge on Student Entrepreneurial Interest</i>	Mengetahui pengaruh penggunaan social media, lingkungan kampus dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa	Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar menjadi objek penelitian ini; Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan departemen akan dijelaskan. Jumlah responden perempuan lebih banyak dari jumlah responden laki-laki yaitu 38 orang	Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 65 responden yang merupakan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai alat analisis pengujian dengan beberapa tahapan pengujian (misalnya pengujian	<i>Point Of View Research Management/</i> ISSN : 2722-791X (Online)

			(58,5%) responden perempuan dibandingkan 27 orang (41,5%) responden laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan karena jumlah mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar lebih banyak daripada laki-laki.	asumsi klasik, normalitas, validitas, reliabilitas, dan pengujian hipotesis)	
Wifiani Sukma Dewi, Mahir Pradana, Devilia Sari (2021)	<i>The influence of knowledge, social media utilization and motivation on entrepreneurial intention (Case study: Telkom</i>	Mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan, penggunaan social media dan motivasi terhadap minat	Mahasiswa aktif <i>Telkom university</i>	Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar secara random kepada 200 mahasiswa. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan multiple	Proceedings of the 11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Singapore/ ISBN : 9781792361241 ISSN : 21698767

	<i>university students)</i>	berwirausaha		regression analysis.	
(Alfaruk, 2016)	Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo	Tujuan dalam penelitian ini antara: (a) Menganalisis pengaruh pemanfaatan sosial media, motivasi dan pengetahuan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo secara parsial: (b) Menganalisis pengaruh pemanfa	Populasi pada penelitian ini adalah semua mahasiswa fakultas ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo adalah 650 mahasiswa yaitu mahasiswa yang pernah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan yang sebagai subjek penelitian dengan pertimbangan bahwa mahasiswa yang setelah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan dan praktek kewirausahaan dilapangan.	Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan angket.	Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan. DOI : https://doi.org/10.26740/jepk.v4n2.p164-172

		atan sosial media, motivasi dan pengetahuan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo secara simultan			
--	--	--	--	--	--

