

The Effect Of Social Media Use, Entrepreneurial Knowledge, And Self-Efficacy On Students' Interest In Entrepreneurship In The City Of Bengkulu

Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Kota Bengkulu

Alwin Danofi ¹⁾; Neri Susanti ²⁾; Nirta Vera Yustanti ³⁾

^{1,2,3)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ alwindanofi123@gmail.com

How to Cite :

Danofi, A., Susanti, N., Yustanti, N. V. (2025). The Effect Of Social Media Use, Entrepreneurial Knowledge, And Self-Efficacy On Students' Interest In Entrepreneurship In The City Of Bengkulu. JURNAL EMA, 2 (2).

ARTICLE HISTORY

Received [20 Oktober 2025]

Revised [01 Desember 2025]

Accepted [04 Desember 2025]

KEYWORDS

Social Media Use, Entrepreneurial Knowledge and Self-Efficacy.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial, pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dimana data didapatkan melalui penyebaran kuisioner kepada responden. Penelitian ini fokus kepada mahasiswa manajemen angkatan 22 fakultas ekonomi dan bisnis universitas dehasen Bengkulu. Berdasarkan karakteristik penelitian maka diperoleh sampel 61 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil regresi berganda $Y = 3,863 + 0,417 X_1 + 0,341 X_2 + 0,243 X_3$, hasil uji t X_1 0,001, X_2 0,005 dan X_3 0,032 hasil ketiga variabel tersebut dibawah 0,05, hasil uji F $0,000 < 0,05$ hasil tersebut menyatakan bahwa variabel penggunaan media sosial, pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu. Dan hasil pengujian koefisien determinasi pada penelitian ini yaitu 0,527 yang berarti variabel independen berpengaruh sebesar 52,7 % terhadap variabel Y.

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine whether there is an influence of social media use, entrepreneurial knowledge and self-efficacy on entrepreneurial interest in students in Bengkulu City. The method used in this study is a quantitative method where data is obtained through distributing questionnaires to respondents. This study focuses on management students of class 22 of the Faculty of Economics and Business, Dehasen University, Bengkulu. Based on the characteristics of the study, a sample of 61 people was obtained. The results of this study show the results of multiple regression $Y = 3.863 + 0.417 X_1 + 0.341 X_2 + 0.243 X_3$, the results of the t-test X_1 0.001, X_2 0.005 and X_3 0.032 the results of the three variables are below 0.05, the results of the F test $0.000 < 0.05$ the results state that the variables of social media use, entrepreneurial knowledge and self-efficacy have a positive and significant effect on entrepreneurial interest in students in Bengkulu City. And the results of the determination coefficient test in this study were 0.527, which means that the independent variable had an influence of 52.7% on the Y variable.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan revolusi industri 4.0, perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan pada berbagai bidang, termasuk pendidikan dan ekonomi. Dalam menghadapi dunia kerja yang semakin kompetitif, lulusan perguruan tinggi dituntut untuk memiliki

keterampilan praktis, salah satunya adalah kemampuan berwirausaha. Di era digitalisasi saat ini mungkin apa pun bisa dikaitkan dengan internet. Konsumen juga mulai mengubah perilakunya untuk melakukan pembelian secara online (Sumerta et al., 2020) sehingga seorang wirausahawan harus memikirkan bahwa sosial media merupakan salah satu opsi dalam mengembangkan usaha. Kehadiran internet mengubah cara hidup dan aktivitas manusia sehari-hari. Peran media sosial semakin diakui dalam meningkatkan kinerja bisnis ataupun merek di era saat ini. Pengembangan produk berbasis teknologi yang berdasarkan kebermanfaatan dan kemudahan dalam penggunaan juga memiliki pengaruh yang penting dalam membentuk niat beli konsumen (Sumerta, dkk., 2020). Tetapi dengan terus meningkatnya pengguna internet dari tahun ke tahun, bukan tidak mungkin di masa depan pelaku pemasaran melalui media sosial bakal menyamai wirausahawan yang masih menggunakan cara konvensional untuk memulai bisnis (Sumerta et al., 2020). Mengembangkan kreativitas dalam berwirausaha terutama di kalangan mahasiswa dengan penggunaan media sosial online menjadi salah satu dampak positif bagi penggunaan media sosial itu sendiri.

Kewirausahaan dinyatakan dapat membantu mengurangi pengangguran dan kemiskinan dengan membuat dan menjual barang yang memiliki nilai jual-lebih (Amiruddin, 2021). Minat berwirausaha dipengaruhi dengan beberapa faktor dari tingkat penggunaan media sosial, efikasi diri, hingga pengetahuan kewirausahaan pun menjadi faktor penting dalam membentuk karakteristik wirausahawan masa kini. Dengan perkembangan teknologi saat ini dibantu dengan adanya media sosial yang mampu memberikan fasilitasi bagi setiap orang agar terhubung satu sama lain (Sumerta et al., 2020). Media sosial adalah platform yang mengubah cara orang mencari, membaca, dan berbagi informasi serta konten. Selain itu, media sosial juga merupakan teknologi yang memungkinkan individu dan organisasi untuk berkomunikasi, berbagi, serta berkolaborasi. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi, tetapi juga sebagai alat untuk mengekspresikan diri, membangun citra diri, serta menjalankan bisnis dan pemasaran online (Saruksuk, A., & Hasibuan, N. I. 2025). Pengetahuan kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang dalam mengatasi tantangan yang diperlukan untuk menciptakan produk atau jasa baru, menciptakan nilai tambah baru, dan memulai bisnis baru. Pengetahuan dipercaya mampu meningkatkan serta mengembangkan potensi diri manusia (Sinaga, 2023). Efikasi diri adalah kesungguhan bahwa seseorang mempunyai kemampuannya dalam mencapai tujuan. Rasa kepercayaan diri sangat diperlukan didalam melakukan suatu usaha karena jika seseorang sudah yakin akan kemampuan yang dimilikinya maka usaha tersebut juga akan mudah berhasil dibandingkan dengan orang yang tidak memiliki keyakinan akan kemampuan dirinya maka keberhasilan yang akan diperoleh akan sangat kecil bahkan bisa jadi mengalami kegagalan (Meirani & Lestari, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Pardosi, A. W. W. (2020) yang berjudul pengaruh pemanfaatan sosial media, efikasi diri dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi universitas negeri medan menyatakan bahwa pemanfaatan sosial media, efikasi diri dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa pendidikan ekonomi universitas negeri medan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ngatiningsih, T. K., dkk (2024), yang berjudul pengaruh pengetahuan kewirausahaan, efikasi diri, karakter wirausaha dan literasi digital terhadap minat berwirausaha menggunakan e-commerce (mahasiswa aktif perguruan tinggi di kota malang) menyatakan bahwa variabel efikasi diri tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa perguruan tinggi di kota malang.

LANDASAN TEORI

Kewirausahaan

Menurut Kartawinata, B. R., dkk, (2023) kewirausahaan adalah proses menciptakan atau memulai usaha bisnis baru untuk menghasilkan keuntungan. Ini melibatkan identifikasi peluang di

142 | Alwin Danofi, Neri Susanti, Nirta Vera Yustanti; *The Effect Of Social Media Use, Entrepreneurial Knowledge...*

pasar dan mengambil risiko yang diperhitungkan untuk memanfaatkan peluang itu. Sifat kewirausahaan dicirikan oleh kewirausahaan sering dikaitkan dengan inovasi, yang melibatkan pengembangan produk, layanan, atau model bisnis baru yang menawarkan sesuatu yang baru dan berbeda kepada pelanggan. Pengusaha biasanya didorong oleh keinginan untuk menciptakan sesuatu yang tidak ada atau untuk memperbaiki penawaran yang ada. Pengambilan risiko: Kewirausahaan melibatkan pengambilan risiko yang diperhitungkan untuk mencapai kesuksesan. Pengusaha harus mau menginvestasikan waktu, uang, dan sumber daya mereka ke dalam usaha baru tanpa jaminan kesuksesan.

Mereka harus merasa nyaman dengan ketidakpastian dan mampu beradaptasi dengan perubahan keadaan. Kreativitas: Kewirausahaan yang sukses seringkali membutuhkan pemikiran kreatif dan pemecahan masalah, Ketekunan: Kewirausahaan bisa menjadi perjalanan yang panjang dan menantang, dan membutuhkan ketekunan dan tekad untuk mengatasi kemunduran dan kegagalan. Pengusaha harus dapat tetap termotivasi dan fokus pada tujuan mereka, bahkan dalam menghadapi kesulitan.

Fokus pelanggan: Pengusaha sukses berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka. Mereka harus mampu mengidentifikasi peluang pasar dan mengembangkan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan tersebut dan memberikan nilai kepada pelanggan mereka. *Resourcefulness*: Pengusaha harus dapat bekerja dengan sumber daya yang terbatas dan menemukan cara kreatif untuk mencapai tujuan mereka. Mereka harus dapat memanfaatkan jaringan mereka, menegosiasikan kesepakatan, dan menemukan solusi masalah yang hemat biaya. *Fleksibilitas*: Kewirausahaan melibatkan adaptasi terhadap perubahan kondisi pasar dan kebutuhan pelanggan. Pengusaha harus dapat memutar strategi bisnis mereka bila diperlukan dan tetap kompetitif.

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behaviour merupakan salah satu teori yang penting dalam memahami dan memprediksi perilaku manusia, khususnya dalam konteks pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial. Teori ini dikembangkan oleh Icek Ajzen sebagai perluasan dari *Theory of Reasoned Action* dengan menambahkan faktor kontrol perilaku yang dipersepsikan, sehingga lebih mampu menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya berada dalam kendali individu (Arianto, B., & Gozali, G. 2025).

Menurut Asy'Ari dan Shulthoni (2023), *Theory of Planned Behavior* (TPB) mengasumsikan niat adalah suatu faktor yang memotivasi suatu perilaku. Niat sendiri didefinisikan sebagai tanda seberapa keras seseorang ingin mencoba dan seberapa besar rencana seseorang untuk menunaikan suatu tindakan.

Penggunaan Media Sosial

Media sosial merupakan fase perubahan cara berfikir seseorang tentang bagaimana orang tersebut dapat menemukan sebuah informasi dan konten, membacanya, kemudian cara membagikan informasi serta konten tersebut kepada orang lain menurut Kartajaya (Barus 2024 : 350). Menurut Saruksuk, A., & Hasibuan, N. I. (2025) media sosial adalah *platform* yang mengubah cara orang mencari, membaca, dan berbagi informasi serta konten. Selain itu, media sosial juga merupakan teknologi yang memungkinkan individu dan organisasi untuk berkomunikasi, berbagi, serta berkolaborasi.

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi, tetapi juga sebagai alat untuk mengekspresikan diri, membangun citra diri, serta menjalankan bisnis dan pemasaran online. Oleh karena itu, mahasiswa sebagai pengguna teknologi yang melek digital diharapkan dapat memanfaatkan media sosial untuk berwirausaha.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa sosial media adalah media yang digunakan untuk alat komunikasi, sarana dalam mencari informasi terkini serta menjadi wadah dalam mempererat jalinan kerja yang dapat dilakukan secara online. Dengan adanya sosial media,

siapa pun dapat memiliki kesempatan yang sama dalam upaya mengembangkan usahanya dan membagikan informasi mengenai produknya yang dapat diakses dengan mudah dan cepat tanpa adanya batasan hingga keseluruhan belahan dunia.

Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Hamdani (2020), pengetahuan (knowledge) adalah kemampuan untuk menghafal, mengingat, memahami atau mengulangi informasi yang pernah diberikan. Kewirausahaan merupakan kemauan dan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai risiko dan mengambil inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan dan memperoleh keuntungan sebagai konsekuensinya.

Menurut Sinaga (2023), pengetahuan kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang dalam mengatasi tantangan yang diperlukan untuk menciptakan produk atau jasa baru, menciptakan nilai tambah baru, dan memulai bisnis baru. Pengetahuan dipercaya mampu meningkatkan serta mengembangkan potensi diri manusia.

Efikasi Diri

Menurut Meirani & Lestari (2022) efikasi diri adalah kesungguhan bahwa seseorang mempunyai kemampuannya dalam mencapai tujuan. Rasa kepercayaan diri sangat diperlukan didalam melakukan suatu usaha karena jika seseorang sudah yakin akan kemampuan yang dimilikinya maka usaha tersebut juga akan mudah berhasil dibandingkan dengan orang yang tidak memiliki keyakinan akan kemampuan dirinya maka keberhasilan yang akan diperoleh akan sangat kecil bahkan bisa jadi mengalami kegagalan.

Menurut Nugroho & Sulistyowati (2020) efikasi diri inilah bisa menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa dan mahasiswa dituntut untuk dapat memiliki keyakinan dan kepercayaan akan kemampuan yang dimilikinya untuk bisa menyelesaikan tugasnya dan dapat bertanggung jawab dengan apa yang sudah dilakukannya yakin dan percaya dengan kemampuannya sendiri agar dapat menyelesaikan semua tugas dan dapat bertanggung jawab dengan apa yang sedang dilakukannya.

Menurut Nabilah & Kurniawan (2022) efikasi diri adalah kepercayaan diri pada diri seseorang yang menonjol dan sangat dibutuhkan dalam menumbuhkan ketertarikan siswa dalam melaksanakan kegiatan bisnis atau usaha. Efikasi diri merupakan suatu kepercayaan atau keyakinan diri dan perkiraan kemahiran seseorang untuk menjalankan tugas yang diperlukan dalam memperoleh hasil yang diharapkan.

Simpulan dari pengertian yang sudah diuraikan bahwa Efikasi diri merupakan tentang kemampuan dan keyakinan seseorang dalam dirinya untuk menjalankan kegiatan dan tanggungjawabnya dalam melakukan suatu usaha yang dibutuhkan untuk memperoleh hasil yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Seseorang yang meyakini sesuatu berarti dia memiliki Efikasi diri yang tinggi dan dapat mempengaruhi minat seseorang dalam melakukan suatu kegiatan. Seseorang yang mudah berhasil dalam usahanya selalu percaya dan yakin terhadap kemampuan yang dimilikinya karena dalam menjalankan usaha memerlukan kemampuan untuk percaya dan yakin akan kemampuan yang dimilikinya. Seseorang yang tidak yakin dan percaya akan kemampuan dirinya akan sangat kecil kemungkinan untuk berminat dalam menjalankan usaha, karena dengan keyakinan dan kepercayaan diri ini yang bisa mendorong seseorang untuk menjalankan suatu usaha.

METODE PENELITIAN

Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. Pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dalam menjalankan fungsi. Instrumen dikatakan valid jika instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Untuk hasil uji validitas tidak berlaku secara universal, artinya

bahwa suatu instrumen dapat memiliki nilai valid yang tinggi pada saat tertentu dan tempat tertentu, akan tetapi menjadi tidak valid untuk waktu yang berbeda atau pada tempat yang berbeda. Untuk itu, perlu adanya uji validitas terlebih dahulu dengan tujuan untuk mengetahui kualitas instrumen terhadap objek yang akan diteliti lebih lanjut (Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., 2020). Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas adalah :

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif maka variabel tersebut valid.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dan bernilai negative maka variabel tersebut tidak valid.

Uji Reliabilitas

Konsep dalam reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari galat pengukuran (measurement error). Sedangkan uji reliabilitas instrumen untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Pada dasarnya, uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan/ Pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's alpha dengan tingkat/taraf signifikan yang digunakan. Tingkat/taraf signifikan yang digunakan bisa 0,60 (Darma, B, 2021). Adapun kriteria untuk menilai reliabilitas instrumen penelitian ini adalah :

- Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka instrumen dikatakan reliabel.
- Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2022) analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen).

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan :

Y = Minat Berwirausaha

X1 = Penggunaan Media Sosial

X2 = Pengetahuan Kewirausahaan

X3 = Efikasi Diri

a= Konstanta

b1 = Koefisien regresi variabel X1

b2 = Koefisien regresi variabel X2

b3 = Koefisien regresi variabel X3

Analisis regresi ganda ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara kuantitatif. Tingkat pengaruh setiap variabel independen tersebut dapat diprediksi dengan menganalisis nilai koefisien regresi partial.

Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Sugiyono 2022) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1.

- Apabila nilai R^2 kecil maka variabel independen hanya sedikit menjelaskan variabel dependen.
- Jika nilai R^2 mendekati 1 maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Item Pernyataan	R_Tabel	R_Hitung	Keterangan
Penggunaan Media Sosial (X1)				
1.	X1.1	0,252	0,756	Valid
2.	X1.2	0,252	0,780	Valid
3.	X1.3	0,252	0,699	Valid
4.	X1.4	0,252	0,801	Valid
Pengetahuan Kewirausahaan (X2)				
1.	X2.1	0,252	0,648	Valid
2.	X2.2	0,252	0,855	Valid
3.	X2.3	0,252	0,758	Valid
Efikasi Diri (X3)				
1.	X3.1	0,252	0,613	Valid
2.	X3.2	0,252	0,795	Valid
3.	X3.3	0,252	0,820	Valid
4.	X3.4	0,252	0,779	Valid
5.	X3.5	0,252	0,819	Valid
Minat Berwirausaha (Y)				
1.	Y1	0,252	0,709	Valid
2.	Y2	0,252	0,580	Valid
3.	Y3	0,252	0,785	Valid
4.	Y4	0,252	0,581	Valid
5.	Y5	0,252	0,546	Valid

Sumber : Output SPSS versi 25.0, 2025

Berdasarkan data dari tabel 1 di atas bahwa sebanyak 17 item pernyataan yang diajukan kepada mahasiswa manajemen angkatan 22 universitas dehasen Bengkulu menyatakan setiap item pernyataan semuanya valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka indikator dapat digunakan sebagai alat penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
1	Penggunaan Media Sosial	0,753	Realibel
2	Pengetahuan Kewirausahaan	0,627	Realibel
3	Efikasi Diri	0,824	Realibel
4	Minat Berwirausaha	0,642	Realibel

Sumber : Output SPSS versi 25.0, 2025

Berdasarkan hasil analisis data sebagaimana ditunjukkan pada tabel 2 di atas diketahui bahwa seluruh koefisien *alpha cronbach* variabel penelitian lebih besar dari nilai tingkat signifikansi yaitu 0,60 yang berarti seluruh instrumen penelitian adalah reliabel (andal).

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.863	1.821		2.121	.038
	X1	.417	.123	.424	3.401	.001
	X2	.341	.118	.270	2.897	.005
	X3	.243	.110	.279	2.205	.032

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS versi 25.0, 2025

Perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 25.0 pada tabel 6 maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 3,863 + 0,417 X_1 + 0,341 X_2 + 0,243 X_3$$

1. Persamaan dari regresi linear berganda tersebut adalah :
2. Nilai konstanta 3,863 yang mempunyai arti bahwa apabila variabel penggunaan media sosial (X_1), variabel pengetahuan kewirausahaan (X_2) dan efikasi diri (X_3) dianggap sama dengan 0 maka variabel minat berwirausaha (Y) akan tetap sebesar 3,863
3. Pengaruh penggunaan media sosial (X_1) terhadap minat berwirausaha (Y)
4. Nilai koefisien penggunaan media sosial (X_1) adalah sebesar 0,417 dengan asumsi apabila X_1 mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka minat menggunakan (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,417
5. Pengaruh pengetahuan kewirausahaan (X_2) terhadap minat berwirausaha (Y) Nilai koefisien pengetahuan kewirausahaan (X_2) adalah sebesar 0,341 dengan asumsi apabila X_2 mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka minat menggunakan (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,341
6. Pengaruh efikasi diri (X_3) terhadap minat berwirausaha (Y) Nilai koefisien efikasi diri (X_3) adalah sebesar 0,243 dengan asumsi apabila X_3 mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka minat menggunakan (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,243

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.502	1.23247

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Output SPSS versi 25.0, 2025

Berdasarkan tabel 4 untuk nilai koefisien determinasi menggunakan model *R Square*. Dari hasil penghitungan dengan menggunakan SPSS 25,0 dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari R adalah 0,527. Hal ini berarti bahwa nilai Variabel X berpengaruh terhadap variabel (Y) dengan nilai *r square* sebesar 52,7% sedangkan sisanya 47,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 5 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.863	1.821		2.121	.038
	X1	.417	.123	.424	3.401	.001
	X2	.341	.118	.270	2.897	.005
	X3	.243	.110	.279	2.205	.032

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS versi 25.0, 2025

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96.565	3	32.188	21.191	.000 ^b
	Residual	86.583	57	1.519		
	Total	183.148	60			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Output SPSS versi 25.0, 2025

Dari tabel 6 diatas bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena tingkat signifikansi dibawah $0,05$ menunjukkan bahwa secara simultan penggunaan media sosial (X_1) pengetahuan kewirausahaan (X_2) dan efikasi diri (X_3) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Y) di Kota Bengkulu. Dengan nilai F hitung $> F$ tabel yaitu F hitung sebesar $21.191 > F$ tabel $2,77$ (F Tabel terlampir), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dilihat bahwa variabel penggunaan media sosial (X_1), pengetahuan kewirausahaan (X_2) dan efikasi diri (X_3) memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu dengan nilai berdasarkan analisis menggunakan SPSS 25.0, Berikut penjelasan hipotesis penelitian.

Tabel 7. Hasil analisis regresi linear berganda, uji determinasi dan uji f dan uji t

Variabel	Nilai Koefisien	Standard Error	R Square	Sig.	Keterangan
Persamaan : $Y = 3,863 + 0,417 X_1 + 0,341 X_2 + 0.243 X_3$					
Penggunaan Media Sosial	0,417	0,123		0,001	Signifikan
Pengetahuan Kewirausahaan	0,341	0,118		0,005	Signifikan
Efikasi Diri	0,243	0,110		0,032	Signifikan
Uji F				0,000	Signifikan
Determinasi			0,527		52,7%

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Kota Bengkulu

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu, karena hasil pengujian untuk variabel penggunaan media sosial menunjukkan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel X_1 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y . Berdasarkan uji t hitung lebih besar daripada t tabel yaitu $3,401 > 2,002$ (t tabel terlampir). Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu. Berdasarkan uji Partial (uji t) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu. Seperti yang dikemukakan oleh Nurhasanah, V., dkk (2024) yang menyatakan bahwa variabel penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Kota Bengkulu

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu, karena hasil pengujian untuk variabel pengetahuan kewirausahaan menunjukkan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel X_2 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y . Berdasarkan uji t hitung lebih besar daripada t tabel yaitu $2,897 > 2,002$ (t tabel terlampir). Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu. Berdasarkan uji Partial (uji t) menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu. Seperti yang dikemukakan oleh Fadhilah, N. T. (2025), Triasleni, E. S., dkk (2024) dan Nurhasanah, V., dkk (2024) yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa

Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Kota Bengkulu

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara efikasi diri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu, karena hasil pengujian untuk variabel efikasi diri menunjukkan nilai signifikansi $0,032 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel X_3 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y . Berdasarkan uji t hitung lebih besar daripada t tabel yaitu $2,205 > 2,002$ (t tabel terlampir). Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu. Berdasarkan uji Partial (uji t) menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu. Seperti yang dikemukakan oleh Khoiriyah, R., (2022) yang menyatakan bahwa variabel efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa

Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Kota Bengkulu

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji F (uji secara simultan) ditemukan hasil bahwa adanya pengaruh dari penggunaan media sosial, pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu secara bersama-sama karena nilai signifikan sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,05$. Hal ini menggambarkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Dengan nilai f hitung lebih besar

dari f tabel 21.191 > f tabel 2,77. Dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan media sosial, pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu. Dengan arah regresi berganda. $Y = 3,863 + 0,417 X_1 + 0,341 X_2 + 0,243 X_3$

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil regresi linear berganda menunjukkan arah regresi yang positif dengan persamaan $Y = 3,863 + 0,417 X_1 + 0,341 X_2 + 0,243 X_3$
2. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial mendapatkan hasil bahwa penggunaan media sosial (X_1) 0,001, pengetahuan kewirausahaan (X_2) 0,005 dan efikasi diri (X_3) 0,032 sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa (Y)
3. Berdasarkan hasil penelitian hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa F hitung X_1 , X_2 , dan X_3 berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu dengan nilai F hitung 21.191 > F tabel 2,77 (F Tabel terlampir)
4. Nilai R Square (R^2) = 0,527 Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh sebesar 52,7 % terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bengkulu sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

Saran

1. Bagi Mahasiswa
Mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan media sosial secara lebih produktif sebagai sarana untuk memperoleh informasi, membangun jaringan, serta mempromosikan ide-ide kewirausahaan. Selain itu, penting untuk terus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan melalui pelatihan, seminar, maupun pendidikan formal agar minat untuk berwirausaha semakin kuat.
2. Bagi Institusi Pendidikan
Pihak kampus diharapkan dapat memperkuat kurikulum kewirausahaan dan menyediakan lebih banyak program atau kegiatan yang dapat meningkatkan efikasi diri mahasiswa, seperti pelatihan, inkubator bisnis, mentoring dengan pelaku usaha, serta akses ke modal awal. Kegiatan ini dapat membantu membentuk pola pikir wirausaha yang lebih matang dan siap bersaing.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Mengingat bahwa variabel independen dalam penelitian ini hanya menjelaskan 52,7% dari pengaruh terhadap minat berwirausaha, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang mungkin berpengaruh. Selain itu, perluasan wilayah penelitian di luar Kota Bengkulu juga dapat dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan generalisasi hasil yang lebih luas.
4. Bagi Pemerintah dan *Stakeholder* Terkait
Pemerintah daerah dan instansi terkait diharapkan dapat menciptakan ekosistem kewirausahaan yang mendukung generasi muda, khususnya mahasiswa, seperti dengan memberikan pelatihan, kemudahan perizinan usaha, serta bantuan permodalan. Hal ini penting agar minat yang tinggi terhadap kewirausahaan dapat diwujudkan dalam bentuk usaha nyata yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, A. 2021. Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Manajemen Stie Pembangunan Tanjungpinang Angkatan Tahun 2020-2021 (Studi Kelas Pagi 1 dan Pagi 2). *Jurnal Kemunting*, 2(02), 471-483.
- Arianto, B, Gozali G. (Ed). 2025. *Pengantar Theory of Planned Behaviour*. Balikpapan: Borneo Novelty Publishing.
- Astari, A. A. E., Yasa, N. N. K., Giantari, I. G. A. K., & Sukaatmadja, I. P. G. 2023. *Technology Accepted Model, Theory Of Planned Behavior, Dan Fear Of Covid-19: Niat Konsumen Melanjutkan Penggunaan Dompnet Digital*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Asy'Ari, A., & Shulthoni, M. 2023. Pengaruh E-Commerce, Sistem Informasi Akuntansi, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Selama Pandemi Covid-19 (Studi Empiris pada Mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 13(2), 229-239.
- Barus, E. B. 2024. Pengaruh Media Social Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Di Smk Paba Binjai Tahun 2024. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(9), 349-354.
- BPS, 2023. Persentase Penduduk Bekerja Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan, Februari 2021-Februari 2023
<https://digilib.uinkhas.ac.id/32401/>
- Darma, B. 2021. *Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)*. Jakarta: Guepedia.
- Fadhilah, N. T., Tawakal, A., & Yanti, R. T. 2025. The Influence Of Entrepreneurial Knowledge, Entrepreneurial Characteristics And Entrepreneurial Competencies On The Success Of MSMEs Taba Jambu Village In Central Bengkulu. *Journal of Management, Economic, and Accounting*, 4(1), 99-110.
- Hamdani, A. 2020. *Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akunt (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta)*. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, 53(9), i-135.
<https://learn-quantum.com/EDU/index.html%0A>
- Kartawinata, B. R., Juniarta, P. P., Darmawan, E. D., Sukandi, P., Fuah, R. W., ulum Ilham, B., & Nuryanto, U.W. (Ed). 2023. *Kewirausahaan dan Bisnis*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Khoiriyah, R., Sudarno, S., & Setyowibowo, F. 2022. Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri dan Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha E-Business Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 10(3), 181-193.
- Mastura, A. 2024. *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Millennial Kota Banda Aceh* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Ar-raniry).
- Meirani, M., & Lestari, L. P. 2022. Pengaruh Prestasi Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(4), 469-472.
- Muniarty, P., Bairizki, A., Sudirman, A., Wulandari, W., Anista, J. S. A., Elistia, E., & Fitriana, F. 2021. *Kewirausahaan*. Jawa Barat: Widina Bhakti Persada Bandung
- Mustofa, A. N. U. 2020. *Teori Minat Berwirausaha*. Wordpress.Com. 155-170.
<https://adelianavaum.wordpress.com/2020/06/25/teori-minat-berwirausaha/>
- Nabilah, A., & Kurniawan, R. Y. 2022. Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berprestasi Terhadap Minat Berwirausaha Sebagai Mediasi Pada Siswa Kelas X IPS SMA Negeri 1 Driyorejo. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(3), 491- 502.
- Nengseh, R. R., & Kurniawan, R. Y. 2021. Efikasi Diri Sebagai Mediasi Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 156-167.

- Ngatiningsih, T. K., Mardani, R. M., & Bastomi, M. 2024. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Karakter Wirausaha dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Menggunakan E-Commerce (Mahasiswa Aktif Perguruan Tinggi di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 1989-2000.
- Nugroho, S., & Sulistyowati, S. N. 2020. Pengaruh Self Efficacy Terhadap Minat wirausaha Mahasiswa STKIP PGRI Jombang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14, 275-280.
- Nurhasanah, V., Sadiyah, A., & Gumilar, R. 2024. Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *COSMOS: Jurnal Ilmu Pendidikan, Ekonomi dan Teknologi*, 1(6), 585-597.
- Pardosi, A. W. W. 2020. *Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan* (Doctoral dissertation, UNIMED).
- Purwaningsih, D., Karlina, E., & Tukiran, M. 2023. Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Research and Development Journal of Education*, 9(2), 1194-1199.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. 2020. *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Yogyakarta:Deepublish.
- Saruksuk, A., & Hasibuan, N. I. 2025. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Di Era Revolusi Industri 4.0 Pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2022 Universitas Negeri Medan. *Ikraith-Ekonomika*, 8(2), 510-517.
- Sinaga, K. M. M. 2023. *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung*. , 356-363.
- Subasman, I., & Aliyyah, R. R. (Eds) 2024. *Desain Kuesioner Penelitian*. Jawa Barat:Widina Media Utama.
- Sugiyono. 2022. "Metode Penelitian Kuantitatif". In Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) (Ed.), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Edisi 2 Ce, pp. 30-166). Bandung:CV. Alfabeta
- Suhardi, M. 2023. *Buku Ajar Dasar Metodologi Penelitian*. Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Suhendarto, A. I. (2024). *Penggunaan Akun Media Sosial Instagram@ Infokabupatenbandung Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Kalangan Pengikutnya* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Sumerta, I. K., Redianingsih, N. K., Pranawa, I. M. B., & Indahyani, D. N. T. 2020. Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(9), 627.
- Triasleni, E. S., Nasution, S., & Prawitasari, A. 2024. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu. In *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* (pp. 103-110).